

**STRATEGI *HOME INDUSTRY* BATU BATA DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA  
(Studi Kasus pada *Home Industry* Batu Bata Adem Ayam Super  
di Desa Adipala Kabupaten Cilacap)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

**RISMA GALUH PAMULARSIH  
NIM.1917201083**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
PROF.K.H.SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risma Galuh Pamularsih

NIM : 1917201083

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Strategi *Home Industry* Batu Bata dalam Mempertahankan Eksistensinya (Studi Kasus pada *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super Desa Adipala, Cilacap)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 12 April 2023

Saya yang menyatakan,



Risma Galuh Pamularsih

NIM. 1917201083



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI *HOME INDUSTRY* BATU BATA DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA  
(Studi Kasus pada *Home Industry* Batu Bata Adem Ayam Super  
di Desa Adipala Kabupaten Cilacap)**

Yang disusun oleh Saudara **Risma Galuh Pamularsih NIM 1917201083** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **25 Mei 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Atabik, M.Ag.  
NIP. 19651205 199303 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I.  
NIDN. 2031078802

Pembimbing/Penguji

Sarpini, M.E.Sy.  
NIP. 19830404 201801 2 001

Purwokerto, 31 Mei 2023

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



Dr. H. Jauhari Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Risma Galuh Pamularsih NIM 1917201083 yang berjudul:

**Strategi *Home Industry* Batu Bata dalam Mempertahankan Eksistensinya  
(Studi Kasus pada *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super di Desa  
Adipala Kabupaten Cilacap)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 12 April 2023

Pembimbing,



**Sarpini, M.E.Sy.**

NIP. 19830404 201801 2 001

## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang memberi manfaat bagi orang lain”

**HR. Ahmad**





# STRATEGI *HOME INDUSTRY* BATU BATA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA

(Studi Kasus pada *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super di Desa  
Adipala Kabupaten Cilacap)

**Oleh: Risma Galuh Pamularsih**

**NIM: 1917201083**

Email: [rismagaluh0@gmail.com](mailto:rismagaluh0@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam  
Negeri Prof. K.H . Saifuddin Zuhri Purwokerto

## ABSTRAK

Desa Adipala merupakan desa dengan jumlah *home industry* batu bata terbanyak dibandingkan dengan desa lainnya. Salah satu *home industry* batu bata yang ada di Desa Adipala adalah *home industry* batu bata Adem Ayem Super yang sudah berdiri sejak tahun 1970. *Home industry* batu bata Adem Ayem Super terancam eksistensinya yang disebabkan oleh faktor dari dalam dan dari luar *home industry*. Selain itu, adanya pandemi *covid-19* juga memberikan pengaruh langsung terhadap penurunan eksistensi *home industry* batu bata Adem Ayem Super. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi yang digunakan *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data interaktif model melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa keadaan yang mengancam eksistensi *home industry* batu bata Adem Ayem Super. Namun, untuk menghadapi keadaan tersebut *home industry* batu bata Adem Ayem Super melakukan beberapa strategi yaitu strategi korporasi, strategi bisnis, dan strategi fungsional. Berdasarkan Perspektif ekonomi Islam, strategi yang dilakukan oleh *home industry* batu bata Adem Ayem Super sebagian besar sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, namun terdapat satu strategi yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam yaitu pada strategi finansial dengan memperoleh modal dari bank konvensional di mana terdapat unsur riba di dalamnya.

**Kata kunci:** *home industry* batu bata, strategi, eksistensi, covid-19,

***BRICK HOME INDUSTRY STRATEGY IN MAINTAINING ITS  
EXISTENCE***

***(Case Study on Adem Ayem Super Brick Home Industry in Adipala Village  
Cilacap Regency)***

**Risma Galuh Pamularsih**

**NIM: 1917201083**

Email: [rismagaluh0@gmail.com](mailto:rismagaluh0@gmail.com)

Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business,  
Prof. K.H. State Islamic University. Saifuddin Zuhri Purwokerto

***ABSTRACT***

*Adipala Village has the largest number of brick home industries compared to other villages. One of the brick home industries in Adipala Village is the Adem Ayem Super brick home industry, which has been established since 1970. The Adem Ayem Super brick home industry is threatened by factors from within and outside the home industry. In addition, the covid-19 pandemic also has a direct influence on the decline in the existence of the Adem Ayem Super brick home industry. The purpose of this study was to analyze the strategies used by the Adem Ayem Super brick home industry in maintaining its existence.*

*This research was a field research with a qualitative approach. The data collection techniques used were interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used an interactive data analysis model through data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. Meanwhile, the data validity test used source triangulation and technique triangulation.*

*The results showed that there were several circumstances that threaten the existence of the Adem Ayem Super brick home industry. However, to deal with these circumstances the Adem Ayem Super brick home industry is doing several strategies, namely corporate strategy, business strategy, and functional strategy. Based on the Islamic economic perspective, the strategies carried out by the Adem Ayem Super brick home industry are mostly in accordance with Islamic economic principles, but there is one strategy that is not in accordance with Islamic economics, namely the financial strategy by obtaining capital from conventional banks where there is an element of usury in it.*

***Keywords: brick home industry, strategy, existence, covid-19***

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ĥ	<u>h</u>	Ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	<u>Sad</u>	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	(de dengan garis bawah)
ط	Ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis bawah)
ظ	Ža	<u>z</u>	zet (dengan garis bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	Qaf	q	qi



ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	‘el
م	Mim	m	‘em
ن	Nun	n	‘en
و	Waw	w	w
هـ	ha’	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	ya’	y	ye

## 2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عِدَّة	ditulis	‘iddah
--------	---------	--------

## 3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ	Ditulis	Hikmah	حِزْبٌ	ditulis	Jizyah
----------	---------	--------	--------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرَامَةُ الْاَوْلِيَاءِ	ditulis	Karâmah al-aulyâ
--------------------------	---------	------------------

- b. Bila ta’marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زَكَاةٌ لِفِطْرِ	Ditulis	Zakaât al-fiṭr
------------------	---------	----------------

## 4. Vokal pendek

اَ	Fathah	ditulis	a
اِ	Kasrah	ditulis	i
اُ	Dammah	ditulis	u

## 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جَاهِلِيَّةٌ	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya’ mati	ditulis	a
	تَنْسٌ	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya’ mati	ditulis	i
	كَرِيمٌ	ditulis	karîm

4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

**6. Vokal rangkap**

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

**7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof**

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

**8. Kata sandang alif + lam**

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

**9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	ditulis	Zawi al- furûd
------------	---------	----------------

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Maha suci Allah dengan segala kasih sayang-Nya yang selalu memudahkan segala urusan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti sekarang ini.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag, Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Sarpini, M.E.Sy., Selaku dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terimakasih saya ucapkan atas bimbingan, arahan, saran, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan ibu.

8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah mengajar dan membekali ilmu pengetahuan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Pemilik dan segenap karyawan *home industry* batu bata Adem Ayem Super yang telah memberikan waktu dan informasi terkait penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Marban Subandi dan Ibu Mami Setyowati. Terimakasih atas do'a, dukungan, motivasi, perhatian, dan kasih sayangnya yang diberikan kepada penulis selama ini. Jasanya tidak dapat dibalas dengan apapun. Semoga Allah senaniasa memberikan perlindungan dan kesehatan kepada bapak dan ibu.
12. Nenek saya, Ibu Prisyati yang tiada hentinya selalu mendoakan dan memberikan nasihat kepada penulis. Semoga selalu diberikan perlindungan oleh Allah SWT
13. Keluarga besar Bani Sodah dan keluarga besar Samedja, terimakasih atas nasihat, doa, kasih sayang, dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
14. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah F angkatan 2019. Terimakasih atas kebersamaan, kenangan, dan kebahagiaan selama duduk di bangku perkuliahan.
15. Keluarga besar Pesantren Mahasiswa An-Najah terutama angkatan 2019. Terimakasih atas ilmu, pengalaman, dan kebersamaan selama ini.
16. Teman-teman seperjuangan KKN Tematik 50 kelompok 15 Desa Suro. Terimakasih atas kebersamaan menyelesaikan program kerja KKN dan atas pengalaman yang sangat berharga.
17. Teman-teman PPL Oemah Wedhang Banteng. Terimakasih atas kebersamaan sehingga dapat menyelesaikan program kerja PPL.
18. Seluruh anak-anak les BelajarBersamaku.id. Terimakasih atas dukungan dan pengertiannya kepada penulis.



19. Naufal Nizar Husaini, teman saya yang sudah menemani selama ini dan senantiasa memberikan semangat, dukungan, doa, dan perhatian selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
19. Sahabatku, Risqi Utami, dan Nur Septiani, Sri Mulyani, dan Mahesti Ayu Pangestuti yang senantiasa menemani penulis dan mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan serta menjadi tepat bertukar pikiran.
20. Sahabat sejak SMK, Ratna Saputri, Heni Priyana, Tiara, Siti Robi'ah, dan Nurul Azizah. Terimakasih sudah menemani, memberikan dukungan, dan semangat kepada penulis.
21. Dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan dan penulis bersedia menerima masukan tersebut dan melakukan perbaikan demi mendapatkan hasil penelitian yang dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang ikut berpartisipasi. Semoga mendapatkan balasan baik dari Allah SWT. Aamiin.

Purwokerto, 12 April 2023



Risma Galuh Pamularsih

NIM. 1917201083

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Definisi Operasional .....	9
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
E. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
A. Landasan Teori.....	15
1. Strategi .....	15
2. Konsep <i>Home Industry</i> Batu Bata.....	26
3. Konsep Eksistensi .....	29
4. Konsep Ekonomi Islam .....	31
B. Kajian Pustaka.....	33
C. Landasan Teologis .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	43
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	44
D. Jenis dan Sumber Data .....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	48
G. Uji Keabsahan Data.....	50

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	52
1. Profil Desa Adipala .....	52
2. Sejarah <i>Home Industry</i> Batu Bata Adem Ayem Super .....	53
3. Data <i>Home Industry</i> Batu Bata Adem Ayem Super.....	54
4. Letak <i>Home Industry</i> Batu Bata Adem Ayem Super .....	55
5. Struktur Organisasi <i>Home Industry</i> Batu Bata Adem Ayem Super	55
6. Sistem Produksi.....	57
B. Strategi <i>Home Industry</i> Batu Bata Adem Ayem Super dalam Mempertahankan Eksistensinya.....	62
C. Strategi <i>Home Industry</i> Batu Bata Adem Ayem Super berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.....	84
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Batu Bata di Desa Adipala, 5

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu, 36

Tabel 4.1 Data Masyarakat Pengrajin Batu Bata di Desa Adipala, 53

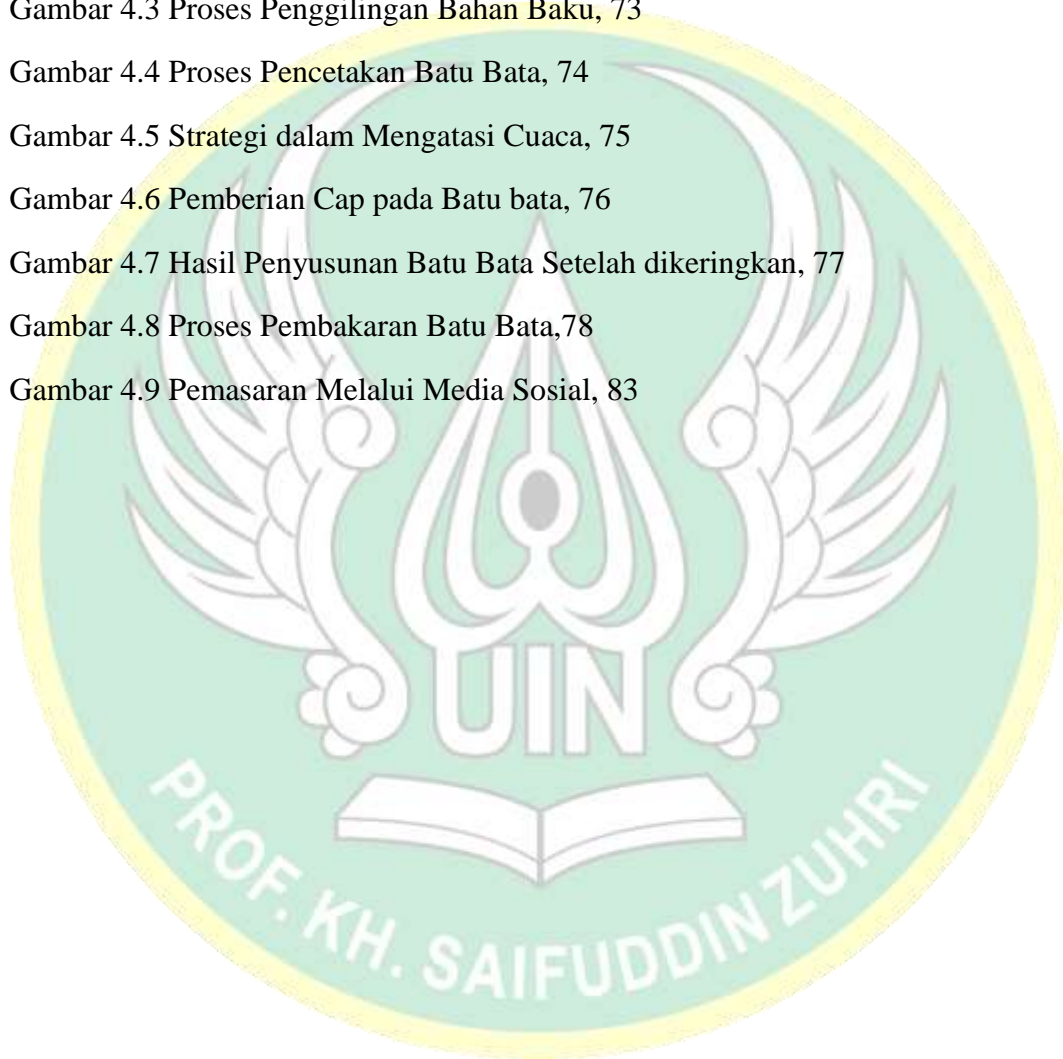
Tabel 4.2 Perkembangan Jumlah Pendapatan *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super untuk satu kali produksi, 80





## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah *Home Industry* Batu Bata di Desa Adipala, 6
- Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data, 49
- Gambar 4.1 Struktur Organisasi *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super, 56
- Gambar 4.2 Abu Bekas Pembakaran yang disimpan, 67
- Gambar 4.3 Proses Penggilingan Bahan Baku, 73
- Gambar 4.4 Proses Pencetakan Batu Bata, 74
- Gambar 4.5 Strategi dalam Mengatasi Cuaca, 75
- Gambar 4.6 Pemberian Cap pada Batu bata, 76
- Gambar 4.7 Hasil Penyusunan Batu Bata Setelah dikeringkan, 77
- Gambar 4.8 Proses Pembakaran Batu Bata,78
- Gambar 4.9 Pemasaran Melalui Media Sosial, 83



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan kategori berkembang yang pada saat ini masih berupaya mengembangkan ekonomi melalui industrialisasi. Sentral dari pembangunan ekonomi di Indonesia adalah pertumbuhan ekonomi. Maka dari itu, peran sektor industri sangatlah penting sehingga peningkatan dalam sektor industri harus diperhatikan guna meningkatkan kualitas dari perekonomian suatu negara dan bergerak ke depan supaya sektor industri dapat tumbuh secara tepat dan cepat. Hal ini merupakan upaya demi tercapainya kesejahteraan rakyat karena industri saling berkaitan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial (Lestari & Ainulyaqin, 2022).

Industri merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat dengan menggunakan sumber daya alam, sumber daya manusia, dan lain-lain (Prayoga, 2018).

Sektor industri pengolahan menempati posisi utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang terbilang besar setiap tahunnya karena industri dapat membuka lapangan usaha menjadi lebih luas sehingga dapat mengurangi pengangguran serta kegiatan industri mempunyai peluang yang besar dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat khususnya di daerah pedesaan (Amalia Nur Rahmah, 2019).

Eksistensi industri di suatu wilayah akan memberikan pengaruh langsung terhadap masyarakat. Pengaruh tersebut berupa nilai-nilai, pengaruh fisik, terhadap masyarakat dan *industrial interest group* guna mempengaruhi masyarakat. Secara disadari atau tidak secara langsung adanya *home industry* akan meningkatkan pendapatan bagi masyarakat yang berada di sekitarnya, hal ini berarti meningkatnya ekonomi penduduk (Samsul, 2018).

Pada era sekarang, *home industry* menjadi peluang usaha disaat orang-orang kehilangan pekerjaannya ketika pandemi *covid-19*. *Home industry* dilakukan di dalam rumah sehingga mudah dikelola dan dipantau setiap waktu. *Home industry* dikelola oleh orang dekat yang mempunyai hubungan kerabat dan tidak membutuhkan modal yang banyak serta alat yang digunakan masih sederhana (Ihsan, 2019).

Usaha kecil mulai bermunculan di Indonesia khususnya *home industry* yang berada di desa-desa kecil. *Home industry* merupakan bentuk kegiatan dalam usaha sekaligus bentuk ekonomi kerakyatan yang memiliki potensi untuk mengembangkan perekonomian nasional dengan tidak mengesampingkan demokrasi ekonomi Indonesia (Fawaid & Fatmala, 2020).

*Home industry* merupakan mata pencaharian masyarakat pedesaan. Secara umum, industri rumahan merupakan sektor informal yang memproduksi barang secara khas dan unik, berkaitan dengan kearifan lokal dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang berasal dari daerah setempat, tidak membutuhkan modal yang besar dan membutuhkan keahlian dalam mengolah bahan baku (Fawaid & Fatmala, 2020).

*Home industry* dapat berkembang di Indonesia, juga didasari oleh tiga hal, yaitu: dalam hal kinerja *home industry* mampu menghasilkan kinerja yang produktif. Lalu dalam hal produktivitas, *home industry* mampu mengalami peningkatan. Kemudian dalam hal fleksibilitas, *home industry* lebih praktis dan ekonomis dibandingkan dengan perusahaan besar (Hidayat, 2020).

Pertumbuhan penduduk dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal tersebut berpengaruh terhadap kebutuhan akan tempat tinggal. Semakin meningkatnya kebutuhan akan tempat tinggal, semakin besar juga kebutuhan terhadap bahan baku untuk pembuatan bangunan. Batu bata adalah bahan bangunan yang sering dimanfaatkan karena memiliki harga yang murah dan dapat diperoleh dengan mudah (Prayoga, 2018).

Batu bata merupakan bahan material yang jika dilihat dari fungsi dan kegunaannya, batu bata digunakan sebagai dinding suatu bangunan, pondasi,

jalan, serta taman. Batu bata biasanya dimanfaatkan sebagai penyangga atau pemikul beban yang berada di atasnya (Arief & Syah, 2021).

Desa Adipala merupakan desa dengan jumlah *home industry* batu bata terbanyak dibandingkan dengan desa-desa lainnya yang ada di Kecamatan Adipala karena 30% jumlah *home industry* batu bata di Kecamatan Adipala berasal dari Desa Adipala. Batu bata merupakan salah satu bahan material yang dimanfaatkan untuk membuat dinding (Hakas Prayuda, 2018). *Home industry* batu bata di Desa Adipala yang sudah aktif sejak tahun 1970 hingga sekarang adalah batu bata “Adem Ayem Super” atau masyarakat juga menyebutnya dengan nama batu bata “AA Super”.

Masyarakat di lingkungan Desa Adipala bekerja pada sektor industri batu bata tersebut karena alur pembuatannya tergolong sederhana tanpa memerlukan pendidikan yang tinggi dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Bahan untuk membuat bata termasuk sangat mudah, yaitu tanah liat (lempung), pasir, merang, dan air. Selain itu, proses pembuatannya masih menggunakan teknik tradisional (Prayoga, 2018). Karena kemudahan itulah yang membuat sebagian besar masyarakat Desa Adipala bergelut pada sektor industri batu bata.

Pada masa sekarang, pembangunan yang berkelanjutan di kota maupun di desa banyak memberikan peluang usaha lebih maksimal bagi para petani. Para petani yang awalnya menggarap sawah cenderung beralih ke sektor industri kecil karena dipandang lebih menguntungkan dibandingkan dengan bercocok tanam yang hasilnya hanya dapat diperoleh berdasarkan musim. Terlebih cuaca yang tidak mendukung membuat petani lebih memilih untuk bergelut di sektor industri kecil, salah satunya adalah industri batu bata (Apriyanti, 2018).

Eksistensi atau keberadaan *home industry* batu bata Adem Ayem Super Desa Adipala, Cilacap memiliki dampak positif terhadap masyarakat namun juga memiliki dampak negatif terhadap lingkungan. Dampak positif tersebut meliputi adanya penyerapan tenaga kerja, meningkatnya kesejahteraan masyarakat dan daya beli masyarakat, serta sebagai sumber penghasilan



masyarakat setempat (Supriyadi & Septinar, 2018). Sedangkan dampak negatif dari adanya *home industry* batu bata diantaranya adalah eksploitasi tanah secara terus-menerus dalam jumlah yang besar dapat menimbulkan dampak negatif unsur hara yang terkandung didalam tanah, kondisi lapangan sudah memprihatinkan karena lubang bekas galian batu bata yang dibiarkan terbengkalai, jalan menjadi rusak akibat dilalui truk pengangkut bahan baku dan batu bata bahkan proses pembakaran batu bata menimbulkan asap dan debu yang mengganggu kondisi kesehatan masyarakat (Apriyanti, 2018).

*Home industry* batu bata Adem Ayem Super masih menggunakan teknik tradisional dan sangat mengandalkan sinar matahari untuk melakukan proses pengeringan batu bata sebelum siap untuk dibakar. Cuaca yang berubah-ubah membuat *home industry* batu bata memerlukan waktu yang cukup lama untuk siap dipasarkan dan jumlah produksi batu bata sangat tergantung pada cuaca, jika cuaca cerah maka akan menghasilkan batu bata yang banyak dengan cepat namun ketika hujan maka batu bata yang diproduksi sedikit dan memerlukan waktu yang lama untuk dapat menuju proses pembakaran. Hingga saat ini, permasalahan tersebut belum dapat teratasi (Arianto, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan terhadap pengrajin batu bata Adem Ayem Super, diperoleh informasi bahwa eksistensi atau keberadaan *home industry* batu bata terancam keberadaannya karena bahan baku yang sudah semakin langka dan harus mencari sumber bahan baku ke tempat lain, adanya produk pengganti sehingga batu bata kalah tergerus dengan teknologi baru saat ini yaitu Hebel dan batako yang dibuat dengan teknologi modern, tenaga kerja yang sudah mulai sulit dicari karena regenerasinya sudah berkurang yaitu banyak pemuda yang tidak ingin meneruskan usaha orang tua, dan permintaan pasar akan batu bata yang pasang surut membuat pendapatan tidak stabil bahkan terkadang harga batu bata mengalami penurunan sehingga membuat para pengusaha batu bata tidak mendapatkan keuntungan.

Eksistensi *home industry* batu bata Adem Ayem Super semakin terancam akibat adanya pandemi covid-19 yang masuk ke Indonesia sejak tahun 2019. Berdasarkan jurnal internasional yang ditulis oleh Mastur Mujib Ikhsani menyatakan bahwa kondisi usaha kecil sebelum pandemic covid-19 berada dalam keadaan yang cukup baik oleh hampir semua pelaku usaha, namun ditengah pandemi covid-19 keadaan berbanding terbalik, 56,8% pelaku usaha dalam keadaan buruk bahkan hanya 14,1% pelaku usaha yang masih dalam keadaan baik. Mayoritas usaha kecil atau sebanyak 82,9% mengalami dampak negatif akibat dari pandemi ini (Ikhsani, Santoso, Fatmah, & Hidayah, 2021). *Home industry* batu bata Adem Ayem Super termasuk usaha kecil yang merasakan dampak dari pandemi covid-19, di mana *home industry* batu bata Adem Ayem Super mengalami penurunan harga yang berdampak secara langsung terhadap penurunan pendapatan seperti yang tertera pada hasil wawancara yang disajikan dalam tabel berikut:

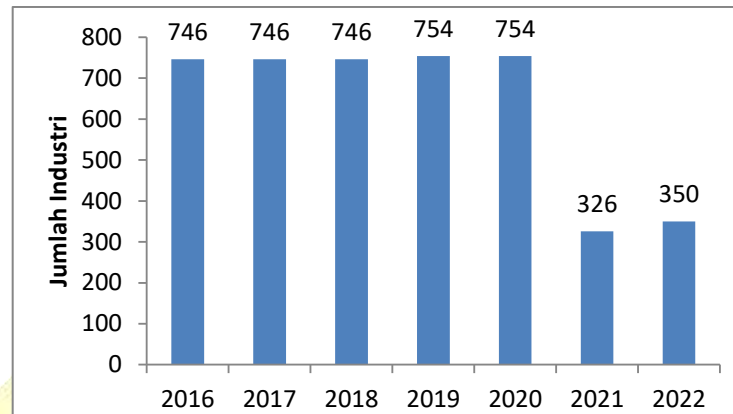
**Tabel 1.1**  
**Daftar Harga Batu Bata di Desa Adipala**

No	Tahun	Harga/1000 batu bata
1	2018	Rp 480.000,00
2	2019	Rp 300.000-320.000,00
3	2020	Rp 350.000,00
4	2021	Rp 380.000,00
5	2022	Rp 450.000,00

Sumber: Hasil wawancara dengan pekerja *home industry* batu bata Adem Ayem Super “Bapak Sukadi”: 2022.

Tabel di atas menunjukkan harga batu bata mengalami penurunan yang terbilang drastis pada masa pandemi *covid-19* yaitu tahun 2019 dengan penurunan sebesar 37,5% dari tahun sebelumnya yang secara otomatis berdampak langsung terhadap pendapatan *home industry* batu bata. Namun setelah pandemi berakhir harga batu bata mengalami kenaikan secara bertahap. Kenaikan harga tersebut membuat batu bata tetap eksis hingga sekarang. Eksistensi tersebut dapat dibuktikan dengan data perkembangan jumlah *home industry* batu bata di Desa Adipala sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan Jumlah *Home Industry* Batu Bata di Desa Adipala**



Sumber: bps.go.id

Berdasarkan data di atas, jumlah *home industry* batu bata mengalami peningkatan setiap tahunnya, bahkan ketika menghadapi pandemi *covid-19* yaitu tahun 2019-2020 *home industry* batu bata tidak mengalami kemunduran tetapi mengalami peningkatan. Kemudian setelah melewati pandemi *covid-19* *home industry* batu bata mengalami kemunduran yang terbilang drastis namun *home industry* batu bata tidak punah.

*Home industry* batu bata menerapkan strategi dalam mempertahankan eksistensi usahanya. Strategi dalam menjalankan usaha sangat dibutuhkan untuk dapat mempertahankan eksistensinya baik itu pada sumber daya manusia, sumber daya alam, pemasaran, teknologi, dan permodalan yang ada pada industri batu bata (Rusminah, Sayekti, & Taufik, 2022).

Untuk mendapatkan peluang industri perusahaan wajib memakai strategi bersaing yang efektif, yaitu dengan menggunakan *Porter's Five Forces Model*. Porter mengecualikan realitas lainnya yang menjadi bagian dari di mana perusahaan berada. Realitas diantaranya politik, hukum, budaya, dan lain-lain. Realitas tersebut memiliki kekuatan yang nyata sehingga dapat berpengaruh terhadap eksistensi perusahaan (Pranadita, 2021).

Menurut Porter, strategi merupakan alat yang sangat dibutuhkan demi tercapainya keunggulan bersaing (Purwanggono, 2020). Menurut teori yang dikemukakan oleh Porter, penentu keunggulan kompetitif ialah strategi dari

perusahaan, struktur, serta para pesaing. Kemudian, terdapat lima kekuatan kompetitif yang menjadi penentu kekuatan industri. Kelima kekuatan tersebut adalah persaingan antar perusahaan, ancaman masuknya pesaing baru, ancaman dari produk pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok, dan kekuatan tawar menawar konsumen (Elias M. C., 2018).

*Home industry* batu bata memiliki persaingan antar perusahaan yang begitu ketat karena sebagian besar penduduk Desa Adipala bergelut di bidang pembuatan batu bata yaitu pada tahun 2022 terdapat 350 *home industry* batu bata di Desa Adipala. Selain itu, di Desa Adipala terdapat 12 toko bangunan yang menjual barang pengganti batu bata yaitu Hebel dan batako sehingga terdapat ancaman dari produk pengganti batu bata yang mengharuskan batu bata untuk meningkatkan kualitasnya sehingga tidak kalah dalam persaingan (Arianto, 2020). Selanjutnya kekuatan tawar menawar pemasok *home industry* batu bata memiliki kekuatan yang lebih rendah dari pemasok karena bahan bakunya sulit didapatkan apabila musim hujan yang membuat harga bahan baku tidak stabil bahkan mengalami kenaikan harga sebesar 10% dari harga sebelumnya ketika musim kemarau. Sedangkan untuk kekuatan tawar menawar konsumen tergolong cukup kuat, dikarenakan banyaknya *home industry* yang menjual produk yang sejenis sehingga mengakibatkan konsumen tidak memiliki ketergantungan dengan satu produk dan konsumen dapat bebas memilih nilai penawaran yang rendah sehingga kekuatan daya tawar konsumen tinggi (Mulyana, 2021).

Penelitian terdahulu dari Yuda Herman Fanual, Anna Widiastuti, dan Hadi Ismanto (2018) yang berjudul “*Strategi Bersaing Usaha Batu Bata di Desa Segonbugel*” menyatakan bahwa aspek pemasaran memiliki peluang yang besar dalam mempertahankan *home industry* batu bata (Fanual, Widiastuti, & Ismanto, 2018). Namun, pada *home industry* batu bata Adem Ayam Super pada aspek pemasaran masih lemah dan sulit untuk menembus pasar yang luas.



Pernyataan-pernyataan di atas menjelaskan *home industry* batu bata yang mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya bahkan dapat menurunkan eksistensi, menurunkan pendapatan, dan sulitnya perputaran modal membuat para pengrajin batu bata terancam mengalami kemiskinan. Namun, para pengrajin batu bata menerapkan strategi dalam mempertahankan eksistensinya sehingga dapat bangkit dari keterpurukannya.

Strategi yang digunakan oleh pengrajin batu bata dalam mempertahankan eksistensinya, haruslah diterapkan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Sebab, Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Ekonomi Islam dipercaya dapat menjadikan masyarakat sejajar dengan negara lain dalam perkembangan ekonominya. Sehingga perlu adanya kajian yang mendalam dan praktik di dunia usaha agar keinginan masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera dapat terwujud sesuai dengan prinsip syariat Islam (Putri, 2020).

Ekonomi Islam mengizinkan pengusaha untuk menggunakan berbagai strategi dalam menjual produk, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak dilakukan dengan cara yang batil, tidak melakukan penipuan, kecurangan, dan berbuat zalim. Selain itu, dalam ekonomi Islam terdapat larangan untuk melakukan riba dan jual beli dengan maysir maupun garar (Badruzaman, 2019).

Penerapan strategi yang dilakukan oleh *home industry* batu bata di Desa Adipala adalah strategi finansial yang mana dalam modal yang diperoleh berasal dari modal pribadi dan meminjam kepada pihak lain yaitu bank konvensional yang mana dalam kegiatan operasionalnya bank tersebut menggunakan sistem bunga. Masalah ini menjadi salah satu masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah perolehan modal tersebut sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam atau tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Berdasarkan uraian tersebut, maka yang menjadi hal menarik untuk diteliti adalah strategi bertahan seperti apa yang telah diterapkan oleh *home industry* batu bata Adem Ayam Super. Sehingga peneliti berminat untuk

melakukan penelitian dengan mengangkat judul “**Strategi *Home Industry* Batu Bata dalam Mempertahankan Eksistensinya (Studi Kasus pada *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super di Desa Adipala, Cilacap)**”

## **B. Definisi Operasional**

Guna memperoleh gambaran tentang judul penelitian dengan menjelaskan pengertian untuk memudahkan pembaca dan meminimalisir kekeliruan tentang judul penelitian, berikut ini disajikan penegasan istilah dalam judul penelitian:

### **1. Strategi Bertahan *Home Industry***

Menurut Rangkuti (2005:3) kata strategi berasal dari kata *stratos* yang bermakna tentara dan *ego* yang bermakna pemimpin. Strategi memiliki landasan atau skema demi mencapai sasaran yang akan dijadikan tujuan. Jadi pada dasarnya merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi adalah respon yang bersifat terus menerus maupun adaktif terhadap peluang sekaligus ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memberikan pengaruh terhadap suatu organisasi (Antasari & Dwiningrum, 2018).

Strategi bertahan atau biasa dikenal dengan *survival strategy* adalah sebuah pola atau upaya yang disusun manusia atau organisasi untuk bisa menghadapi masalah-masalah yang sedang terjadi. Strategi bertahan juga merupakan kemampuan dalam dengan berbagai cara untuk memperoleh jalan keluar dari masalah yang dihadapi, dengan menggunakan kekuatan elemen-elemen usaha untuk mengatur asset yang dimiliki (Oktavia, 2022).

### **2. Eksistensi**

Eksistensi adalah keberadaan atau suatu kegiatan usaha yang sudah ada sejak dulu dan keberadaannya masih ada hingga saat ini serta masih

diterima oleh masyarakat umum atau lebih eksis di masyarakat. (Rambalang, 2018).

### 3. *Home Industry*

Secara bahasa *home* merupakan rumah, tempat tinggal, atau kampung halaman. Sedangkan *industry* adalah produk yang dijual sebagai hasil dari pengolahan bahan baku suatu usaha yang dilakukan. Jadi, *home industry* adalah usaha yang bersifat individu yang dilakukan di rumah dengan tujuan untuk menghasilkan barang jadi (Fawaid & Fatmala, 2020).

*Home industry* dikenal dengan perusahaan yang kecil karena menjadikan rumah sebagai pusat kegiatan atau usaha rumah tangga yang dikelola oleh keluarga dan memiliki tujuan untuk mendapatkan laba (Ghufroon & Fahmiyah, 2019).

### 4. Batu Bata Adem Ayam Super

Batu bata merupakan kebutuhan bahan bangunan yang sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia. Batu bata terbuat dari bahan baku berupa tanah liat yang kemudian dicetak dan dibakar dengan suhu yang tinggi sehingga menjadi kuat. Bahan campuran dalam pembuatan batu bata bisa dari tanah liat murni maupun campuran komposisi lain seperti menambahkan pasir. Batu bata merupakan bahan bangunan yang mempunyai bentuk prisma segiempat panjang yang dimanfaatkan untuk konstruksi dinding bangunan yang dibuat dengan tanah liat murni dengan atau tanpa campuran bahan aditif yang dibakar dengan menggunakan suhu tertentu. Batu bata secara umum terbuat dari tanah liat murni dengan campuran air, diaduk hingga merata dan dicetak dengan menggunakan cetakan kayu kemudian didiamkan lalu dikeringkan hingga beberapa hari hingga mengering dan pada akhirnya dibakar (Khoufi, Novareza, & Santoso, 2017).

Batu bata Adem Ayem Super merupakan nama dari *home industry* batu bata yang ada di Desa Adipala, Cilacap. Kata “Adem Ayem” berasal dari Bahasa Jawa yang mempunyai makna tenang dan tenteram dengan harapan nama ini membuat masyarakat pengrajin batu bata merasa tenteram. Kemudian kata “Super” berarti batu bata yang dihasilkan oleh *home industry* batu bata mempunyai kualitas yang tinggi dan kualitas super yang bagus untuk digunakan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah mengenai penelitian yang dilakukan dengan menyajikan perumusan masalah dengan pertanyaan :

1. Bagaimana strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya di Desa Adipala Kabupaten Cilacap?
2. Bagaimana strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya di Desa Adipala Kabupaten Cilacap menurut perspektif ekonomi Islam.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya di Desa Adipala Kabupaten Cilacap.
2. Untuk mengetahui strategi *home Industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya di Desa Adipala Kabupaten Cilacap menurut perspektif ekonomi Islam.



Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, baik manfaat secara akademik maupun manfaat secara umum atau praktis.

1. Manfaat Secara Akademik

Dapat dijadikan hal untuk menambah ilmu pengetahuan tentang strategi *home industry* batu bata dalam mempertahankan eksistensinya. Kemudian diharapkan akan bermanfaat sebagai sebuah rujukan dan pengembangan teori pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat secara umum atau praktis

a. Bagi Pemilik *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai evaluasi terkait strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensi usahanya.

b. Pemerintah Desa

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai landasan untuk terus mengembangkan *home industry* batu bata Adem Ayem Super di Desa Adipala, Cilacap supaya lebih maju dan masyarakat dapat lebih sejahtera.

c. Masyarakat

Penelitian ini dapat digunakan oleh kalangan masyarakat luas sebagai media literasi untuk mengetahui tentang strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya.

## E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini bertujuan agar lebih memudahkan pembaca untuk dapat memahami penelitian ini. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan pada bab I memaparkan gambaran secara keseluruhan mengenai penelitian yang dilakukan. Bab pertama ini berisi berbagai hal diantaranya latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori yang menjadikan dasar dalam penelitian ini yang dan menjadikan tumpuan dari penelitian terdahulu untuk keperluan analisis dalam penelitian. Landasan teori tersebut mencakup konsep strategi, konsep *home industry* batu bata, konsep eksistensi, konsep ekonomi Islam, kajian pustaka, dan landasan teologis.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data yang terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.

## BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisi gambaran umum lokasi penelitian meliputi profil tempat *home industry* batu bata Adem Ayem Super di Desa Adipala, Cilacap yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, strategi *home industry* batu bata dalam mempertahankan eksistensinya, dan hasil pembahasan meliputi paparan data, analisis data beserta pembahasannya.

## BAB V KESIMPULAN

Bab ini merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan serta saran terhadap penelitian yang dilakukan dan kata penutup yang merupakan isi akhir dari pembahasan juga dicantumkan referensi dalam penyusunan penelitian.

Kesimpulan berisi hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan disajikan secara ringkas seluruh penemuan dari penelitian yang memiliki hubungan dengan masalah. Saran berisi uraian yang berkaitan dengan langkah-langkah yang harus diambil oleh semua pihak yang berkaitan dengan suatu hasil dari sebuah penelitian yang dilakukan atau bersangkutan.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Strategi

###### a. Pengertian Strategi

Menurut Rangkuti (2005:3) kata strategi berasal dari kata *stratos* yang memiliki arti tentara dan *ego* yang berarti pemimpin. Strategi memiliki dasar atau skema dengan tujuan untuk mencapai sasaran. Maka, pada dasarnya strategi merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan yang akan dicapai. Strategi merupakan langkah yang dilakukan secara terus menerus terhadap peluang serta ancaman yang berasal dari eksternal maupun internal yang dapat saling mempengaruhi dalam organisasi (Antasari & Dwiningrum, 2018).

Menurut Carl Von Clausewitz (dalam wahyudi, 1955), strategi adalah suatu seni yang memakai pertarungan untuk memenangkan suatu perang. Sedangkan menurut Drucker, strategi merupakan melakukan sesuatu dengan benar (*doing the things right*). Strategi adalah apa yang seharusnya kita kerjakan sedangkan taktik adalah bagaimana cara yang dilakukan untuk mengerjakan sesuatu (Purwanto, 2021, p. 39)

Menurut Glueck dan Jauch, strategi merupakan rencana yang dikumpulkan, menyeluruh, dan terpadu yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang guna memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang sesuai oleh perusahaan (Purwanto, 2021, p. 40).

Strategi adalah tindakan potensial yang memerlukan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar di mana



strategi mempengaruhi kesejahteraan jangka panjang suatu organisasi yang berjangka waktu biasanya lima tahun, sehingga berorientasi pada masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsi atau multidimensi dan memerlukan pertimbangan baik faktor dari dalam perusahaan (internal) maupun dari luar perusahaan (eksternal) (David, 2016, p. 12).

Strategi (*strategies*) dimaksudkan untuk pencapaian tujuan jangka panjang (*long-term objectives*). Strategi bisnis mungkin mencakup diversifikasi, ekspansi geografis, pengembangan produk, akuisisi, pengurangan, penetrasi pasar, likuidasi, divestasi, dan *joint venture* (David, 2016, p. 12).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah tindakan yang sudah direncanakan untuk dilakukan dengan cara yang benar demi tercapainya sebuah tujuan atau sasaran tertentu.

#### b. Tingkatan Strategi

Menurut Wheelen dan David (2008), ada beberapa macam tingkatan dalam strategi untuk perusahaan, yaitu:

##### 1) Strategi Korporasi (*Corporate Strategy*)

Strategi korporasi merupakan strategi yang menggambarkan arah perusahaan dengan tujuan mewujudkan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan berbagai macam bisnis lini produk untuk mendapatkan keseimbangan portofolio produk dan jasa (Hunger & Wheelen, 2020, p. 24).

Terdapat tiga macam strategi yang dapat dipakai pada strategi korporasi, yaitu:

a) Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*)

Strategi pertumbuhan merupakan strategi terhadap proses pertumbuhan yang sedang dilewati perusahaan. Strategi pertumbuhan dirancang untuk mencapai pertumbuhan dalam aktiva, laba, maupun gabungan dari semuanya. Perusahaan yang melakukan bisnis harus terus bertumbuh agar dapat bertahan. Dua dasar strategi pertumbuhan adalah konsentrasi pada satu industri dan diversifikasi ke dalam industri lain.

Konsentrasi pada satu industri dibedakan menjadi konsentrasi melalui integrasi vertikal dan integrasi horizontal. Integrasi vertikal dapat dicapai dengan mengambil alih fungsi yang sebelumnya dilakukan oleh pemasok (integrasi ke belakang) atau yang sebelumnya dilakukan oleh distributor (integrasi ke depan) (Hunger & Wheelen, 2020, p. 205). Sedangkan konsentrasi melalui integrasi horizontal yaitu pertumbuhan perusahaan yang dilakukan dengan konsentrasi pada industri yang sekarang, yaitu dengan memperluas perusahaan kedalam geografi yang berbeda atau menambah rentang produk dan jasa yang ditawarkan ke pasar (Hunger & Wheelen, 2020, p. 209).

Strategi diversifikasi dibedakan menjadi dua, yaitu diversifikasi konsentris dan diversifikasi konglomerat. Strategi diversifikasi konsentris merupakan pertumbuhan ke dalam industri yang berkaitan sedangkan diversifikasi konglomerat merupakan pertumbuhan melalui diversifikasi keluar dari sebuah industri dan masuk ke dalam industri yang tidak berkaitan (Hunger & Wheelen, 2020, p. 211).

b) Strategi Stabilitas (*Stability Strategy*)

Strategi stabilitas merupakan strategi dalam menghadapi penurunan penghasilan yang perusahaan sedang hadapi. Strategi stabilitas memiliki strategi turunan yaitu berhenti sejenak atau berlanjut dengan waspada dan strategi tidak berubah atau laba (Hunger & Wheelen, 2020, p. 216).

Strategi berhenti sejenak berlanjut dengan waspada digunakan sebagai strategi yang bersifat sementara yaitu dengan mengistirahatkan usahanya untuk menganalisis pasar selama beberapa waktu sebelum melanjutkan strategi berikutnya (Hunger & Wheelen, 2020, p. 216).

Strategi tidak berubah (*no change*) berarti perusahaan akan memilih untuk tidak melakukan sesuatu hal yang baru dalam kegiatan bisnisnya sehingga perusahaan tetap menjalankan bisnisnya dengan sarana dan strategi yang ada (Hunger & Wheelen, 2020, p. 216).

Sedangkan strategi laba dilakukan ketika perusahaan mengalami kejenuhan dan penurunan daya tarik dari tinggi menjadi sedang sehingga perusahaan dengan posisi kompetitif yang hanya rata-rata akan mengalami penurunan (Hunger & Wheelen, 2020, p. 217).

c) *Retrenchment Strategy*

*Retrenchment strategy* merupakan strategi yang diterapkan untuk menyempitkan atau memperkecil usaha yang dilakukan oleh perusahaan (Asih Handayani, 2021, p. 4).

## 2) Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Strategi bisnis adalah strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis yang menekankan pada persaingan produk atau segmen pasar tertentu (Asih Handayani, 2021, p. 5). Strategi bisnis disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi dengan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa dalam industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh segmen tersebut (Hunger & Wheelen, 2020, p. 24).

Strategi bisnis terdiri dari dua jenis, yaitu *competitive strategy* dan *cooperative strategy*:

### a) *Competitive Strategy*

Porter (2007) menjelaskan strategi bersaing (*Porter's Five Forces*) terdiri dari 3 jenis strategi generik, yaitu, strategi Kepemimpinan biaya (*Cost Leadership*), strategi pembedaan produk (*differentiation*), dan strategi fokus (Elias M. C., 2018).

Strategi kepemimpinan biaya menekankan pada usaha memproduksi produk standar dengan biaya per unit produk yang sangat rendah. Sedangkan strategi pembedaan produk memberikan dorongan kepada perusahaan untuk menemukan keunikan dalam pasar yang menjadi targetnya. Strategi jenis ini biasanya ditujukan kepada konsumen potensial yang tidak mengutamakan harga dalam pengambilan keputusannya. Lalu, strategi fokus berguna untuk membangun keunggulan bersaing pada segmen pasar yang lebih sempit dan ditujukan untuk melayani konsumen yang relatif kecil (Elias M. C., 2018).



### b) *Cooperative Strategy*

*Cooperative strategy* bertujuan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dalam industri kemitraan dengan perusahaan yang sejenis. *Cooperative strategy* terdiri dari dua jenis strategi yaitu strategi kolusi dan kemitraan strategis.

Strategi kolusi merupakan teknik kooperatif perusahaan yang aktif di industri untuk mengurangi jumlah output dan menaikkan harga produk untuk tetap berada di hukum permintaan dan penawaran ekonomi yang normal sedangkan *strategic alliance* (kemitraan strategis), merupakan *partnership* atau bentuk kerjasama antara dua atau lebih perusahaan bisnis untuk mencapai tujuan strategis (Irhas, 2022).

### 3) Strategi Fungsional (*Functional Strategy*)

Strategi fungsional adalah strategi yang berada pada level fungsional. Strategi ini akan meningkatkan daerah fungsional perusahaan sehingga memperoleh keunggulan dalam bersaing. Strategi ini harus berlandaskan pada strategi korporasi dan strategi bisnis (Asih Handayani, 2021, p. 6).

#### a) Strategi Pemasaran

Dengan memanfaatkan strategi pengembangan pasar, perusahaan dapat menangkap pangsa yang lebih besar dari pasar yang ada sebelumnya untuk produk saat ini melalui kejenuhan dan penetrasi pasar atau dapat mengembangkan pasar baru bagi produk yang ada (Hunger & Wheelen, 2020, p. 263).

#### b) Strategi Finansial

Strategi finansial bertujuan untuk menyediakan struktur finansial dan modal atau dana yang cukup dalam rangka

mencapai tujuan umum perusahaan. Strategi ini juga menyediakan keunggulan kompetitif melalui biaya pendanaan yang lebih kecil dan kemampuan untuk memperbesar modal untuk mendukung strategi bisnis. Strategi finansial berupaya untuk memaksimalkan nilai finansial perusahaan (Hunger & Wheelen, 2020, p. 266).

c) Strategi Penelitian dan Pengembangan

Strategi penelitian dan pengembangan digunakan oleh perusahaan yang bergantung dengan teknologi untuk keberhasilan mereka (Hunger & Wheelen, 2020, p. 267).

d) Strategi Operasi

Strategi operasi digunakan untuk menentukan bagaimana dan di mana sebuah produk atau jasa dibuat, tingkat integrasi vertikal yang dibutuhkan, penyebaran sumber daya fisik yang dibutuhkan, dan hubungan dengan pemasok yang diinginkan (Hunger & Wheelen, 2020, p. 269).

e) Strategi Sumber Daya Manusia dan Fungsional Lainnya

Strategi sumber daya manusia digunakan untuk menjawab permasalahan apakah perusahaan harus menyewa karyawan yang tidak terlalu terampil dalam jumlah yang banyak sehingga akan mendapatkan upah yang rendah namun pekerjaan harus dilakukan berulang kali atau menyewa karyawan yang ahli dalam jumlah sedikit namun harus membayar upah yang tinggi (Hunger & Wheelen, 2020, p. 272).

c. Jenis-Jenis Strategi

Menurut Freddy Rangkuti (2014), strategi bisnis dikenal dengan strategi fungsional karena terfokus pada fungsi-fungsi kegiatan

manajemen. Seperti strategi pemasaran, strategi fungsional, strategi produksi, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi yang berkaitan dengan keuangan (Sari, 2022).

Menurut David (2004), strategi terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi, strategi defensive, dan strategi umum Michael Porter (Sari, 2022).

Dalam mengembangkan usaha, perlu adanya strategi yang efektif. Strategi pengembangan usaha merupakan tindakan dalam mencegah masalah-masalah yang muncul serta dapat memberikan petunjuk kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Adapun jenis-jenis strategi pengembangan usaha meliputi:

#### 1) Strategi Integrasi Vertikal

Strategi ini bertujuan supaya perusahaan melakukan pengawasan yang maksimal terhadap distributor, pemasok, dan atau para pesaingnya contohnya melalui manager, akuisisi, atau membuat perusahaan sendiri. Terdapat beberapa strategi yang termasuk strategi integrasi vertikal, yaitu:

- a) *Forward Integration strategy*, strategi ini bertujuan agar perusahaan memiliki kemampuan yang besar dalam mengendalikan para distributor.
- b) *Backward integration strategy*, strategi ini bertujuan agar perusahaan melakukan penawasan terhadap bahan baku supaya lebih ditingkatkan.
- c) *Horizontal Integration Strategy*, strategi ini bertujuan untuk memperoleh kepemilikan atau mengendalikan para pesaing (Alim, 2022).

## 2) Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini membutuhkan usaha-usaha yang intensif guna meningkatkan kedudukan persaingan perusahaan dengan memanfaatkan produk yang ada. Strategi intensif dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a) *Market Penetration Strategy*, strategi ini bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar dengan memperluas usaha pemasaran agar lebih maksimal.
- b) *Market Development Strategy*, strategi ini memiliki tujuan untuk mengenalkan produk-produk maupun jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah yang baru.
- c) *Product Development Strategy*, tujuan dari strategi ini adalah memperbaiki atau mengembangkan produk yang sudah ada sebelumnya (Alim, 2022).

## 3) Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru, strategi ini tidak terlalu dikenal banyak orang, paling tidak dapat ditinjau karena adanya tingkat kesulitan yang tinggi dari sisi manajemen dalam pengendalian aktivitas perusahaan yang berbeda-beda. Strategi ini terbagi menjadi tiga jenis, diantaranya:

- a) *Concentric Diversification Strategy*, strategi ini dilakukan dengan menambah produk dan jasa yang baru namun masih memiliki hubungan dengan produk atau jasa yang sebelumnya.
- b) *Horizontal Diversification Strategy*, strategi ini dilakukan dengan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak memiliki hubungan dengan konsumen yang ada sekarang.
- c) *Conglomerate Diversification Strategy*, strategi ini bertujuan untuk menambah produk baru yang tidak saling berhubungan untuk pasar yang berbeda (Alim, 2022).



#### 4) Strategi Bertahan (*Devensive Strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan dalam melakukan upaya penyelamatan agar terbebas dari kerugian besar yang berakibat kebangkrutan. Bertahan adalah mempertahankan diri dan menguatkan serangan, menjauhi godaan, dan sebagainya (Athaya, 2022).

Strategi bertahan akan dapat berjalan efektif ketika organisasi tersebut mampu beradaptasi terhadap masalah yang terjadi dengan berbagai kondisi (Oktavia, 2022). Strategi bertahan terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya:

- a) *Join Venture Strategy*, maksud dari strategi ini adalah menggabungkan dua perusahaan menjadi satu perusahaan baru yang terpisah dari perusahaan induknya
- b) *Retrenchment Strategy*, strategi ini dilakukan dengan reduksi aset dan biaya perusahaan.
- c) *Divestiture Strategy*, strategi ini digunakan untuk menambah modal dari rencana investasi atau untuk melanjutkan strategi akuisisi yang sudah diputuskan untuk diproses selanjutnya (Oktavia, 2022).
- d. Strategi Bertahan Pada *Home Industry*

Dalam teori industri terdapat teori survival yang berkaitan dengan cara bertahan diri seseorang. Asal kata survival adalah *survive* yang memiliki arti mampu mempertahankan diri terhadap keadaan tertentu, terutama mampu bertahan dari keadaan yang kritis dan buruk. Sedangkan survivor adalah orang yang dapat mempertahankan diri dari keadaan yang buruk. Dalam perusahaan survivor adalah pemilik usaha dan semua yang ada di dalam perusahaan. Sebagian besar perusahaan tidak dapat mempertahankan usahanya ketika krisis dan bangkrut yang karena tidak mempunyai

skema dan skenario serta pilihan yang jelas untuk tetap hidup dan bertahan (Antasari & Dwiningrum, 2018).

Kemampuan dalam bertahan lebih dimiliki oleh usaha kecil dan menengah maupun *home industry* yang secara langsung dikelola oleh pemilik usaha sehingga akan lebih fleksibel dan bisa menyesuaikan serta memiliki kecepatan dan tekad. Munculnya persaingan dan perkembangan teknologi yang sangat cepat merupakan hal yang tidak bisa dihindarkan sehingga *home industry* harus bisa mengerti serta memahami apa yang terjadi di pasar, apa yang diminati para konsumen dan berbagai perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnisnya sehingga dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan yang lainnya. Maka, perusahaan memiliki tuntutan untuk dapat menetapkan dan memilih strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan dan mempertahankan eksistensinya (Jihan Indah Sari, 2021).

Menurut Supratikno (dalam Yustika, 2000: 30), ada lima keadaan yang memungkinkan *home industry* dapat bertahan, yaitu: Pertama, bergerak dalam pasar yang terpecah-pecah sehingga keberadaan skala ekonomi menjadi tidak terlalu penting yang merupakan sebab skala ekonomi usaha besar menjadi tidak menonjol. Kedua, *home industry* menghasilkan produk dengan karakteristik elastisitas pendapatan yang tinggi supaya apabila terdapat kenaikan pendapatan masyarakat maka permintaan akan produk yang dipasarkan juga meningkat. Ketiga, memiliki heterogenitas tinggi khususnya heterogenitas teknologi yang dapat dimanfaatkan sehingga dapat membuat variasi produk yang beragam. Keempat, tergabung dalam suatu sentra industri sehingga dapat memanfaatkan efisiensi kolektif contohnya dalam hal pembelian bahan baku, pemanfaatan tenaga kerja, terampil, dan pemasaran bersama. Kelima, *home industry* diuntungkan oleh lokasi geografis yang membuat produk-

produk *home industry* mendapatkan proteksi alam sebab pasar yang dilayani tidak terjangkau oleh produk-produk oleh industri besar (Antasari & Dwiningrum, 2018).

## 2. Konsep *Home Industry* Batu Bata

### a. Pengertian *Home Industry*

Pengertian *home industry* menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 pasal 1 “*home industry* adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang-undang” (Diana & Laila, 2020). Sedangkan menurut UU No. 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, *home industry* (industri rumahan) adalah industri yang memiliki tenaga kerja terbatas (Suminartini & Susilawati, 2020).

Menurut Haymas (2007:17) “*Home industry* adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki skala kecil dan bersifat tradisional serta informal, maksudnya belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum”. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat didefinisikan bahwa kegiatan *home industry* adalah kegiatan ekonomi yang bertempat di rumah yang dikelola oleh keluarga sendiri (Diana & Laila, 2020).

Usaha kecil atau *home industry* adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri dan dimiliki oleh perorangan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan. Usaha kecil memiliki perbedaan dengan usaha lainnya karena usaha kecil tidak mempunyai sistem pembukuan yang membuat usaha kecil tidak memiliki akses yang memadai untuk melakukan layanan perbankan, mengalami kesulitan dalam meningkatkan usahanya karena keterbatasan teknologi dan kemampuan pengusaha dalam mengembangkan usaha kecil (Ikhsani, Santoso, Fatmah, & Hidayah, 2021).

## b. Karakteristik *Home Industry*

Berdasarkan UU No. 9 tahun 1995, usaha kecil dan menengah memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 yang di dalamnya tidak termasuk tanah serta bangunan tempat pendirian usaha.
- 2) Mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak sebesar 1 miliar.
- 3) Dimiliki oleh warga negara Indonesia (WNI)
- 4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dikuasai usaha besar.
- 5) Bentuk usaha perseorangan, berbadan hukum atau tidak, termasuk koperasi
- 6) Untuk sektor industri memiliki total asset maksimal 5 miliar. Untuk sektor non industri, mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 600.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) (Rochdiani, 2018).

## c. Kajian Batu Bata

### 1) Pengertian Batu Bata

Batu bata menurut SNI 15-2094-2000, SII-0021-78 adalah suatu unsur bangunan yang digunakan untuk pembuatan konstruksi bangunan dan yang terbuat dari tanah dengan atau tanpa campuran bahan-bahan lain, dibakar dengan suhu cukup tinggi, sehingga tidak hancur ketika direndam atau terkena air. Batu bata umumnya berbentuk persegi panjang, mempunyai sudut siku-siku, tajam dan memiliki permukaan rata. Umumnya panjang bata adalah dua kali lebar bata, dan ketebalannya tiga perempat dari lebarnya, ukuran tersebut dipilih supaya batu bata dapat diangkat dengan satu tangan tanpa menggunakan alat bantu (Arief & Syah, 2021).



## 2) Mutu dan Kualitas Batu Bata

Dalam konstruksi dinding, bahan utama batu bata harus berdasarkan syarat mutu yang sesuai dengan SNI 15-2094-2000 yang meliputi beberapa aspek yaitu:

### a) Sifat Tampak

Batu bata untuk pasangan dinding wajib berbentuk prisma segi empat panjang, memiliki rusuk rusuk yang berbentuk siku siku, bidang datar, dan rata serta tidak menunjukkan cacat atau retak.

### b) Ukuran dan Toleransi

Ukuran batu bata antara satu daerah dengan daerah lain tidak sama. Ukuran batu bata biasanya dibentuk sesuai dengan keinginan pembeli, apakah ukuran tersebut sesuai dengan SNI 15-2094-200. Untuk mengatasi hal tersebut maka dilakukan persamaan ukuran dan toleransi sesuai dengan SNI yang berlaku.

### c) Daya Serap Air

Pengujian penyerapan air dilakukan bertujuan untuk mengetahui kemampuan batu bata dalam menyerap air. Batu bata yang mengandung banyak air akan berpengaruh pada pekerjaan pasangan dinding terutama saat pasangan plesteran.

### d) Kuat tekan

Kuat tekan batu bata sangat dibutuhkan untuk mengetahui kekuatan maksimal batu bata dalam menahan tekanan (Arief & Syah, 2021).

### 3. Konsep Eksistensi

#### a. Pengertian Eksistensi

Eksistensi disusun dari bahasa latin yaitu *existere* yang berarti ada, muncul, timbul, dan mempunyai posisi keberadaan yang aktual. *Existere* berasal dari dua kata yaitu *ex* yang mempunyai makna keluar dan *sister* yang mempunyai makna tampil atau muncul. Sehingga, eksistensi merupakan serangkaian proses yang dinamis yang menjadikan sesuatu atau mengadakan sesuatu (keberadaan). Hal ini selaras dengan asal kata dari eksistensi yaitu *existere* yang artinya keluar. Eksistensi bersifat lentur yang dapat mengalami perkembangan maupun kemunduran. Menurut Nadia Juli Andriani (2010) Eksistensi dikenal juga dengan keberadaan. Di mana keberadaan yang dimaksud merupakan adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita (Rambalang, 2018).

Ludwig Binswanger merupakan seorang psikiatri, mendefinisikan eksistensi sebagai analisis fenomenologis mengenai eksistensi manusia yang aktual dengan tujuan untuk rekonstruksi dunia pengalaman batin (Rambalang, 2018).

Eksistensi merupakan kemampuan bertahan yang dilakukan oleh seseorang atau objek untuk memperoleh pengakuan dari orang lain atas keberadaan atau kehadirannya melalui cara mengaktualisasikan potensi-potensi yang dimilikinya karena setiap objek atau individu memiliki potensi berupa ciri khas dan memiliki keunikan yang berbeda-beda (Sayrani, 2019).

Menurut Lena Uli (2014:27) eksistensi berarti pengakuan orang tentang keberadaan kita mempunyai akibat secara langsung kepada bagaimana perasaan kita mengenai diri kita sendiri. Kita tidak mungkin merasa puas jika kita berpikir tidak ada yang memperhatikan kita. Namun, sama halnya ketika orang mengira kita hadir tapi tidak

mengakui kita. Pengakuan dari dua atau lebih orang mengakui keberadaan kita (Syahfey, 2022).

b. Eksistensi atau Keberadaan *Home Industry*

Eksistensi *home industry* di suatu wilayah akan membawa perubahan dan pengaruh terhadap mata pencaharian masyarakat setempat. Terdapat banyak lahan yang beralih fungsi dari yang sebelumnya adalah pertanian menjadi *home industry* akan menyebabkan perubahan mata pencaharian masyarakat. Keadaan masyarakat cenderung mengalami peningkatan pendapatan yang disebabkan karena banyaknya anggota masyarakat yang bergelut di bidang industri (Nuraini, 2018).

Keberadaan industri juga akan memberikan akibat dan pergeseran bagi masyarakat. Seperti pendapat Hatu (2011:8) bahwa pergeseran sosial kultural masyarakat khususnya masyarakat pedesaan, bahwa perubahan tatanan kehidupan masyarakat disebabkan oleh berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, perkembangan komunikasi, kemampuan, serta keinginan masyarakat untuk berpikir maju (Nuraini, 2018).

Keberlangsungan *home industry* merupakan bagaimana pemilik *home industry* dapat mempertahankan usahanya dalam berbagai kondisi usaha, di mana di dalamnya terdapat teknik-teknik untuk mengembangkan usahanya, mempertahankan serta melindungi sumber daya dan memenuhi keperluan yang ada di dalam usaha tersebut. Keberlangsungan usaha dalam penelitian dapat dikaji dengan mengadaptasi beberapa aspek yang penting dalam suatu usaha, diantaranya:

- 1) Permodalan yang termasuk segala aspek tentang modal yang digunakan dan cara menjalankannya.

- 2) Sumber daya manusia yaitu hal-hal yang berhubungan dengan tenaga kerja.
- 3) Produksi yang meliputi bahan baku, dan cara pendapatan bahan baku.
- 4) Pemasaran yang termasuk pengembangan produk, pelayanan, dan distribusi (Rahmawati, 2018).

#### 4. Konsep Ekonomi Islam

##### a. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *al-iqtishad al-Islami*. *Iqtishad* (ekonomi) adalah pemahaman mengenai aturan yang berhubungan dengan kekayaan, produksi, distribusi, dan konsumsi. Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang berlandaskan aturan agama Islam dan didasari oleh tauhid sebagaimana diringkas dalam rukun iman dan rukun Islam (Ibrahim, 2021, p. 54).

Ekonomi Islam adalah ilmu yang berisi tata kehidupan masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi yaitu alokasi dan distribusi kekayaan sumber daya alam yang diimplementasikan berdasarkan Al-Qur'an, hadis, ijma, serta *qiyas* sesuai dengan prinsip syariat Islam untuk mencapai kesejahteraan (Ibrahim, 2021, p. 54).

##### b. Tujuan Ekonomi Islam

Tujuan ekonomi Islam sama halnya dengan tujuan diciptakannya manusia di muka bumi. Karena kegiatan perekonomian adalah sesuatu yang melekat pada manusia dan tidak bisa dipisahkan. Maka, Islam mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi.

Pencapaian tujuan ekonomi pada ekonomi Islam sejalan dengan tujuan syariat Islam itu sendiri (*maqashid syariah*), yaitu mencari maslahat demi kebahagiaan dunia dan akhirat yang dapat diperoleh



melalui pola kehidupan yang baik dan terhormat (Ibrahim, 2021, p. 260).

Tujuan dari ekonomi Islam selain kemaslahatan adalah mewujudkan falah (kesejahteraan). Falah dapat tercapai apabila tercukupinya kebutuhan manusia secara seimbang. Jika salah satu kebutuhan hidup tercukupi namun tidak seimbang maka kehidupan manusia tidak dapat terwujud dengan baik (Ibrahim, 2021, p. 260).

### c. Prinsip Dasar Ekonomi Islam

Prinsip menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan asas (kebenaran yang menjadi landasan berpikir, bertindak, dan sebagainya). Prinsip yang dimaksud adalah landasan berpijak, di mana konsep ekonomi dibangun atas dasar hal tersebut. Secara umum, terdapat 6 (enam) prinsip dasar ekonomi Islam, yaitu :

#### 1) Pengendalian Harta Individu

Harta perlu dikendalikan supaya dapat terus mengalir secara produktif, prinsip ini adalah prinsip yang paling penting dan diemban oleh instrument zakat.

#### 2) Distribusi Pendapatan yang Inklusif

Pada prinsip ini, menekankan pada adanya distribusi kekayaan dan pendapatan dari masyarakat kaya kepada mustahik yang memiliki tujuan untuk menjamin daya beli seluruh lapisan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan.

#### 3) Bertransaksi Produktif dan Berbagi Hasil

Keadilan dalam ekonomi Islam sangat dijunjung tinggi dan penekanan terhadap bagi hasil serta risiko. Pelarangan terhadap riba akan menghapuskan tambahan atas modal yang sudah dipastikan

pada waktu awal yang menyebabkan pemilik modal ikut menanggung risiko dari kegiatan usaha.

#### 4) Transaksi Keuangan Terkait Erat Sektor Riil

Berdasarkan ekonomi Islam, transaksi keuangan harus berlandaskan transaksi pada sektor riil. Berdasarkan prinsip ini, terjadinya transaksi keuangan hanya jika ada transaksi riil yang harus difasilitasi oleh transaksi keuangan.

#### 5) Partisipasi Sosial untuk Kepentingan Publik

Pada ekonomi Islam pencapaian tujuan sosial diusahakan secara maksimal dengan menafkahkan sebagian harganya guna kepentingan bersama. Pengaplikasian dari prinsip ini jika dikelola secara optimal dan produktif akan menambah sumber daya publik dalam kegiatan ekonomi.

#### 6) Bertransaksi atas Kerja Sama dan Keadilan

Ekonomi Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, kerja sama, dan keseimbangan. Setiap transaksi jual beli harus mematuhi peraturan yang sudah ditetapkan oleh syariat (Ibrahim, 2021, p. 271).

## B. Kajian Pustaka

Sebelum peneliti memaparkan lebih lanjut mengenai strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya, peneliti mendapatkan rujukan dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

Lucia Sepdwi Antasari dan Irene Astuti Dwiningrum (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi Bertahan Industry Tenun Tradisional Santa Maria Boro, Banjarsari, Kulon Progo, Yogyakarta*” menyatakan bahwa

terdapat tiga strategi dalam mempertahankan industri yaitu strategi produksi, harga, dan pemasaran. Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel strategi bertahan dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini adalah lokasi penelitian di Banjarsari, Kalibawang, Kulon Progo, Yogyakarta serta subjek penelitian adalah pengrajin tenun tradisional Santa Maria Boro (Antasari & Dwiningrum, 2018).

Fitah Rizqia Rahmawati dalam penelitiannya yang berjudul “*Eksistensi Industri Batu Bata Merah di Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro*” menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi industri batu bata adalah bahan baku, tenaga kerja, dan modal kemudian strategi bertahan industri batu bata yaitu dengan meminjam modal, membuat inovasi baru batu bata, dan pola pemasaran industri batu bata. Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel eksistensi industri batu bata dan subjek penelitian adalah pengrajin batu bata. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif serta lokasi penelitian di Desa Ledok Kulon Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro (Rahmawati, 2018).

Febri Arianto dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi dan Perjuangan Home Industry Batu Bata dalam Mempertahankan Eksistensinya di Desa Gunung Rejo Kecamatan Waylana Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung*” menyatakan bahwa strategi yang baik yang dapat diterapkan dalam usaha batu bata adalah pengrajin memiliki manajemen yang baik dan modal yang lengkap, yaitu pengrajin menjadikan kerajinan sebagai pekerjaan utama. Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel eksistensi, jenis penelitian kualitatif, serta subjek penelitian adalah pengrajin batu bata. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah lokasi penelitian yang berada di Desa Gunung Rejo Kecamatan Waylana Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung (Arianto, 2020).

Mastur Majib Ikhsani, Selamat Eko Budi Santoso, Fatmah Bagis, dan Arini Hidayah dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategies for Increasing*

*the Competitive of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Banyumas During the Covid-19 Pandemi*” menyimpulkan bahwa salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah memperkuat kemitraan dengan pemangku kepentingan dan menerapkan prinsip membangun bisnis bersama. Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel strategi dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, subjek penelitian adalah pemilik UMKM di Banyumas dan lokasi penelitian di Banyumas (Ikhsani, Santoso, Fatmah, & Hidayah, 2021).

Sani Rusminah, Levia Anggit Sayekti dan Muhammad Taufik dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi Kontinuitas Bisnis melalui Analisis SWOT pada Sentra UMKM Batu Bata dan Genting di Kabupaten Lamongan*” menyimpulkan bahwa pelaku usaha harus mempunyai jiwa wirausaha agar bisnis dapat tetap berjalan meskipun banyak pesaing dan dapat memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran. Persamaan dengan penelitian ini yaitu subjek penelitian adalah pengrajin batu bata, variabel strategi, dan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah variabel analisis SWOT dan lokasi penelitian di Kabupaten Lamongan (Rusminah, Sayekti, & Taufik, 2022).

Sahirul Alim dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi Survival Pelaku UMKM di Masa Pandemi*” menyimpulkan bahwa Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha konveksi adalah (Strategi intensif) dan menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*). Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel strategi, metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah subjek penelitian yaitu pengusaha konveksi dan lokasi penelitian di Desa Kediri Selatan (Alim, 2022).



Penelitian terdahulu di atas, disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Lucia Sepdwi Antasari dan Siti Irene Astuti Dwiningrum (2018) <i>“Strategi Bertahan Industri Tenun Tradisional Santa Maria Boro, Banjarsari, Kulon Progo, Yogyakarta”</i>	Terdapat tiga strategi untuk mempertahankan industri yaitu strategi produksi, harga, dan pemasaran.	Variabel strategi bertahan dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Lokasi penelitian di Banjarsari, Kalibawang, Kulon Progo, Yogyakarta dan subjek penelitian adalah pengrajin tenun tradisional santa maria boro
2	Fitah Rizqia Rahmawati (2018) <i>“Eksistensi Industri Batu Bata Merah di Desa Ledok Kulon Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro”</i>	Faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi industri batu bata adalah bahan baku, tenaga kerja, modal, dan pemasaran. Strategi bertahan industri bata yaitu dengan meminjam modal, membuat inovasi baru batu bata, dan pola pemasaran industri batu bata.	Variabel eksistensi industri batu bata dan subjek penelitian adalah pengrajin batu bata	Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan lokasi penelitian di Desa Ledok Kulon Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro.
3	Febri Arianto (2020) <i>“Strategi dan Perjuangan Home Industry Batu Bata dalam Mempertahankan Eksistensinya di Desa Gunung Rejo Kecamatan Waylana Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung”</i>	Strategi yang baik yang dapat diterapkan dalam usaha batu bata ini adalah pengrajin memiliki manajemen yang baik dan modal yang lengkap, yaitu pengrajin batu bata menjadikan kerajinan sebagai pekerjaan utama.	Jenis penelitian kualitatif, variabel strategi untuk mempertahankan eksistensi dan subjek penelitian adalah pengrajin batu bata	Lokasi Penelitian di Desa Gunung Rejo Kecamatan Waylana Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung.

No	Nama dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Mastur Majib Ikhsani, Selamat Eko Budi Santoso, fatmah Bagis, dan Arini Hidayah (2021) <i>“Strategies For Increasing The Competitiveness of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Banyumas during the Covid-19 Pandemic”</i>	Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah memperkuat kemitraan dengan pemangku kepentingan dan menerapkan prinsip membangun bisnis bersama.	Variabel strategi dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Metode penelitian kuantitatif, subjek penelitian adalah pemilik UMKM di Banyumas, dan lokasi penelitian di Banyumas.
5	Sani Rusminah, Levia Anggit Sayekti, dan Muhammad Taufik (2022) <i>“Strategi Kontinuitas Bisnis melalui Analisis Swot pada Sentra UMKM Batu Bata dan Genting di Kabupaten Lamongan”</i>	Pelaku usaha harus mempunyai jiwa wirausaha agar bisnis dapat tetap berjalan meskipun banyak pesaing dan dapat memasarkan produk melalui teknologi	subjek penelitian adalah pengrajin batu bata, variabel strategi, dan metode penelitian kualitatif	Variabel analisis SWOT dan lokasi penelitian di Kabupaten Lamongan.
6	Sahirul Alim (2022) <i>“Strategi Survival Pelaku UMKM di Masa Pandemi”</i>	Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha konveksi adalah (Strategi intensif) dan menerapkan strategi bauran pemasaran ( <i>marketing mix strategy</i> )	Variabel Strategi, metode penelitian kualitatif	Subjek penelitian adalah pengusaha konveksi, dan lokasi penelitian di Desa Kediri Selatan

### C. Landasan Teologis

#### 1. Strategi Bertahan

Setiap bisnis pasti memiliki hambatan dalam mengembangkan bisnisnya namun tetap ada jalan keluar berupa strategi yang memberikan kemudahan bagi bisnis untuk tetap bertahan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Insyirah ayat 5-6:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

Ayat tersebut menguraikan akan adanya kemudahan sesudah kesulitan yaitu dengan adanya keringanan beban dan kelapangan yang diraih dengan sikap yang optimis, tabah, dan sabar (Chodijah, 2021).

## 2. Strategi Korporasi

Strategi korporasi merupakan bentuk strategi organisasi bisnis sebagai aktivitas komersial guna mendapatkan profit (laba) dengan menjalankan suatu aktivitas yang menghasilkan barang atau jasa (Sudiantini, 2022, p. 74). Profit yang dihasilkan dapat diperoleh dengan berniaga dan berinvestasi dengan cara yang diperbolehkan dalam Islam. Allah menghalalkan mengambil keuntungan dan mengharamkan riba (Kamaruzzaman, 2022). Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah sebagai berikut:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”(QS. Al Baqarah :275).

Berdasarkan tafsir Ibnu Katsir, Allah SWT membedakan antara jual beli dengan riba secara hukum. Allah mengetahui semua perkara dan kemaslahatannya bagi hamba-Nya, hal yang bermanfaat bagi hamba-Nya akan dihalalkan-Nya bagi hamba-Nya, dan hal yang membahayakan hamba-Nya akan diharamkan-Nya karena kasih sayang Allah SWT kepada hamba-Nya lebih besar daripada sayangnya seorang ibu kepada anak bayinya (Ghafar, 2004, p. 545).

### 3. Strategi bisnis (Persaingan)

Konsep persaingan bisnis yang dimaksud dipaparkan dalam Al-Qur'an adalah sebuah konsep persaingan yang mewajibkan para pebisnis bersaing dengan sportif. Persaingan bisnis yang dimaksud menurut Islam adalah persaingan bisnis yang sehat, jujur, simpatik, berperilaku baik, adil, dan menjalin silaturahmi agar mempererat tali persaudaraan (Hofifah, 2020). Allah SWT berfirman dalam surat Al-Qasas ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ۗ ٧٧

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam melakukan suatu hak kepada manusia yang lain harus dilakukan dengan baik dan jangan melakukan perbuatan yang tidak baik supaya Allah memberikan nikmat dan kebahagiaan terhadap hamba-Nya. Kemudian, di dalam Al-Qur'an juga tidak diperbolehkan melakukan persaingan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya tanpa adanya nilai-nilai syariah di dalamnya (Hofifah, 2020).

### 4. Strategi fungsional

Strategi fungsional dapat dilakukan dengan dengan melakukan strategi pemasaran, strategi finansial, strategi operasional, dan strategi sumber daya manusia.



a. Al-Baqarah ayat 29

Sumber daya alam diciptakan oleh Allah supaya dapat dimanfaatkan oleh umat manusia. Seluruh isi bumi diciptakan oleh Allah untuk kepentingan manusia, sebagaimana firman Allah berikut:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ۚ

“Dia yang menciptakan untukmu apa-apa yang di bumi semuanya, kemudian disengajaNya menjadikan langit, lalu diperbuatNya tujuh langit. Dan Dia Maha mengetahui tiap-tiap sesuatu” (QS.Al Baqarah: 29).

Berdasarkan tafsir Quran Karim, pada ayat 29 tersebut menerangkan bahwa Allah menjadikan apa-apa yang ada di bumi untuk kamu (hai kaum muslimin) barang-barang tersebut adalah barang yang dikeluarkan dari dalam tanah. Barang yang dimaksud adalah emas, perak, batu arang, minyak dan sebagainya. Oleh sebab itu, seharusnya kaum muslimin khususnya dan rakyat Indonesia umumnya berusaha mengeluarkan hasil bumi Indonesia yang kaya raya supaya mencapai kemakmuran bersama (Yunus M., 2004, p. 7).

b. Al-Qasas ayat 26

Sumber daya manusia yang baik adalah suatu individu muslim yang mempunyai dua sifat mendasar yaitu kuat dan dapat dipercaya (amanah). Sebagaimana dalam surat Al-Qasas ayat 26 Allah SWT berfirman:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ۖ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ۚ

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil

untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".

Ayat ini merupakan ayat yang menjadi dasar hukum dalam proses seleksi calon tenaga kerja. Calon tenaga kerja diseleksi pengetahuan serta kemampuan teknisnya sesuai dengan beban dan tanggung jawab terhadap pekerjaannya. Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin selalu menerapkan prinsip untuk tidak memberikan tugas dan tanggung jawab terhadap orang yang tidak bisa mengembannya (Rahman, 2020).



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Metode penelitian pada hakikatnya adalah langkah ilmiah guna memperoleh data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Moleong (2010), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan tata cara atau prosedur analisis yang tidak memanfaatkan prosedur analisis statistik atau prosedur kuantifikasi lainnya (Khoiron, 2019, p. 6). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian berdasarkan pada filsafat postpositivisme, dimanfaatkan untuk meneliti pada kondisi objek yang bersifat alamiah, di mana peneliti merupakan instrument kunci, teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi (gabungan), analisis data memiliki sifat kualitatif, dan penelitian kualitatif mendapatkan hasil berupa makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2019).

Jenis penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu peneliti mengamati serta berpartisipasi secara langsung di lokasi keberadaan data (Sugiarti, Andalas, & Setiawan, 2020, p. 39). Penelitian lapangan ini menggunakan pengamatan dengan bentuk studi kasus. Studi kasus adalah strategi penelitian yang melingkupi penyelidikan secara cermat suatu program, aktivitas, peristiwa, tahapan, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh aktivitas dan waktu serta peneliti mencari serta mengumpulkan informasi secara lengkap dengan melakukan berbagai prosedur pengumpulan data sesuai dengan waktu yang ditentukan (Khoiron, 2019, p. 8).

Penelitian ini dilakukan dengan meneliti objek secara langsung mengunjungi tempat penelitian untuk memperoleh hasil yang maksimal tentang kegiatan di *home industry* batu bata Adem Ayem Super Desa Adipala, Cilacap mengenai strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super.

Kemudian mencari informasi berupa data-data yang mendukung penelitian ini. Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana strategi *home industry* batu bata dalam mempertahankan eksistensinya (studi kasus pada *home industry* batu bata Adem Ayem Super di Desa Adipala Kabupaten Cilacap). Oleh karena itu diharapkan penulis dapat memperoleh jawaban dari berbagai permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian ditentukan berdasarkan perkiraan asal data diperoleh. Tempat penelitian dalam penelitian ini adalah pada *home industry* batu bata Adem Ayem Super tepatnya di Desa Adipala Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap.

Peneliti memilih lokasi desa Adipala karena peneliti melihat suatu kondisi yang mana Desa Adipala mayoritas penduduknya berprofesi sebagai pengrajin batu bata. Batu bata Adem Ayem super dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki keunikan dan potensi yang lebih tinggi dibandingkan pengrajin batu bata di sekitarnya, sebab *home industry* batu bata Adem Ayem Super sudah berdiri sejak lama, yaitu tahun 1970 sehingga untuk saat ini umurnya adalah 53 tahun, kemudian dari segi pemasaran sudah meluas hingga ke kabupaten lain dan memiliki pemasaran secara online. Karena alasan itulah yang membuat peneliti memilih untuk meneliti di *home industry* batu bata Adem Ayem Super di Desa Adipala, Cilacap.

### **2. Waktu Penelitian**

Waktu merupakan kapan peneliti melakukan sebuah penelitian berdasarkan jangka waktu tertentu untuk mendapatkan data. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan April 2022 sampai dengan bulan Maret 2023.



### C. Subjek dan Objek Penelitian

#### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan batasan penelitian di mana peneliti bisa menentukannya dengan benda, hal atau orang untuk melekatkan variabel penelitian. Untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan strategi *home industry* batu bata dalam mempertahankan eksistensinya sumber data sekaligus subjek dalam penelitian ini adalah pengrajin batu bata Adem Ayem Super yang terdiri dari pemilik dan pekerja.

#### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Objek penelitian di dalam penelitian ini adalah strategi yang digunakan *home industry* batu bata tradisional Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya di Desa Adipala, Cilacap.

### D. Jenis dan Sumber Data

#### 1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:296) sumber data primer merupakan sumber data yang memberikan data kepada pengumpul data secara langsung (Sugiyono, 2019, p. 296). Data secara langsung diperoleh peneliti dari objek penelitian dilakukan atau sumber pertama penelitian dilakukan. Data ini diperoleh dari pemilik usaha yang disebut sebagai informan kunci, pekerja sebagai informan utama dan masyarakat sebagai informan tambahan.

Data primer dari penelitian ini adalah hasil wawancara dengan informan dengan menggunakan daftar pertanyaan kepada pengrajin batu bata Adem Ayem Super di Desa Adipala, Cilacap, hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan kasus yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data jumlah pengrajin batu bata di Desa Adipala, Cilacap
- b. Data perubahan harga batu bata selama lima tahun terakhir
- c. Data pendapatan pengrajin batu bata
- d. Data perbandingan harga batu bata dan barang substitusi batu bata
- e. Data identitas pemilik dan pekerja *home industry* batu bata Adem Ayem Super

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, contohnya melalui orang lain maupun melalui dokumen (Sugiyono, 2019, p. 296).

Pada penelitian ini sumber dari data sekunder tersebut berupa gambar terkait lokasi dan waktu, buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya serta data-data dari kantor Desa Adipala, Cilacap.

## E. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang paling penting dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Hardani, 2020, p. 121). Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya:

### 1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data secara pengamatan terhadap suatu kegiatan yang sedang berlangsung (Hardani, 2020, p. 124). Menurut Nasution (1988) menyatakan bahwa observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja jika terdapat data, yaitu fakta tentang dunia kenyataan yang didapatkan dengan melakukan observasi (Sugiyono, 2019, p. 297).

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung berkaitan dengan strategi yang digunakan *home industry* batu bata dalam mempertahankan eksistensinya. Observasi tersebut dilakukan pada *home industry* Adem Ayam Super di Desa Adipala, Cilacap. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, yaitu peneliti mengikuti atau terlibat dengan aktivitas sehari-hari orang yang menjadi subjek penelitian atau sebagai sumber data penelitian. Ketika melakukan pengamatan, peneliti ikut berpartisipasi melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data dan ikut merasakan suka maupun duka. Dengan observasi partisipatif, maka akan mendapatkan data yang lebih lengkap, tajam, dan jelas (Sugiyono, 2019, p. 298).

## 2. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data yang dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif. Wawancara ialah tanya jawab dengan cara lisan oleh dua orang atau lebih yang mempunyai maksud tertentu (Hardani, 2020, p. 137). Esterberg (2002) menyatakan beberapa macam wawancara, yaitu sebagai berikut:

### a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur dimanfaatkan sebagai teknik dalam mengumpulkan data, jika pengumpul data sudah mengetahui dengan pasti mengenai informasi apa yang akan didapatkan. Maka, ketika melakukan wawancara, pengumpul data sudah menyiapkan instrument penelitian yang berisi tentang pertanyaan-pertanyaan tertulis yang cadangan atau alternatif jawabannya sudah dipersiapkan (Sugiyono, 2019, p. 305).

### b. Wawancara Semi Terstruktur (*Semi structure Interview*)

Wawancara ini termasuk dalam jenis *in-dept interview*, yang dalam pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan

wawancara terstruktur. Wawancara ini memiliki tujuan yaitu untuk mendapatkan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang menjadi sumber informasi diminta pendapat dan ide-idenya. Maka, peneliti harus mendengarkan secara teliti dan mencatat informasi yang diperoleh (Sugiyono, 2019, p. 306).

c. Wawancara Tak Berstruktur (*Unstructural Interview*)

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas yaitu peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah dibuat atau disusun secara sistematis dan lengkap dalam mengumpulkan datanya. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka digunakan untuk mendapatkan data penelitian pendahuluan, peneliti berupaya mendapatkan informasi awal mengenai berbagai isu atau permasalahan yang terdapat pada objek (Sugiyono, 2019, p. 306).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur yaitu bertatap muka secara langsung dengan informan yaitu pengrajin batu bata Adem Ayem Super untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian. Pertanyaan dalam wawancara mendalam tersebut mengenai pendapat, sikap, pengalaman pribadi dan data-data yang mendukung penelitian ini.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang bermakna barang-barang yang tertulis. Metode dokumentasi memiliki arti metode pengumpulan data dengan melakukan pencatatan data yang sudah ada sebelumnya. Metode dokumentasi lebih mudah digunakan dibandingkan dengan metode pengumpulan data yang lainnya. Teknik pengambilan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Hardani, 2020, p. 149).



Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah terlewati. Dokumen dapat berwujud gambar, tulisan, maupun karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berupa tulisan contohnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, cerita, peraturan, dan kebijakan. Dokumen berupa gambar, contohnya gambar hidup, sketsa, foto, dan lain-lain. Dokumen yang berupa karya seni, contohnya gambar, film, patung, dan lain-lain (Sugiyono, 2019, p. 314).

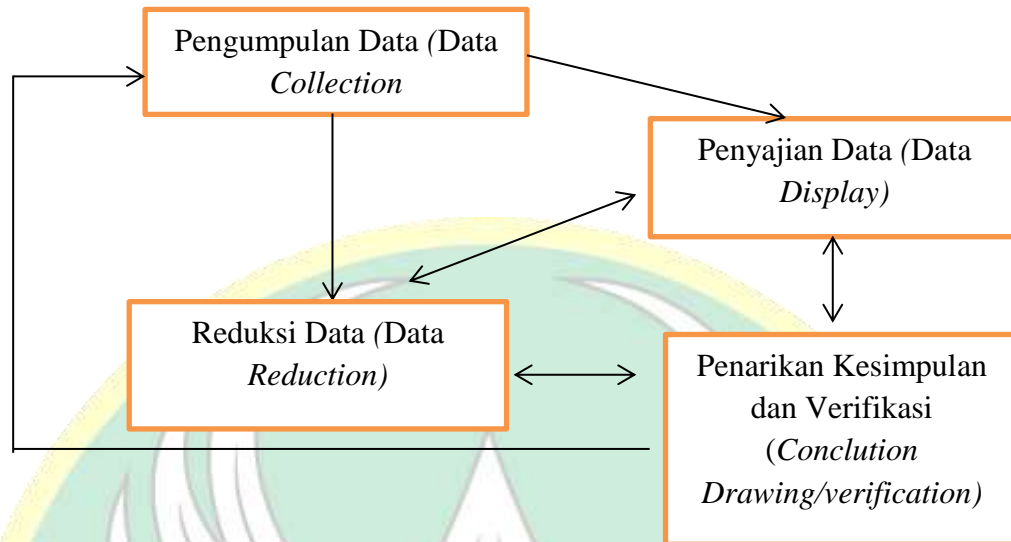
Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mempertahankan eksistensinya di Desa Adipala, Cilacap yang berupa dokumentasi-dokumentasi proses pembuatan batu bata dan dokumentasi pemasaran batu bata.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan tahapan mencari dan menyusun data yang diperoleh secara sistematis dari hasil wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan yang dijabarkan ke dalam berbagai kategori sehingga dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019, p. 320).

Teknik menganalisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman yaitu analisis interaktif model. Menurut Miles and Huberman (1984), menyatakan bahwa kegiatan pada penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas yang menyebabkan data menjadi jenuh (Sugiyono, 2019, p. 321). Analisis menurut Miles dan Huberman (1992) dikategorikan menjadi tiga alur, ketiga alur yang ditunjukkan pada gambar berikut:

**Gambar 3.1**  
**Komponen dalam Analisis Data**



Sumber : Miles dan Huberman (1984)

#### 1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pada penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan dari tiga cara tersebut (triangulasi) (Sugiyono, 2019, p. 323).

#### 2. Reduksi data

Reduksi data berarti membuat ringkasan (merangkum), memilih hal-hal yang menjadi inti, memfokuskan terhadap hal-hal yang dianggap penting, mencari tema dan polanya, sehingga data yang direduksi akan memberikan bayangan secara lebih jelas, dan peneliti dapat dengan mudah melakukan pengumpulan data berikutnya dan mencari apabila dibutuhkan (Sugiyono, 2019, p. 323).

Dalam penelitian ini, setelah peneliti mengumpulkan data selanjutnya peneliti membuat ringkasan, menggolongkan, membuang yang tidak diperlukan dan memfokuskan pada data yang penting saja sehingga didapatkan suatu kesimpulan.

### 3. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian menurut Miles dan Huberman adalah himpunan informasi yang teratur yang memberikan peluang adanya pengambilan simpulan serta pengambilan tindakan (Hardani, 2020, p. 167). Pada penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sebagainya. Penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2019, p. 325). Pada penelitian ini data disajikan dalam bentuk narasi, diagram, dan tabel.

### 4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap selanjutnya dari analisis data penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah pengambilan atau penarikan kesimpulan dan verifikasi. Simpulan merupakan inti temuan penelitian yang mencerminkan pernyataan-pernyataan terakhir berdasarkan pada penjelasan-penjelasan sebelumnya (Hardani, 2020, p. 171).

Kesimpulan pada penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai suatu obyek yang sebelumnya masih gelap atau remang-remang sehingga menjadi jelas setelah dilakukan penelitian, kesimpulan dapat berbentuk hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2019, p. 329).

Pada tahap ini peneliti membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan subjek penelitian kemudian ditarik sebuah simpulan. Adapun teknik verifikasi pada penelitian ini yaitu sumber dan dokumen.

## G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Data yang sudah dikumpulkan tidak dapat dipercayai begitu saja

sehingga perlu diuji dengan triangulasi. Metode triangulasi sebenarnya adalah mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Hardani, 2020, p. 154). Untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

#### 1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang didapatkan dari beberapa sumber yang berbeda (Sugiyono, 2019, p. 369). Untuk mengoreksi data pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pemilik kemudian melakukan wawancara dengan pekerja untuk mendapatkan informasi dari objek yang sama supaya mendapatkan informasi yang lebih akurat mengenai *home industry* batu bata Adem Ayem Super.

#### 2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan berbagai teknik. Misalkan data yang didapatkan dari hasil wawancara dicek kembali dengan observasi, dokumentasi, maupun kuisisioner (Sugiyono, 2019, p. 369). Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengecekan data dengan menggunakan triangulasi teknik yaitu dengan mengumpulkan data dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi di *home industry* batu bata Adem Ayem Super.



## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Profil Desa Adipala

Desa Adipala merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah dengan luas 447.894 Ha. Dengan batas wilayah sebelah utara berbatasan dengan Desa Karang Sari, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Bunton, sebelah barat berbatasan dengan Desa Penggalang, dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Adiraja Kulon. Desa Adipala berjarak 1 km dengan pusat pemerintahan kecamatan, sedangkan jarak dari pusat pemerintahan kota adalah 21 km. Desa Adipala terbagi menjadi 7 dusun diantaranya adalah Dusun Adipala Kulon, Dusun Adipala Wetan, Dusun Adipala Kidul, Dusun Ciwiru, Dusun Sumpilan, Dusun Kebon Dalem, dan Dusun Plikon.

Berdasarkan buku monografi Desa Adipala pada bulan Desember tahun 2022, jumlah penduduk Desa Adipala adalah 13.670 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 4.237 KK. Penduduk laki-laki sebanyak 6.916 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 6.754 jiwa. Berikutnya untuk penduduk usia 0-15 tahun sebanyak 2.917 jiwa, usia 16-65 tahun sebanyak 9.718 jiwa dan untuk usia 65 tahun ke atas adalah sebanyak 1.138 jiwa. Berdasarkan jumlah penduduk tersebut, mayoritas penduduk di Desa Adipala, Cilacap berusia produktif. Penduduk yang berusia produktif tentunya aktif dalam bekerja dan berkeaktifitas menciptakan inovasi-inovasi baru untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya.

Desa Adipala merupakan sebuah desa yang terkenal sebagai desa dengan *home industry* batu bata yang cukup banyak. Berikut adalah data jumlah pengrajin batu bata di Desa Adipala:

**Tabel 4.1**  
**Data Masyarakat Pengrajin Batu Bata di Desa Adipala**

No	Nama Dusun	Jumlah Kepala Keluarga (KK) Pengrajin Batu Bata Merah
1	Adipala Kulon	16
2	Adipala Wetan	4
3	Adipala Kidul	156
4	Ciwiru	20
5	Sumpilan	6
6	Kebon Dalem	148
Jumlah		350

Sumber: Data Statistik Pekerjaan Desa Adipala tahun 2022

Berdasarkan data di atas, terdapat satu dusun yang tidak bergerak di sektor batu bata yaitu Dusun Plikon, hal ini disebabkan karena sebagian besar penduduk Dusun Plikon bekerja sebagai petani.

## 2. Sejarah *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super

Desa Adipala dikenal sebagai desa yang memproduksi batu bata. Pencetus produksi batu bata pertama kali di Desa Adipala, Cilacap bernama Bapak Jur Jaeni. Seiring berjalannya waktu, banyak warga yang mengikuti jejak Bapak Jur Jaeni untuk bergelut di sektor batu bata. Hal tersebut disebabkan karena pada saat itu, di Desa Adipala masih terdapat banyak tanah liat dan proses produksi batu bata terbilang mudah dan tidak memerlukan pendidikan serta keahlian khusus. Hampir 50% penduduk Desa Adipala bergelut di sektor tersebut yang menyebabkan batu bata yang diproduksi oleh masyarakat desa Adipala meluas dan dikenal oleh banyak orang.

Salah satu *Home industry* batu bata di Desa Adipala adalah *home industry* batu bata Adem Ayem Super milik Bapak Kasa Wito Prayitno yang sudah berdiri sejak tahun 1970 hingga sekarang. Sehingga umur dari *home industry* tersebut sudah 53 tahun, dan termasuk pelopor batu bata di Desa Adipala. *Home industry* tersebut didirikan setelah Bapak Kasa Wito Prayitno menikah dengan istrinya dan menetap di Desa Adipala. Bapak

Kasa Wito Prayitno melihat potensi yang ada pada waktu itu yaitu tanah liat yang masih banyak berada di sekitar pekarangan rumahnya sehingga Bapak Kasa Wito Prayitno memanfaatkan persediaan tanah liat tersebut untuk mendirikan *home industry* batu bata Adem Ayem Super. Bapak Kasa Wito Prayitno menggunakan merek Adem Ayem Super hingga saat ini karena sudah terkenal sehingga akan memberikan citra merek pada produk yang dijualnya.

Sejarah penggunaan merek Adem Ayem Super pada awalnya karena para pengrajin batu bata di Desa Adipala mempercayakan produknya untuk dipasarkan oleh PT Adem Ayem milik Bapak Amin Warso. Karena dipasarkan oleh PT tersebut, batu bata di Desa Adipala diberi merek Adem Ayem Super atau biasa dikenal dengan nama AA Super. Kata Adem Ayem memiliki arti tenteram sedangkan super berarti batu bata yang dihasilkan memiliki kualitas super. Namun, karena sudah cukup terkenal, pada saat ini merek tersebut sudah tidak dipakai lagi oleh para pengrajin batu bata. Mayoritas para pengrajin batu bata tidak memakai merek, namun ada sebagian yang masih memakai merek tersebut termasuk *home industry* batu bata yang dimiliki oleh Bapak Kasa Wito Prayitno

3. Data *home industry* Batu Bata Adem Ayem Super
  - a. Nama : Adem Ayem Super
  - b. Pemilik Usaha : Kasa Wito Prayitno
  - c. Tahun Berdiri : 1970
  - d. Bentuk Usaha : Perseorangan
  - e. Alamat : Desa Adipala, Kecamatan Adipala,  
Kabupaten Cilacap
  - f. Produk : Batu Bata
  - g. Wilayah Pemasaran : Cilacap, Banyumas, Banjarnegara,  
Kebumen, Brebes
  - h. Jumlah Pekerja : 4

#### 4. Letak *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super

*Home industry* batu bata Adem Ayem Super terletak di Desa Adipala RT 06/RW 05, Kecamatan Adipala, Kabupaten Cilacap. *Home industry* tersebut memiliki batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Gang Munduh
- b. Sebelah Selatan : Rumah warga
- c. Sebelah barat : Jalan Wiling
- d. Sebelah timur : Rumah warga

#### 5. Struktur Organisasi *Home Industry* Batu Bata

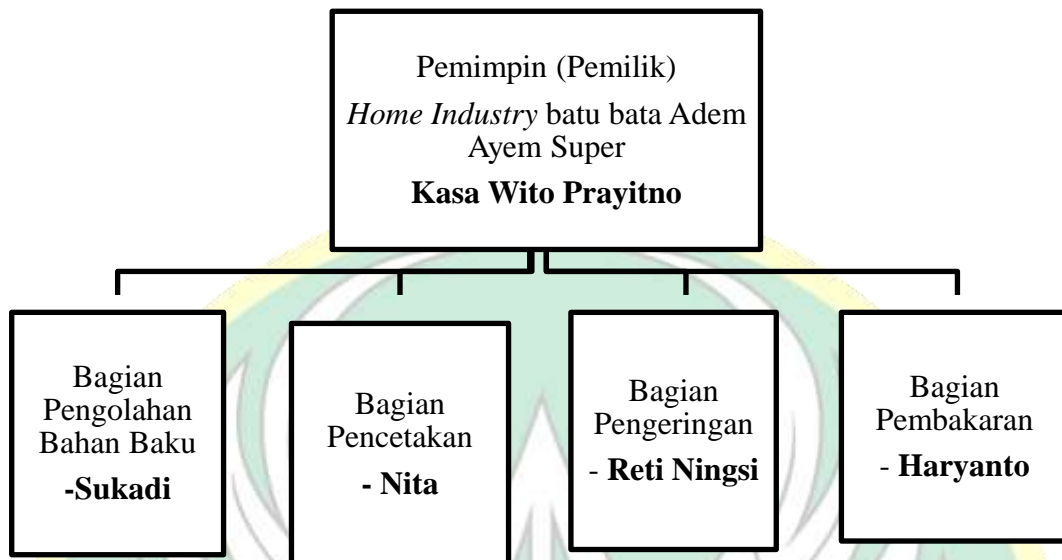
Struktur organisasi adalah gambaran dari pembagian wewenang serta tanggung jawab dan hubungan vertikal serta horizontal dari suatu organisasi dalam melaksanakan aktivitasnya (Nurlia, 2019).

Struktur organisasi setiap *home industry* pasti berbeda, hal ini dikarenakan struktur organisasi yang digunakan harus sesuai dengan jenis dan kegiatan yang dilakukan perusahaan agar organisasi dapat tetap beroperasi dengan lancar dan efektif dalam mencapai tujuan. Tujuan organisasi ini dibentuk untuk mengatur dan membagi tugas pada setiap anggota organisasi. Struktur organisasi merupakan faktor yang penting agar suatu organisasi dapat tumbuh ke depan menuju kemajuan yang pesat untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan misi yang mana akan menentukan mekanisme orang-orang yang bekerja dalam organisasi (Nurlia, 2019).

*Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super dalam kegiatan operasionalnya dipimpin langsung oleh Bapak Kasa Wito Prayitno dengan jumlah tenaga kerja berjumlah empat orang yaitu dua laki-laki dan dua perempuan. Adapun struktur organisasi pada *home industry* batu bata Adem Ayem Super adalah sebagai berikut:



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super**



Sumber: hasil wawancara dengan pemilik usaha *Home industry* Batu Bata Adem Ayem Super “Bapak Kasa Wito Prayitno”: 2023.

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, terdapat tugas dan tanggung jawab dari masing-masing anggota sebagai berikut:

a. Pimpinan (Pemilik)

Pimpinan memiliki tugas memimpin semua kegiatan mulai dari produksi hingga pemasaran, mengawasi kegiatan operasional, mengatur keuangan, menyediakan bahan baku, memberi tugas serta upah kepada tenaga kerja dan melakukan *quality control* terhadap *home industry* batu bata Adem Ayem Super.

b. Bagian Pengolahan Bahan Baku

Bagian pengolahan tanah liat, memiliki tugas untuk memproses tanah liat menjadi halus sehingga siap diproses ke tahap berikutnya.

### c. Bagian Pencetakan

Bagian ini memiliki tugas untuk mencetak batu bata ditempat pencetakan yang sudah disediakan. Dalam waktu 3 jam dapat mencetak seribu batu bata.

### e. Bagian Pengeringan

Bagian pengeringan memiliki tugas untuk memindahkan batu bata yang telah selesai dicetak dan kering ke samping kanan dan kiri tempat pencetakan kemudian disusun menyilang supaya terkena angin.

### f. Bagian Pembakaran

Bagian pembakaran bertugas untuk memindahkan batu bata dari tempat pengeringan ke tempat pembakaran kemudian disusun sedemikian rupa lalu dibakar dengan menggunakan merang.

## 6. Sistem Produksi

### a. Lahan

#### 1) Lahan untuk meletakkan bahan baku

Lahan yang digunakan untuk meletakkan bahan baku tidak diketahui secara pasti luasnya tetapi letaknya adalah di sekitar tempat percetakan batu bata. Lahan kosong ini berfungsi untuk meletakkan persediaan stok batu bata berupa pasir, tanah liat, dan merang/kulit padi.

#### 2) Lahan untuk Tempat Mencetak dan Menjemur Batu Bata

Lahan yang digunakan sebagai tempat untuk mencetak dan menjemur batu bata adalah lahan yang rata supaya batu bata yang dihasilkan rajin dan simetris bentuknya. Lahan yang digunakan adalah sebidang tanah yang memiliki panjang 25 meter dan lebar 15 meter.

### 3) Lahan untuk Tempat Pembakaran Batu Bata

Lahan yang digunakan untuk proses pembakaran batu bata merupakan lahan yang di atasnya diberi atap yang terbuat dari daun kelapa. Tempat pembakaran ini biasa dinamakan “*tobong*”. *Tobong* memiliki ukuran panjang 12 meter dan lebar 7 meter.

#### b. Bahan

Berdasarkan hasil wawancara dan peneliti melakukan observasi secara langsung ke *home industry* batu bata Adem Ayem Super, diperoleh hasil bahwa bahan baku yang digunakan dalam memproduksi batu bata adalah tanah liat, pasir, air, dan merang atau kulit padi. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno selaku pemimpin *home industry* batu bata Adem Ayem Super sebagai berikut:

“Bahan yang digunakan itu tanah liat 50%, terus pasir 35%, air 10%, terakhir merang 5%” (Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 4 Februari 2023).

Selain disampaikan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno, Bapak Sukadi juga berpendapat sebagai berikut:

“Untuk bahan baku, untuk proses pembuatan bata itu yang pertama dari tanah liat tanah liat yang berasal dari tanah sawah itu yah terus dicampur dengan pasir sedikit pasir nanti tinggal diolah itu untuk proses pembuatan batu bata. Tidak hanya tanah liat harus ada campurannya sedikit pasir. Pasirnya itu pasir yang baik yang bagus itu untuk proses pembuatan bata”(Wawancara: Sukadi, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa bahan baku pembuatan batu bata adalah tanah liat, pasir, air, dan merang/kulit padi. Bahan-bahan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

## 1) Tanah Liat

Tanah liat merupakan bahan utama dalam pembuatan batu bata, sebanyak 50% bahan baku batu bata berasal dari tanah liat. Pada zaman dahulu, tanah liat diperoleh dari lahan kosong yang berada di sekitar desa atau sekitar *home industry* batu bata. Namun, seiring berjalannya waktu, tanah tersebut habis karena dieksploitasi setiap hari sebagai bahan baku batu bata sehingga pada masa sekarang untuk mendapatkan tanah liat maka harus membeli terlebih dahulu kepada *supplier*. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Kalo kalo bahan dari tanah yang kita ambil dari sawah utawa dari kebun itu memang harganya sedikit tinggi ya sedikit tinggi itungannya eee per satu trek itungannya. Jadi kalo satu trek nyampe di lokasi itu harganya lima ratus bahkan sampai lima ratus lima puluh tergantung cuaca yaah” (Wawancara: Sukadi, 4 Februari 2023).

Harga bahan baku batu bata sangat bergantung dengan cuaca karena ketika musim hujan bahan baku batu bata tersebut susah untuk didapatkan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Kalo cuacanya ngga bagus, contoh soal gerimis, musim hujan itu harga bahan bakunya itu naik karena sulit pengambilannya, naik bisa naik bisa sampai ya lima lima lima ratus lima puluh bisa bahkan lebih sedikit seperti itu”(Wawancara: Sukadi, 4 Februari 2023).

## 2) Pasir

Pasir merupakan bahan campuran dalam produksi batu bata. Sekitar 35% bahan baku batu bata berasal dari pasir. Pasir berguna untuk memperkuat dan menambah kualitas dari batu bata tersebut. Pasir yang diperoleh dengan cara membeli kepada *supplier* dengan harga Rp 500.000,00 per satu truck pasir. Namun,



ketika cuaca tidak mendukung maka harganya bisa naik menjadi Rp 550.000,00.

### 3) Air

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengrajin batu bata dan peneliti melakukan observasi secara langsung, diperoleh hasil bahwa *home industry* batu bata Adem Ayem Super menambahkan air dalam proses pengolahan batu bata yang mana air tersebut berasal dari sumur. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Iya harus menggunakan air itu udah otomatis karena untuk melembekan tanah liatnya biar nanti prosesnya mudah harus pake air” (Wawancara: Sukadi, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, disimpulkan bahwa air sumur diambil menggunakan pompa air Sanyo sehingga dapat lebih mudah menggunakan tanpa harus menimba air terlebih dahulu, air dihubungkan dari kran air untuk membasahi tanah liat dengan menggunakan selang air.

### 4) Merang/Kulit Padi

Merang merupakan bekas kulit padi yang sudah mengering. Merang memiliki fungsi untuk memperkuat dan memperkokoh batu bata, merang yang digunakan adalah sebanyak 5% dari total bahan baku dalam pembuatan batu bata. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Pakai merang bahkan itu lebih bagus itu untuk mengantisipasi keretakan batu bata setelah dicetak. itu bagus itu” (Wawancara: Sukadi, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, disimpulkan bahwa pengrajin mencampurkan merang ke dalam adonan batu bata dengan tujuan untuk mengantisipasi keretakan batu bata setelah dicetak.

### c. Peralatan

Peralatan yang digunakan dibagi menjadi dua macam, yaitu alat produksi dan alat pembakaran, peralatan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1) Alat Produksi

Setelah peneliti melakukan wawancara dan melakukan observasi ke tempat penelitian, terdapat beberapa peralatan yang dibutuhkan dalam proses produksi batu bata, peralatan tersebut di antaranya sebagai berikut:

- a) Cangkul, berfungsi untuk mengaduk tanah liat supaya memiliki tekstur yang tidak terlalu padat sehingga mudah untuk dicetak.
- b) Sekop, sama halnya dengan cangkul, sekop digunakan untuk mengaduk tanah liat
- c) Ember, digunakan untuk menampung air dari selang air.
- d) Selang air panjang, berfungsi untuk menghubungkan air dari keran air menuju ember tempat penampungan air atau langsung digunakan untuk menyiram adonan tanah liat.
- e) Cetakan, berfungsi untuk mencetak adonan hasil campuran bahan baku pembuatan batu bata.
- f) Pisau bambu, pengrajin batu bata biasanya menyebut pisau bambu dengan sebutan *soled*, pisau ini memiliki fungsi untuk meratakan bagian samping batu bata yang dicetak supaya bentuknya lebih simetris.
- g) Plastik, plastik yang digunakan adalah plastik yang lebar dan besar yang berguna untuk menutupi batu bata ketika hujan dan ketika malam hari.
- h) Gerobak, berfungsi untuk memindahkan batu bata setelah dikeringkan menuju tempat pembakaran batu bata yang biasa

disebut dengan “*tobong*” sebelum kemudian dilakukan proses pembakaran batu bata.

i) Alat untuk membuat cap pada batu bata.

## 2) Alat Pembakaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pengrajin batu bata, terdapat beberapa alat yang digunakan untuk proses pembakaran batu bata, diantaranya:

- a) Serok, merupakan alat yang terbuat dari kayu dan berfungsi untuk meratakan merang/kulit padi.
- b) Cikrak bambu atau pengki yang terbuat dari anyaman bambu, berfungsi untuk memindahkan merang/kulit padi ke batu bata.
- c) Korek api, berfungsi untuk menyalakan api untuk membakar batu bata.

## **B. Strategi *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super dalam Mempertahankan Eksistensinya**

*Home industry* batu bata memiliki berbagai permasalahan, terlebih ketika pandemi *covid-19* yang masuk ke Indonesia berdampak secara langsung terhadap *home industry* batu bata Adem Ayem Super. Seperti daya beli masyarakat yang menurun, kesulitan memasarkan produk, kesulitan membayar pekerja, terkendala modal produksi, harga batu bata yang naik turun, bahkan penurunan pendapatan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno:

“Pas pandemi yang apapun anjlok, yang beli nggak ada, orang lagi pada kesusahan ya jadinya pada nggak bikin rumah apa mbangun sesuatu, pemasaran ya susah banget, apalagi harga nya juga turun drastis, kalo harga turun ya otomatis pendapatan juga turun, nggak iso muter modal, mbayar pegawe ya susah” (Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa *home industry* batu bata Adem Ayem Super memiliki beberapa permasalahan

yang kompleks. Untuk itu, supaya tetap bertahan maka *home industry* melakukan beberapa strategi sebagai berikut:

#### 1. Strategi Korporasi

Strategi korporasi menentukan orientasi perusahaan terhadap pertumbuhan, industri, atau pasar yang akan dimasuki. Strategi perusahaan membutuhkan keputusan yang sangat mendasar mengenai masa depan perusahaan dengan melibatkan manajemen puncak dan dewan direksi (Hunger & Wheelen, 2020, p. 201).

Setelah peneliti melakukan wawancara terhadap pengrajin batu bata, terdapat strategi korporasi yang dilakukan oleh *home industry* batu bata Adem Ayem Super, seperti yang disampaikan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno dalam wawancaranya, sebagai berikut:

“Pas pandemi covid, harga batu bata menurun drastis, permintaan pelanggan juga turun banget, ya gimana ya orang lagi susah pada kehilangan pekerjaannya ya jadinya pada ga bikin rumah jadi sedikit yang beli bata, tapi kami sih tetep memproduksi bata buat persediaan stok jadi nanti kalo ada yang pesen kita langsung kirim, supaya pelanggan juga ngga nunggu soalnya kan prosesnya lama jadi tetep bisa menuhin kebutuhan pasar” (wawancara: Kasa Wito Prayitno, 17 Desember 2022).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa *home industry* batu bata Adem Ayem Super tetap memproduksi batu bata untuk persediaan supaya dapat memenuhi kebutuhan pasar meskipun sedang sepi pelanggan.

Untuk menjaga dan meningkatkan posisi kompetitif, *home industry* dapat melakukan integrasi ke belakang. *Home industry* dapat melakukan tindakan untuk meminimalisir biaya sumber daya dan operasi yang tidak efisien. Sedangkan melalui integrasi ke depan, *home industry* dapat memegang kendali atas kualitas serta distribusi produk untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang maksimal (Hunger & Wheelen, 2020, p. 205).



Pemilik usaha juga mengambil alih fungsi pemasok dengan mengambil bahan baku berupa pasir secara langsung tanpa melalui pemasok (integrasi ke depan). Selain menjual ke distributor, pemilik juga mengambil alih fungsi distributor dengan melakukan strategi mendistribusikan batu bata secara langsung kepada pelanggan (integrasi ke belakang). Sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno sebagai berikut:

“Sekarang kami langsung beli bahan bakunya. Kalo pasir itu ngambilnya ke sungai Serayu kalo tanah liat itu di luar Adipala. Harganya kan lumayan jadi lebih miring, kalo beli langsung itu harganya jadi tiga ratus ribu se truknya terus bayar ongkos bongkarnya empat puluh ribu kalo tanah liat ngambil langsung harganya cuma tiga ratus dua puluh ribu ongkos bongkarnya lima puluh ribu. Kita juga kirim langsung ke pelanggan nanti ongkir dibayar sama pelanggan jadi kita lebih untung sama lebih dekat dengan pelanggan jadi langganan” (Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dalam rangka mempertahankan usahanya beliau mengambil alih fungsi pemasok supaya mendapatkan harga yang lebih murah langkah ini disebut dengan integrasi ke depan. Serta mengambil alih fungsi distributor supaya lebih dekat dengan pelanggan yang merupakan integrasi ke belakang. Integrasi ke depan dan integrasi ke belakang merupakan bagian dari integrasi vertikal. Di mana integrasi tersebut adalah cara yang bagus bagi perusahaan untuk dapat memperkuat dan menambah keunggulan kompetitif dalam industri yang menarik (Hunger & Wheelen, 2020, p. 205).

*Home industry* batu bata juga mengembangkan produk sejenis dengan mengembangkan inovasi produk. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno sebagai berikut:

“Kami juga bikin bata pake ukuran yang lebih tebal tapi ngga selalu, seringnya pake yang ukuran standar aja, bisa juga melayani pesanan dengan ukuran tertentu selain standar misalnya pembeli pesennya kaya gitu” (Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 16 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam mengembangkan produk sejenis, pemilik *home industry* batu bata Adem Ayem Super membuat inovasi dengan membuat ukuran batu bata menjadi lebih tebal dan juga melayani ukuran sesuai yang diinginkan oleh pembeli.

Mengembangkan produk sejenis termasuk ke dalam strategi pertumbuhan dengan kategori strategi diversifikasi konsentris di mana *home industry* dalam mengembangkan produknya mencoba mempertahankan dengan mengaplikasikan pengetahuan produk, kemampuan permanufacturan, dan keterampilan pemasarannya yang digunakan secara efektif dalam industri asli (Hunger & Wheelen, 2020, p. 211)

Selain pengembangan usaha yang telah dipaparkan di atas, pemilik usaha dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari juga mengembangkan usaha yang tidak sejenis. Sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno sebagai berikut:

“Pas ada waktu luang disambil usaha bertani dan berjualan material. Selain ngambil sendiri bahan baku untuk bahan produksi usaha sendiri, kami juga jual pasir. Hasilnya bisa buat nambah penghasilan, bisa juga buat nambah modal bata”(Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam mempertahankan usahanya pemilik *home industry* batu bata Adem Ayem Super melakukan pengembangan usaha yang tidak sejenis berupa menjual pasir yang dilakukan untuk menambah penghasilan dan menambah modal. Pengembangan usaha tidak sejenis termasuk ke dalam strategi diversifikasi konglomerat yaitu pertumbuhan dengan masuk ke dalam usaha yang tidak berkaitan (Hunger & Wheelen, 2020, p. 211).

Dalam menghadapi situasi yang mengancam usahanya, pemilik *home industry* batu bata Adem Ayem Super tidak melakukan strategi

tambahan untuk mengembangkan produk seperti membuat genteng karena bahan baku batu bata dan genteng adalah sama. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno sebagai berikut:

“Kami nggak ada strategi baru kaya misalnya merubah bentuk bata, atau menambah ukuran bata, kita fokusin aja sama produk dan bentuk bata yang sekarang, misalnya bikin yang model atau inovasi baru itu kan harus mengenalkan lagi ke masyarakat dan membutuhkan waktu yang lama, juga belum tentu laku, jadi kita jual yang pasti pasti aja”(Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk mempertahankan usahanya Bapak Kasa Wito Prayitno melakukan aktivitas usaha seperti biasa, tidak mengembangkan produk, beliau hanya fokus menjalankan usaha yang sekarang beliau tekuni karena kekhawatiran terhadap resiko yang akan didapatkan jika melakukan pengembangan produk. Strategi tersebut termasuk strategi *no change*, artinya usaha dalam waktu dekat tidak melakukan strategi yang bersifat baru (Hunger & Wheelen, 2020, p. 217).

Dari pemaparan di atas, strategi korporasi yang dilakukan *home industry* batu bata Adem Ayem Super berupa strategi pertumbuhan vertikal dengan mengembangkan usaha sendiri dengan melakukan integrasi ke depan dan integrasi ke belakang, strategi diversifikasi yaitu strategi diversifikasi konsentris dan diversifikasi konglomerat, strategi stabilitas dengan tidak melakukan strategi apapun (*no change*). Strategi yang berbeda dilakukan untuk mempertahankan usahanya dalam menghadapi pandemi *covid-19*.

## 2. Strategi Bisnis

Strategi bisnis dalam mempertahankan eksistensi usaha dapat dilakukan dengan menghemat keuangan, yaitu dengan memperkecil pengeluaran sehingga dapat mempertahankan usahanya dalam jangka pendek dan jangka panjang. Keunggulan biaya pada strategi bisnis dapat



diperoleh dengan pengerjaan berskala ekonomis, menggunakan teknologi yang dimiliki sendiri, dan akses preferensi ke bahan baku (Mulyana, 2021).

*Home industry* batu bata Adem Ayem Super melakukan strategi bisnis dalam mempertahankan eksistensinya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno, sebagai berikut:

“Untuk menghemat biaya itu abu bekas pembakaran bata sebelumnya itu ga dibuang soalnya bisa dipake lagi buat campuran abu pas pembakaran berikutnya. Terus kan plastik yang buat nutup bata biasanya banyak yang sobek, itu kami tetep gunain buat nutup bata. Sama kami buat tobong sendiri, atap tobong juga masih dari daun kelapa, jadi hemat terus juga kami bikin alat kaya cikrak, soled, itu bikin sendiri” (Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 17 Desember 2022).

**Gambar 4.2**  
**Abu Bekas Pembakaran yang disimpan**



*Sumber : dokumen pribadi peneliti, 2023*

Gambar di atas merupakan abu bekas pembakaran yang disimpan untuk tambahan pada proses pembakaran selanjutnya. Selain memperkecil biaya produksi dengan menghemat pengeluaran, Bapak Kasa Wito Prayitno juga memperkecil biaya dengan terjun langsung ke lapangan. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno sebagai berikut:

“Untuk memperkecil pengeluaran dan menambah keuntungan, biasanya kalo ada waktu luang saya terjun langsung untuk



memproduksi bata, misalkan membuat adonan sendiri, mencetak sendiri dan mengeringkan bata sendiri, jadi biaya yang seharusnya untuk menggaji karyawan bisa terminimalisir karena saya sendiri yang mengerjakan jadi pengeluaran cuma buat beli bahan baku aja”(Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam rangka mempertahankan usahanya, beliau menggunakan strategi kepemimpinan biaya (*overall cost leadership*) yaitu dengan berupaya untuk memperkecil biaya produksi sehingga menjadi lebih efisien namun tetap menghasilkan produk yang berkualitas (Elias M. C., 2018).

Menurut Porter, untuk menjalankan salah satu strategi generik, terdapat lima pesaing yang akan dihadapi oleh perusahaan, yaitu ancaman persaingan antar perusahaan, ancaman pesaing baru, ancaman produk substitusi, ancaman dari pemasok, dan ancaman dari pembeli (Sudiantini, 2022, p. 76). Dengan adanya lima pesaing yang akan di hadapi perusahaan, maka *home industry* batu bata memerlukan beberapa strategi untuk menghadapi pesaing-pesaing tersebut.

Di Desa Adipala terdapat 350 pengrajin batu bata, kemudian jarak antara *home industry* yang satu dengan lainnya adalah sangat dekat bahkan terdapat barang pengganti batu bata sehingga persaingan antar *home industry* terbilang cukup kuat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sukadi, diperoleh hasil bahwa:

“Ya persaingan tidak terlalu signifikan artinya tetap sehat-sehat saja artinya kita tinggal itu apa namanya mengatur iya harga seperti itu mengatur harga saja dengan mengikuti harga pasaran. Bersaing itu secara sehat kalo di daerah sini daerah Adipala” (Wawancara: Bapak Sukadi, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa *home industry* batu bata menyesuaikan harga pasaran agar tidak tergerus oleh *home industry* batu bata yang lainnya. Penyesuaian harga pasar sangat menentukan keputusan pembelian karena harga merupakan indikator yang penting dalam menentukan keberhasilan suatu kegiatan

pemasaran dan faktor penentu dalam pemilihan merek, ketika konsumen memilih di antara merek-merek yang ada konsumen akan memberikan penilaian secara tidak langsung dengan melakukan perbandingan beberapa standar harga sebagai referensi untuk menentukan keputusan pembelian (Dedhy Pradana, 2017).

Di Desa Adipala, Cilacap terdapat 12 toko material yang menjual produk pengganti batu bata yaitu Hebel dan batako. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Oh ya memang di daerah Adipala itu ada sedikit persaingan batu bata. Batu bata merah sekarang muncul batu bata yang putih yang ringan itu namanya Hebel. Di sekitaran Adipala tu ada sebelas sampe dua belas toko yang menyiapkan batu bata Hebel itu untuk pengganti batu bata merah memang ada di Adipala” (Wawancara: Bapak Sukadi, 17 Desember 2022).

Berdasarkan pernyataan tersebut, tentu batu bata akan terancam keberadaannya dengan adanya barang lain. Seperti yang dikatakan oleh pemilik dari TB Barokah yang menjual Hebel dan batako sebagai berikut:

“Hebel harganya enam ratus ribu mba, sekubiknya. Itu banyak peminatnya, kalo batako harganya tiga ribu lima ratus per buahnya, tapi kurang peminatnya kalo dibandingin sama Hebel kalo dibandingin sama batu bata ya batu bata masih banyak yang beli juga” (Wawancara: Pemilik TB Barokah, 17 Desember 2022).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Hebel berpotensi untuk mengalahkan batu bata karena banyak peminatnya. Jika dilihat dari segi harga, harga batu bata cenderung lebih ekonomis dibandingkan dengan Hebel maupunn batako sehingga ancaman dari produk pengganti tidak begitu besar karena tekanan kompetitif akan timbul dari produk pengganti jika terdapat harga produk pengganti relatif lebih rendah (Elias M. C., 2018).

*Home industry* batu bata Adem Ayem Super tetap menggunakan strategi dalam menghadapi ancaman dari produk pengganti tersebut yaitu dengan menambah kualitas batu bata, memperluas daerah pemasaran, dan

mempertahankan kepercayaan dari pelanggan, hal ini selaras dengan yang dikatakan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno sebagai berikut:

“Untuk produksi bata merah walaupun sudah ada bata global persaingannya sudah ada Hebel dan sebagainya kuwe anu sudah punya pemasaran dan masih banyak yang memakai bata dan peminatnya masih banyak. Yang jelas peminatnya masih banyak. Mungkin karena sudah terbukti kualitasnya lebih awet, kokoh di bangunan” (Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 17 Desember 2022).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut untuk menghadapi ancaman dari produk pengganti batu bata, *home industry* batu bata Adem Ayem Super menjaga kualitas batu bata dan tetap yakin tidak akan tergerus karena sudah terbukti awet dan kokoh.

Pembuatan dinding dengan batu bata memiliki beberapa kelebihan di antaranya tidak membutuhkan keahlian khusus untuk memasang, memiliki ukuran yang kecil sehingga mudah dalam proses pengangkutan dan mudah untuk membuat bidang kecil, harganya lebih murah, dan tidak membutuhkan perekat khusus. Selain itu, batu bata merah mempunyai ketahanan terhadap panas sehingga dapat menjadi perlindungan terhadap api. Jika dibandingkan dengan Hebel, Hebel memang kuat dan kokoh namun memiliki kekurangan di antaranya membutuhkan perekat khusus, harga yang relatif mahal dibandingkan dengan batu bata, penjualannya dalam volume yang besar, dan jika terkena air maka membutuhkan waktu yang lama untuk menjadi kering kembali (Prpto, 2017).

Intensitas persaingan dalam industri disebabkan oleh daya tawar menawar pemasok akan tinggi ketika jumlah pemasok lebih banyak, ketika hanya beberapa bahan baku pengganti yang baik, dan ketika harga bahan baku sangat mahal (Elias M. C., 2018). Sehingga dalam menghadapi tawar menawar dengan pemasok, *home industry* batu bata Adem Ayem Super mengambil dari pemasok yang berbeda-beda di mana ada 8 *supplier*/pemasok yang berbeda yang mengisi persediaan bahan baku. Hal ini dilakukan supaya tidak bergantung pada satu pemasok saja



sehingga kekuatan tawar menawar akan lebih tinggi daripada pemasok. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut”

“Biasanya, biasanya itu saya ngambil itu tidak mengandalkan satu *supplier*, karena mengantisipasi musim yang bagus dan musim yang buruk kita ambil beberapa *supplier* disini. Jadi nanti tidak stoknya nanti juga tidak telat dan mengikuti cuaca yang baik apalagi kalo musim hujan itu kan sudah tidak bisa mengirim stok bahan baku jadi kita intinya kita ambil beberapa *supplier* untuk mengirim stok barang begitu” (wawancara : Sukadi, 17 Desember 2022).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan untuk mengatasi kelangkaan bahan baku ketika musim hujan, *home industry* batu bata Adem Ayem Super membeli persediaan bahan baku sehingga kekuatan tawar menawar dengan pemasok akan lebih tinggi.

Pada strategi bisnis, diperoleh hasil bahwa *home industry* batu bata Adem Ayem Super melakukan strategi bisnis berupa strategi kepemimpinan biaya, dan melakukan beberapa strategi dalam menghadapi berbagai ancaman bisnis yang dikemukakan oleh Porter.

### 3. Strategi Fungsional

Strategi fungsional dibutuhkan agar masing-masing fungsional dari suatu usaha atau bisnis di mana strategi fungsional menghasilkan tugas-tugas yang dibutuhkan untuk merealisasikan strategi tingkat bisnis (Sudiantini, 2022, p. 83). Strategi fungsional terdiri dari strategi operasi, finansial, pemasaran, dan strategi sumber daya manusia.

#### a. Strategi Operasi

Setelah peneliti melakukan wawancara dan melakukan observasi, terdapat beberapa strategi yang dilakukan oleh pengrajin batu bata, strategi tersebut digolongkan berdasarkan alur produksi berikut:



## 1) Proses Pengolahan Bahan Baku

Proses produksi yang pertama dilakukan adalah mengolah bahan baku atau pengrajin batu bata menyebutkan dengan “*meled*”, yaitu mencampurkan bahan baku seperti tanah liat, pasir, air, dan merang/kulit padi menjadi satu. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sukadi selaku bagian pengolahan tanah liat, yang mengatakan:

“Oh iya, jadi prosesnya begini kita siapkan bahan bakunya yah seperti tanah liat itu disiapkan terus juga disiapkan sedikit pasir terus disiapkan juga itu merang atau sekam lalu kumpulkan jadi satu nanti kita siram pake air biar mudah pengolahannya. Misalkan kita garap pagi lah ya, pagi kita garap sudah setengah jadi nanti sore diproses penggilingannya terus proses pencetakannya besok pagi. Iya besok pagi itu baru bisa dicetak setelah bahan-bahannya itu sudah jadi seperti itu” (wawancara: Sukadi, 17 Desember 2022).

Kemudian, untuk membuat hasil batu bata yang bagus maka proses pencampuran bahan baku pembuatan batu bata harus benar-benar tercampur dengan sempurna. Proses tersebut memerlukan waktu selama 3 jam. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Sebetulnya itu tidak terlalu lama lah ya kalo kita kerja dibikin sedikit santai itu tiga jam sudah jadi tercampur semua itu tinggal proses penggilingan” (Wawancara: Sukadi, 17 Desember 2022).

Setelah proses pencampuran adonan/*meled* selesai, maka langkah selanjutnya adalah melakukan penggilingan adonan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Penggilingan itu juga tidak terlalu lama itu ya plus minusnya kurang lebih sekitar satu jam selesai. Jadi semuanya ditotal empat jam sudah *clear* sudah jadi bahan untuk siap dicetak seperti itu” (Wawancara: Sukadi, 17 Desember 2022).

**Gambar 4.3**  
**Proses Penggilingan Bahan Baku**



*Sumber: data pribadi peneliti*

Gambar di atas adalah proses pengolahan tanah liat yaitu penggilingan tanah liat yang dilakukan setelah proses pencampuran bahan baku.

## 2) Proses Pencetakan Batu Bata

Setelah peneliti melakukan observasi dan melakukan wawancara diperoleh hasil bahwa pada proses pencetakan batu bata menggunakan alat cetak yang terbuat dari kayu yang terdiri dari 3 kotak yang berbentuk persegi panjang ukuran cetakan batu bata adalah 33 cm x 22 cm x 4 cm. sedangkan ukuran standar batu bata adalah 20 cm x 10 cm x 4 cm. Penggunaan alat pencetakan dengan 3 kotak bertujuan untuk mempercepat proses pencetakan. Kemudian, di sekitar alat pencetakan dilapisi dengan kaca, supaya mudah melepas adonan ketika sudah dicetak. Untuk mencetak sebanyak 1000 batu bata cukup dilakukan oleh satu tenaga kerja dalam jangka waktu selama tiga jam.

**Gambar 4.4**  
**Proses Pencetakan Batu Bata**



*Sumber: data pribadi peneliti*

Gambar di atas adalah proses pencetakan batu bata. Dalam proses pencetakan, pengrajin menyediakan ember kecil berisi air guna mengolesi batu bata dengan menggunakan tangan pada setiap sekali cetak supaya permukaan hasil cetakan batu bata rata dan membuat tangan menjadi tidak lengket sehingga lebih cepat dalam mencetak batu bata.

*Home industry* batu bata dalam proses produksinya sangat bergantung dengan cuaca yang membuat waktu produksi menjadi tidak stabil, untuk mengatasi cuaca tersebut, *home industry* batu bata Adem Ayem Super melakukan strategi dengan tetap mencetak di lokasi pembakaran batu bata yang kosong karena di atasnya terdapat atap sehingga batu bata tidak kehujanan dan menyediakan plastik yang berukuran sangat besar untuk menutup batu bata. Selain itu, pengrajin juga mencetak di tempat pembakaran (*tobong*) agar tetap bisa memproduksi batu bata. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Nita, sebagai berikut:

“Apabila cuaca tidak mendukung, kami tetap mencetak batu bata di *tobong*. Misale udah terlanjur nyetak terus udan ya kami sudah menyediakan plastik besar disampingnya

buat tutup bata supaya tidak ada yang rusak atau terkena air”(Wawancara: Nita, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, untuk menghadapi cuaca, *home industry* batu bata Adem Ayem Super mengatasinya dengan mencetaknya di tempat pembakaran dan menyediakan plastik yang berukuran besar untuk menutup batu bata.

**Gambar 4.5**  
**Strategi dalam mengatasi Cuaca**



*Sumber: data pribadi peneliti, 2023*

Gambar di atas merupakan gambar strategi *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mengatasi cuaca yang ada, selain itu pengrajin juga harus tetap waspada untuk melihat cuaca karena dikhawatirkan hujan datang secara tiba-tiba.

### 3) Proses Pemberian Cap

Setelah batu bata dicetak, langkah selanjutnya adalah pemberian cap pada batu bata yang dilakukan sebelum batu bata mengeras. Pemberian cap pada batu bata merupakan strategi usaha untuk mengenalkan merek batu bata Adem Ayem Super kepada masyarakat luas dan memberikan keyakinan terhadap konsumen mengenai mutu dan kualitas batu bata dengan merek Adem Ayem Super.



**Gambar 4.6**  
**Pemberian Cap pada Batu Bata**



*Sumber: Data Pribadi Peneliti*

Gambar di atas, adalah gambar cap yang ditempelkan pada batu bata, cap yang ditempel bertuliskan “AA SUPER” supaya tidak terlalu panjang sehingga tampilan dari batu bata tetap bagus.

Strategi ini merupakan strategi untuk membentuk *brand image* atau biasa dikenal dengan citra merek. Citra merek merupakan keseluruhan persepsi mengenai produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek tersebut. Menurut Low dan Lamb, indikator dari citra merek adalah merek dikenal oleh masyarakat, merek menambah citra diri penggunanya, dan merek memiliki ciri khas yang berbeda dengan merek yang lain (Dedhy Pradana, 2017).

#### 4) Proses Pengeringan Batu Bata

Proses pengeringan batu bata sangat bergantung dengan cuaca, jika cuaca cerah maka akan cepat kering, namun jika cuaca hujan maka batu proses pengeringan membutuhkan waktu antara 2-3 hari. Tidak hanya itu, batu bata yang sudah dikeringkan dan disusun menyilang di samping lokasi pencetakan juga ditutup

plastik ketika hujan dan ketika malam hari. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Reti Ningsi:

“Batu bata yang sudah dikeringkan kan disusun silang di samping kanan kiri itu ditutup plastik juga pas hujan biar ga kehujan, kalo sore menjelang malam juga ditutup takutnya pas malam hari kita lagi tidur terus hujan jadi udahantisipasi dan batanya ga kehujan” (Wawancara: Reti Ningsi, 4 Februari 2023).

Batu bata yang setengah kering dimiringkan satu persatu supaya benar-benar kering. Setelah hari mulai sore atau batu bata sudah kering maupun setengah kering, diangkat dan disusun menyilang disamping tempat percetakan. Proses ini biasa disebut dengan “*ngangkrik*”. Setelah itu batu bata didiamkan supaya terkena angin dan benar-benar kering. Proses ini memerlukan waktu selama satu minggu.

**Gambar 4.7**  
**Hasil Penyusunan Batu Bata Setelah dikeringkan**



*Sumber: data pribadi peneliti*

##### 5) Proses Pembakaran Batu Bata

Proses pembakaran dilakukan dengan cara menyusun batu bata atau biasa disebut dengan “*dilingga*”. Batu bata disusun supaya pada bagian kanan dan kirinya dapat diisi dengan merang/kulit padi. Proses pembakaran ini memerlukan waktu antara 6-10 hari, bagian pembakaran batu bata biasanya membakar batu

bata pada sore hari. Hal ini disebabkan karena udara dan keadaan pada malam hari jauh lebih baik daripada siang hari, api akan menjadi lebih stabil dan mudah di kontrol. Pada proses pembakaran batu bata, biasanya masyarakat sekitar *home industry* ikut membantu dalam proses pembakaran.

**Gambar 4.8**  
**Proses Pembakaran Batu Bata**



*Sumber: data pribadi peneliti*

Gambar di atas merupakan gambar pembakaran batu bata dengan teknik *umpak*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Haryanto selaku bagian pembakaran sebagai berikut:

“Teknik *umpak* itu inovasi tersendiri kalo dulu ya ga ada *umpak*. Caranya apinya dibiarin dulu selama satu hari supaya bara apinya tertunda jadi bisa naikin bata yang dipinggir setelah itu dikasih merang dan dibakar lagi sampai matang” (Wawancara: Bapak Sukadi, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, *home industry* batu bata mempunyai strategi inovasi produksi berupa teknik *umpak* yang memiliki tujuan supaya bata yang berada disekitar pembakaran ikut matang yang dilakukan dengan cara memadamkan api selama satu hari kemudian batu bata yang berada di sekitar pembakaran dinaikkan ke atas lalu api dinyalakan kembali.

#### 6) Melakukan *Quality Control*

Setelah batu bata dibakar, kemudian disusun, dan dilakukan pengecekan dengan cara memisahkan batu bata yang kurang bagus /belum terlalu matang dan membuang batu bata yang rusak. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Haryanto:

“Bata sing wis dibakar, di tata maning terus dipilih sing apik karo sing ora apik, sing berkualitas karo sing ora apik mengko dibakar maning pas bakaran ngarepe” (Wawancara: Haryanto, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, disimpulkan bahwa setelah pembakaran, dilakukan pengecekan batu bata. Pengecekan dilakukan supaya kualitas dari batu bata benar-benar bagus dan tidak cacat. Untuk batu bata yang kurang matang, maka dapat disimpan terlebih dahulu untuk dapat dibakar ulang pada proses pembakaran berikutnya.

#### b. Strategi Finansial

Strategi finansial atau strategi keuangan memiliki keterkaitan dengan pendanaan serta adanya persediaan dana untuk produksi, pemasaran, dan bagian fungsional lainnya mengenai bagaimana dana tersebut diperoleh dan bagaimana penggunaan dari dana tersebut (Sudiantini, 2022, p. 84).

Pada masa pandemi *covid 19* batu bata mengalami penurunan harga yang sangat drastis sehingga pendapatan menurun. Hal ini menyebabkan *home industry* batu bata mengalami kesulitan dalam memperoleh modal. Penurunan pendapatan tersebut disajikan dalam tabel berikut:



**Tabel 4.2**  
**Perkembangan Jumlah Pendapatan *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super untuk satu kali produksi**

No	Tahun	Pendapatan (Rp)
1.	2018	19.200.000
2.	2019	12.000.000
3.	2020	14.000.000
4.	2021	15.200.000
5.	2022	18.000.000
6.	2023	18.000.000

Sumber: hasil wawancara dengan pekerja *home industry* batu bata Adem Ayem Super “Bapak Sukadi”.

Berdasarkan data di atas, *home industry* batu bata Adem Ayem Super mengalami kemunduran pendapatan yang sangat drastis ketika pandemi *covid-19* sehingga untuk menghadapi masalah tersebut, terdapat strategi seperti yang disampaikan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno sebagai berikut:

“Modal diperoleh untuk melanjutkan usaha itu dari sendiri dan hasil dari pinjam ke bank, banknya itu BRI. Tapi kami juga pinjam ke koperasi simpan pinjam namanya Al-Amin. Tujuan pinjam modal ke lembaga keuangan ya supaya usaha tetep bisa jalan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi, jangan sampai pelanggan lari dan beralih ke tempat lain” (wawancara: Kasa Wito Prayitno, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, modal *home industry* batu bata diperoleh dari dua sumber, yaitu modal sendiri dan meminjam dari bank. *Home industry* batu bata meminjam dana kepada Bank Rakyat Indonesia dan Koperasi Al-Amin untuk membeli bahan baku supaya proses produksi terus berjalan dan kebutuhan konsumen terpenuhi.

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menetapkan pasar mana yang akan dikelola, kondisi pasar seperti apa yang diinginkan, dan sebagainya (Sudiantini, 2022, p. 84). Setelah peneliti melakukan wawancara dengan informan, diperoleh hasil bahwa *home industry* batu bata Adem Ayem Super sudah dikenal oleh khalayak umum, khususnya dari sekitar desa *home industry* ini juga sudah melakukan pemasaran batu bata cukup jauh, daerah pemasarannya melingkup 5 kabupaten di antaranya adalah Cilacap, Banyumas, Purbalingga, Kebumen, dan Banjarnegara. Meskipun sudah cukup meluas, *home industry* batu bata Adem Ayem Super tetap menerapkan strategi dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Memasarkan Produk dengan *Word of Mouth*

*Home industry* batu bata Adem Ayem Super melakukan pemasaran produk dengan *word of mouth* yaitu sistem pemasaran dengan komunikasi dari mulut ke mulut mengenai pandangan atau penilaian tentang suatu produk atau jasa, baik secara individu maupun berkelompok dengan tujuan memberikan informasi secara personal (Joesyiana, 2018). Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Pemasaran ya anu udah banyak orang tau ya dari mulut ke mulut, getok tular, jadi pelanggan udah tau kualitasnya tanpa dipaksa nanti ngasih tau ke orang yang mau bikin bangunan” (Wawancara: Sukadi, 4 Februari 2023).

Dari ungkapan di atas diperoleh bahwa *home industry* batu bata sudah cukup dikenal dengan metode *word of mouth* yang awalnya hanya beberapa pelanggan saja seiring berjalannya waktu, banyak masyarakat yang sangat cocok dan menyukai produk batu bata Adem Ayem Super tersebut sehingga membicarakan produk batu bata Adem Ayem Super kepada orang lain dan membuat

produk batu bata Adem Ayem Super dikenal oleh khalayak umum sehingga banyak pelanggan baru yang berdatangan.

## 2) Melakukan Pemasaran melalui Media Sosial (*online*)

*Home industry* batu bata Adem Ayem Super memanfaatkan media sosial dalam memasarkan produknya. Jejaring sosial atau media sosial merupakan salah satu alat pemasaran yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Pemasaran melalui media sosial dibutuhkan untuk memperoleh publisitas yang diinginkan, menangani berita yang tidak menyenangkan, dan membangun citra perusahaan (Joesyiana, 2018).

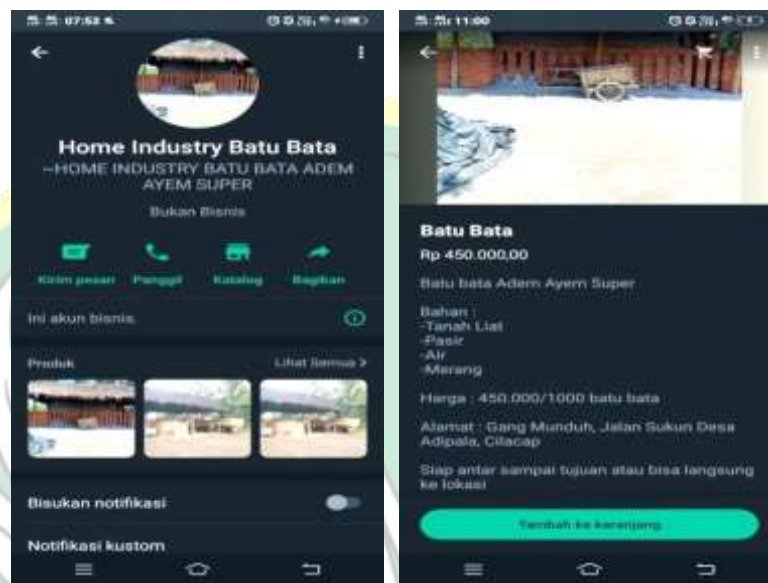
*Home industry* melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, hal ini dilakukan untuk lebih mengenalkan produk batu bata Adem Ayem Super agar daerah pemasarannya lebih luas dan menambah pelanggan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sukadi sebagai berikut:

“Pemasaran juga lewat *online* tapi cuma whatsApp aja soale bata kan angel ngrime kalo jauh biyane banyak, terus kudu ati-ati. Bata sing wis dadi di foto terus di upload neng status” (Wawancara: Sukadi, 4 Februari 2023).

Pemasaran *online* yang dilakukan memanfaatkan media sosial berupa aplikasi *WhatsApp* saja. Batu bata merupakan barang yang berat sehingga jika dikirim melalui jasa kirim maka akan membutuhkan biaya yang banyak, apalagi pada proses pengiriman batu bata harus benar-benar hati-hati supaya batu bata aman dan tidak pecah ketika sampai ke tangan pelanggan. Karena itu, target *market* dari *home industry* adalah daerah-daerah sekitar kabupaten saja yang masih mudah dijangkau untuk meminimalisir berbagai risiko dan kendala, sehingga hanya melakukan promosi melalui *WhatsApp* saja tidak menggunakan *marketplace* seperti *Shopee*,

*Lazada, Tiktok Shop, dan lain sebagainya yang tempat pemasarannya sangat luas bahkan sampai seluruh Indonesia.*

**Gambar 4.9**  
**Pemasaran melalui Media Sosial**



*Sumber: marketplace home industry batu bata Adem Ayem Super*

Gambar di atas adalah dokumentasi penjualan melalui sosial media *WhatsApp* milik akun *home industry* batu bata Adem Ayem Super di mana pada iklan tersebut sudah terpampang informasi yang lengkap mengenai bahan dan harga batu bata serta alamat *home industry* untuk memudahkan konsumen dalam pembelian batu bata.

#### d. Strategi Sumber Daya Manusia

Strategi sumber daya manusia sangat diperlukan karena merupakan strategi yang penting yang mencakup seluruh fungsi manajemen. Pemilihan sumber daya manusia yang tepat dan kompeten pada bidangnya sangatlah dibutuhkan (Sudiantini, 2022, p. 85).

Sumber daya manusia sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha, untuk itu maka diperlukan sumber daya manusia yang memang



sudah ahli supaya tidak terjadi pengulangan pekerjaan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Kasa Wito Prayitno

“Mayoritas tenaga kerja sudah ahli karena sudah turun temurun dari lahir wis weruh bata semuanya punya keahlian hampir sama” (Wawancara: Kasa Wito Prayitno, 4 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa *home industry* batu bata Adem Ayem Super memiliki pekerja yang ahli. Hal tersebut dikarenakan pekerja merupakan orang yang sudah dari lahir melihat batu bata atau hidup dilingkungan *home industry* batu bata sehingga sudah paham mengenai batu bata.

### **C. Strategi *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam**

*Home industry* batu bata Adem Ayem Super mempunyai berbagai permasalahan yang dapat mengancam usahanya, namun dengan pertolongan Allah SWT *home industry* batu bata Adem Ayem Super dapat mengatasi permasalahan tersebut. Sebagaimana Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Insyirah ayat 5-6 yang artinya “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”. Seperti yang terdapat dalam tafsir Al-Misbah yang menyatakan bahwa setiap kesulitan pasti disertai atau disusul oleh kemudahan selama yang bersangkutan memiliki tekad untuk menanggulangnya (Shihab M. Q., 2004, p. 362).

Strategi dalam mempertahankan sebuah bisnis hendaknya dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam karena Islam mendasari pengembangan usaha menurut syariah yaitu niat yang baik, memiliki akhlak yang baik, percaya kepada takdir dan ridha Allah, bersyukur, kerja sebagai ibadah, menjaga aturan syariah, bersikap rendah hati, dan selalu tepat waktu (Hilma Yuniar Widya Ningrum, 2022). Prinsip-prinsip ekonomi

Islam sudah dipraktikan oleh Nabi Muhammad SAW dalam aktivitas ekonominya sehingga menjadi pedoman masyarakat sesudahnya yaitu nilai-nilai kejujuran, keadilan, etika, dan moral selama berada dalam koridor Islam (Ibrahim, 2021, p. 232)

Dalam mempertahankan usahanya, *home industry* batu bata Adem Ayem Super menggunakan tiga strategi yaitu strategi korporasi, strategi bisnis, dan strategi fungsional.

#### 1. Strategi Korporasi

Strategi Korporasi yang dilakukan *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam rangka memperoleh profit adalah dengan melakukan jual beli. *Home industry* batu bata Adem Ayem Super merupakan sebuah *home industry* yang dalam kegiatan operasionalnya tidak hanya memproduksi barang namun melakukan aktivitas jual beli atas produk yang sudah dibuat. Kegiatan jual beli dalam Islam hukumnya adalah *boleh* sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang berarti "Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba". Pada ayat ini Allah menghalalkan jual beli. Allah memberikan jalan muamalah dalam jual beli dengan jelas dan terperinci dan Allah melarang melakukan riba (Suretno, 2018).

Strategi korporasi yang dilakukan adalah dengan mengembangkan produk dan membuat inovasi produk. Meskipun harga batu bata turun, namun *home industry* batu bata Adem Ayem Super tetap memproduksi batu bata untuk persediaan dan memenuhi permintaan pelanggan serta bersedia memproduksi batu bata dengan ukuran yang berbeda dari biasanya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini berarti *home industry* batu bata sangat mengedepankan kemaslahatan, yaitu kemanfaatan untuk orang banyak karena pemenuhan kebutuhan ekonomi yang menjadi salah satu komponen demi tercapainya kemaslahatan, yaitu

melalui *al-mal* atau kekayaan. Memberikan kemaslahatan merupakan tujuan dari ekonomi Islam (Ibrahim, 2021, p. 262).

## 2. Strategi Bisnis

Strategi bisnis yang dilakukan adalah dengan kepemimpinan biaya di mana *home industry* menghemat pengeluaran supaya dapat tetap memproduksi batu bata dengan biaya yang sekecil mungkin. Hal tersebut sesuai dengan ekonomi Islam karena Islam melarang umat manusia untuk berperilaku boros atau yang biasa disebut dengan *israf*. Yang dimaksud dengan *israf* yaitu menggunakan harta melebihi ukuran yang seharusnya. Sebagaimana dalam Q.S. Al-A'raf ayat 31 yang artinya "...Makan dan minumlah tetapi jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah SWT tidak senang kepada orang yang berlebih-lebihan" (Ibrahim, 2021, p. 419).

Dalam menghadapi ancaman bisnis seperti yang dikemukakan oleh Porter, *home industry* batu bata Adem Ayem Super melakukan beberapa strategi persaingan. Persaingan bisnis yang dilakukan *home industry* batu bata Adem Ayem Super adalah persaingan bisnis yang sehat di mana *home industry* batu bata Adem Ayem Super hanya mengikuti harga pasaran, menambah kualitas, dan melakukan strategi bisnis lainnya dengan tujuan untuk tetap bisa bertahan, bukan untuk mengambil keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Maka, persaingan bisnis yang dilakukan oleh *home industry* batu bata Adem Ayem Super menurut tinjauan ekonomi Islam adalah diperbolehkan karena persaingan yang dilakukan adalah persaingan yang sehat. Persaingan yang dilarang adalah persaingan yang bersifat monopolistik dalam rangka mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya (Hofifah, 2020).

## 5. Strategi Fungsional

Strategi fungsional dilaksanakan dengan menggunakan beberapa strategi diantaranya adalah strategi operasi, strategi finansial, strategi pemasaran, dan strategi sumber daya manusia.

a. Strategi Operasi

*Home industry* batu bata merupakan *home industry* yang memanfaatkan tanah sebagai bahan baku, hal tersebut merupakan penerapan manusia sebagai khalifah di muka bumi untuk dapat memanfaatkan apa yang ada di dalam bumi. Pemanfaatan sumber daya alam dengan baik merupakan tugas manusia sebagai khalifah di muka bumi. Pemanfaatan tersebut harus dilakukan secara optimal sehingga menciptakan nilai barang dan diperbolehkan menurut Islam serta memperoleh keuntungan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari (Turmudi M. , 2017).

b. Strategi Finansial

*Home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam mengatasi masalah keuangan dilakukan dengan menggunakan modal pribadi dan pinjaman dari bank. Yang menjadi sorotan adalah pinjaman dari bank. Bank yang menjadi sumber modal dari *home industry* batu bata Adem Ayem Super adalah Bank Rakyat Indonesia yang merupakan bank konvensional.

Bank konvensional adalah bank yang memberikan pinjaman dengan sistem bunga. Pada hakikatnya bunga merupakan pinjaman yang dibayar secara lebih dari pinjaman pokok sehingga hukumnya adalah haram dan masuk dalam kategori riba. Bunga yang diberikan kepada nasabah dengan persentase tertentu dari pokok tabungan atau modal baik setiap minggu, bulan, atau tahun semuanya diharamkan dan dilarang dalam syariat. Hukum ini berlaku bagi semua bunga, baik yang bersifat fluktuatif maupun bersifat tertutup dan tidak mengalami perubahan (Aprilia, 2020).

Bunga bank ditinjau dari sisi mudarat dan manfaat, perusahaan akan mendapat mudarat yang lebih besar dibandingkan dengan perorangan. Bank yang menggunakan sistem bunga akan



membuat kerusakan yang lebih besar dibandingkan dengan rentenir. Hingga saat ini, pakar ekonomi Islam kontemporer menyimpulkan bahwa bunga bank terlepas dari tinggi maupun rendahnya suku bunga yang diterapkan akan tetap dinilai haram (Taringan, 2012, p. 235).

Berdasarkan hal tersebut maka strategi keuangan dengan meminjam uang di bank konvensional tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena mengandung unsur riba di dalamnya. Riba memiliki sifat yang berlawanan dengan distribusi atau pemerataan pendapatan sebagaimana yang diatur dalam ekonomi Islam di mana dalam riba terjadi penumpukan harta dan eksploitasi terhadap pihak-pihak lain (Ibrahim, 2021, p. 244).

#### c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *home industry* batu bata adalah dengan cara *word of mouth* dan melalui pemasaran *online*. Strategi *word of mouth* dilakukan secara alami yang mana pembeli yang merasa puas dengan produk batu bata Adem Ayem Super merekomendasikan produk ini kepada orang lain tanpa diperintah dan tanpa adanya paksaan. *Home industry* batu bata Adem Ayem Super selalu mengedepankan kejujuran sehingga dapat dipercaya oleh pembeli.

Pemasaran melalui media sosial (*online*) yang dilakukan *home industry* batu bata Adem Ayem Super dilakukan dengan jujur dimana gambar yang dipasang pada *marketplace* adalah gambar asli dari batu bata Adem Ayem Super dan dalam menjalankan pemasaran melalui *online*, *home industry* batu bata Adem Ayem Super tidak pernah melakukan penipuan. Batu bata yang dikirimkan adalah batu bata yang asli tanpa cacat dan barang benar-benar sampai ke tangan pembeli.

Pada strategi pemasaran, *home industry* batu bata Adem Ayem Super menjalankan strategi sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang sesuai dengan sifat-sifat Rasulullah, yaitu sidiq dengan melakukan pemasaran sejujur-jujurnya, amanah yaitu dapat dipercaya oleh konsumen karena tidak melakukan penipuan, tabligh dengan bersifat transparan tidak menyembunyikan kecacatan produk, dan fathonah yaitu cerdas dalam menjalankan bisnis (Hofifah, 2020).

#### d. Strategi Sumber Daya Manusia

Pada pemilihan tenaga kerja, *home industry* batu bata Adem Ayem Super memilih tenaga kerja yang memang sudah ahli supaya tidak terjadi pengulangan pekerjaan. Hal ini sejalan dengan Al-Qur'an Surat Al-Qasas ayat 26 yang mana calon tenaga kerja harus diseleksi pengetahuan dan kemampuan teknisnya sesuai dengan beban dan tanggung jawabnya terhadap pekerjaannya. Islam mengizinkan sebuah institusi untuk merekrut lalu mengontrak sumber daya manusia agar mereka bekerja untuk orang atau institusi tersebut (Rahman, 2020).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa menurut perspektif ekonomi Islam, strategi yang digunakan *home industry* batu bata Adem Ayem Super sudah sesuai dengan pedoman berbisnis menurut Islam. Namun, terdapat satu strategi yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam, yaitu strategi finansial karena mengandung unsur riba di dalamnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

*Home industry* batu bata dalam mengembangkan usahanya memiliki berbagai permasalahan baik dari faktor internal maupun faktor eksternal yang membuat *home industry* batu bata terancam eksistensinya. permasalahan tersebut menjadi semakin kompleks ketika Indonesia dilanda pandemi *covid-19* yang menyebabkan *home industry* batu bata Adem Ayem Super mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis. Sehingga *home industry* batu bata Adem Ayem Super melakukan strategi dalam mempertahankan eksistensinya.

Strategi yang dilakukan *home industry* batu bata Adem Ayem Super terdiri dari tiga macam strategi yaitu strategi korporasi, strategi bisnis, dan strategi fungsional. Strategi korporasi yaitu melakukan strategi pertumbuhan berupa integrasi vertikal dengan mengambil alih fungsi pemasok dan distributor, strategi diversifikasi konsentris dengan membuat inovasi ukuran produk dan konglomerat dengan masuk ke usaha lain yaitu mendistribusikan bahan baku kepada pengrajin batu bata yang lainnya. Kemudian strategi bisnis dengan menerapkan strategi kepemimpinan biaya yaitu memperkecil biaya yang dikeluarkan dan menambah kualitas produk untuk menghadapi ancaman bisnis seperti yang dikemukakan oleh Porter. Lalu strategi fungsional ditempuh melalui beberapa strategi yaitu strategi operasi dengan menerapkan strategi produksi dan strategi dalam menghadapi cuaca, strategi finansial dengan modal sendiri dan modal dari bank, strategi pemasaran dengan pemasaran *word of mouth* dan melalui media sosial (*online*), dan strategi sumber daya manusia dengan menggunakan sumber daya manusia yang ahli di bidangnya.

Berdasarkan Perspektif ekonomi Islam, strategi yang dilakukan oleh *home industry* batu bata Adem Ayem Super sebagian besar sesuai dengan

prinsip ekonomi Islam, namun terdapat satu strategi yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam yaitu pada strategi finansial dengan memperoleh modal dari bank konvensional di mana terdapat unsur riba di dalamnya.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis memberikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya memperluas dan memperdalam objek penelitian tertentu supaya dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap yang berkaitan dengan manajemen strategi seperti strategi pemasaran yang berkaitan dengan penggunaan digital marketing dan *e-commerce*.
2. Bagi *home industry* batu bata sebaiknya memperkuat strategi pemasaran dengan memperluas pemasaran produk. Selain itu, pemimpin bisa melakukan inovasi seperti mengadakan diskon atau memberikan variasi harga yang dapat menarik pembeli. Tujuannya agar pembeli merasa puas dan tidak beralih pada pedagang yang lain. Kemudian, modal sebaiknya berasal dari lembaga keuangan syariah supaya terhindar dari riba. Serta sebaiknya melakukan pencatatan keuangan minimal mencatat pemasukan dan pengeluaran sehingga keuntungan dan kerugian dapat dilihat dengan jelas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alim, S. 2022. Strategi Survival Pelaku UMKM di Masa Pandemi. *El-Hikam*, Vol. 15, No.1.
- Amalia Nur Rahmah, S. W. 2019. Peranan Sektor Industri Pengolahan dalam Perekonomian di Indonesia dengan Pendekatan Input-Output 2010-2016. *Economie*, Vol. 1, No.1.
- Antasari, L. S., & Dwiningrum, S. A. 2018. Strategi Bertahan Industri Tenun Tradisional Santa Maria Boro, Banjarsari, Kalibawang, Kulon Progo, Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Vol. 7, No.4.
- Aprilia, A. S. 2020. Sistem Perbankan Konvensional dalam perspektif Fikih Muamalat. *Al-Adalah*. Vol.23, No.2.
- Apriyanti, R. 2018. Dampak Industri Bata Merah Terhadap Kondisi Lahan Di Desa Kesik Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Geodika*.Vol.2,No.1.
- Arianto, F. 2020. Strategi dan Perjuangan Pengrajin Home Industry Batu Bata dalam Mempertahankan Eksistensinya di Desa Gunung Rejo Kecamatan Waylima Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *eJournal Sosiastri-Sosiologi*, Vol. 8, No.1.
- Arief, M., & Syah, N. 2021. Kualitas Batu Bata Berdasarkan Area Pembakaran (Suatu Studi Komperatif). *Jurnal Teknik Sipil Universitas Negeri Padang*, Vol.2, No.1.
- Asih Handayani, A. E. 2021. *Buku Ajar Manajemen Strategis*. Surakarta: UNISRI Press.
- Athaya, D. 2022. Pengaruh Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Peningkatan Pendapatan di Masa Pandemi Covid 19 dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*, 1.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2016. Kecamatan Adipala dalam Angka Tahun 2016. Cilacap : Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2017. Kecamatan Adipala dalam Angka Tahun 2017. Cilacap : Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2018. Kecamatan Adipala dalam Angka Tahun 2018. Cilacap : Badan Pusat Statistik.

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2019. Kecamatan Adipala dalam Angka Tahun 2019. Cilacap : Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2020. Kecamatan Adipala dalam Angka Tahun 2020. Cilacap : Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2021. Kecamatan Adipala dalam Angka Tahun 2021. Cilacap : Badan Pusat Statistik.
- Badruzaman, D. 2019. Riba dalam Perspektif Keuangan Islam. *Al Amwal*, Vol.1 No.2.
- Buku Monografi Desa Adipala Keadaan Pada Bulan Desember 2022.
- Chodijah, N. S. 2021. Ketenangan Hati Perspektif Surah Al-Insyirah: Kajian Tafsir Maudu'i. *Gunung Djati Conference Series*. Vol.4.
- David, F. R. 2016. *Strategic Management A Competitive Advantage Approach , Concepts and Cases, 15 th ed*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dedhy, S, H. 2017. Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Kinerja*, Vol.14, No.1.
- Diana, & Laila, N. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*,
- Elias, M. C. 2018. Analisis Strategi Bersaing pada Perusahaan Biro Perjalanan di Malang. *AGORA*, Vol.6, No.2.
- Fanual, Y. H., Widiastuti, A., & Ismanto, H. 2018. Strategi Bersaing Usaha Batu Bata di Desa Sengonbugel. *Jurnal Rekognisi Manajemen*.
- Fawaid, A., & Fatmala, E. 2020. Home Industry sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, Vol.2, No.4.
- Ghafar, M. A. 2004. *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1, Terjemah Lubabut Tafsir min Ibnu Katsir*. Bogor: Pustaka Imam Asy- Syafi'i.
- Ghufroon, M. I., & Fahmiyah, I. 2019. Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam . *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* .Vol.3,No.1.
- Hakas Prayuda, E. A. 2018. Analisis Sifat Fisik dan Mekanik Batu Bata Merah di Yogyakarta. *Jurnal Riset Rekayasa Sipil*, Vol.1, No.2.
- Hardani, d. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group

- Hilma Yuniar Widya Ningrum, D. G. 2022. Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Home industry Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, Vol.1, No.1.
- Hofifah, S. 2020. Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari perspektif etika bisnis islam. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol.3, No.2.
- Hunger, D., & Wheelen, T. 2020. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Ibrahim, A. 2021. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Ihsan, A. 2019. Kontribusi Industri Rumahan dalam meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Kota Watampone. *Jurnal Ilmiah Al Tsarwah*, Vol.2, No.2.
- Ikhsani, M. M., Santoso, S. B., F. B., & Hidayah, A. 2021. Strategies for Increasing the Competitiveness of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Banyumas During the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economic, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, Vol.5, No.3.
- Irhas, V. 2022. Manajemen Strategi Pengrajin Alat Musik dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usahanya di masa Pandemi Covid 19. *Skripsi*.
- Jihan Indah Sari, J. S. 2021. Strategi Bertahan Cafe Melalui Pendekatan Integrated Marketing Communication di Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol.4, No.1.
- Joesyiana, K. 2018. Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol.3, No.1.
- Kamaruzzaman, Y. 2022. Al-Ribhu (Keuntungan) dan ketentuannya dalam Fikih Islam. *Jurnal El-Hadhanah: Indonesian Journal of Family Law and Islamic Law*, Vol2, No.1.
- Khoiron, A. K. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: LEMBAGA PENDIDIKAN SUKARNO PRESSINDO .
- Khoufi, F., Novareza, O., & Santoso, P. B. (2017). Peningkatan Kualitas Produk Batu Bata Merah dengan Memanfaatkan Limbah Abu Serat Sabut Kelapa dan Abu Serbuk Gergaji. *Prosiding Seminar Nasional* ,
- Lestari, D. S., & Ainulyaqin, M. H. 2022. Industrialisasi dalam Mengatasi Kesenjangan Ekonomi di Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.8, No.1.



- Mulyana, A. E. 2021. Analisis Minimarket Pajajaran Sindangkasih dengan Menggunakan Porters Five Forces dan Strategy Generik Porter. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis* , Vol.5, No.2.
- Nuraini, Y. 2018. Dampak Perkembangan Industri Pertambangan Nikel Terhadap Kondisi Sosial, Ekonomi, dan Budaya Masyarakat. *Seminar Nasional Edusaintek*,
- Nurlia. 2019. Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan (Perbandingan Antara Ekspektasi/Harapan dengan Hasil Kerja). *Meraja Journal*, Vol.2, No.2.
- Oktavia, D. D. 2022. Strategi Bertahan brand Apple di masa pandemi covid 19 dan penerapannya pada UMKM di kota Malang sebagai upaya keberlangsungan usaha. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol.4, No.8.
- Pranadita, N. 2021. Pengaruh Hukum terhadap lima kekuatan bersaing terkait dengan perumusan strategi bersaing menurut Michael E Porter. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol.12, No.1.
- Prapto, P. 2017. Studi Perbandingan Biaya Per 1 M Persegi Pekerjaan Pasangan Dinding Bata Ringan dengan Pasangan Bata Merah. *INERSIA*, Vol. XIII, No.1.
- Prayoga, Y. 2018. Peranan Industri Batu Bata Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhan Batu. *Jurnal Ecobisma*, Vol.5, No.2.
- Purwanggono, C. J. 2020. *Konsep Dasar Manajemen Strategi*. Semarang: Bintang Pustaka Madani.
- Purwanto, B. H. 2021. *Manajemen Strategi Sektor Publik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Putri, S. 2020. Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomika Syariah*, Vol.4, No.2.
- Rahman, Y. A. 2020. Manajemen Sumber Daya Manusia. *Tsaqofah jurnal Pendidikan Islam*, Vol.4, No.2.
- Rahmawati, F. R. 2018. Eksistensi Industri batu bata merah di Desa Ledok Kulon Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro. *swara Bhumi*, Vol.1, No.1.
- Rambalang. 2018. Eksistensi Lembaga adat dalam pembangunan kecamatan tawalian kabupaten mamasa . *jurnal jurusan ilmu pemerintahan*, Vol.1, No.1.



- Rochdiani, D. 2018. Manajemen Usaha Home Industry Desa Sindangsari kecamatan Sukasari kabupaten Sumedang. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, Vol.7, No.1.
- Rusminah, S., Sayekti, L. I., & Taufik, M. 2022. Strategi Kontinuitas Bisnis Melalui Analisis SWOT Pada Sentra UMKM Batu Bata dan Genting di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Syariah*, 104.
- Samsul. 2018. Analisis Dampak Positif Industri Terhadap Lingkungan Masyarakat. *Jurnal Geomine*, Vol.6, No.2.
- Sari, R. 2022. Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing pada Coffe Shop di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr Coffe. *Jurnal ekonomi dan bisnis digital*, Vol.1, No.3.
- Sayrani, M. 2019. Strategi Mempertahankan Eksistensi Rumah Makan Tradisional dalam Menghadapi Masuknya Rumah Makan Modern di Kota Medan (Studi Kasus pada Rumah Makan Khas Sibolga Uda Tanjung Medan). *Skripsi*, 11.
- Shihab, M. Q. 2004. *Tafsir Al-Misbah Volume 15*. Jakarta: Lentera Hati.
- Sudiantini, D. 2022. *Manajemen Strategi*. Purwokerto Selatan, Banyumas : CV. Pena Persada.
- Sugiarti, Andalas, E. F., & Setiawan, A.2020. *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*. Malang: UMMPress.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminartini, & Susilawati. 2020. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Usaha Home Industry dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal COMM*, Vol.3, No.3.
- Supriyadi, & Septinar, H. 2018. Kerusakan Lingkungan Akibat Industri batu Bata Di Desa Pangkalan Benteng sebagai Sumber Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (Geografi) di Mts Guppi Sukamoro. *Jurnal Swarabhumi*, Vol.3. No.2.
- Suretno, S. 2018. Jual Beli dalam Perspektif Al-Quran. *Ad-Deenar*, Vol.2, No.1.
- Syahfey, M. 2022. Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Pedagang Kuliner Pada Tugu Religi Sultra Kota Kendari. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.7, No.1.
- Taringan, A. A. 2012. *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.

Turmudi, M. 2017. Produksi dalam perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pemikiran Islam*,

Yunus, M. 2004. *Tafsir Quran Karim*. Jakarta: P.T Hidakarya Agung Jakarta.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *Lampiran 1 Transkrip Wawancara*

#### **Wawancara I**

##### **A. Identitas Informan**

Nama Informan : Kasa Wito Prayitno

Usia : 76 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Alamat : Desa Adipala, RT 06/RW 05, Kecamatan Adipala,  
Kabupaten Cilacap

##### **B. Tempat dan Waktu Wawancara**

Waktu : 14 April 2022, 17 Desember 2022, dan 4 Februari 2023

Tempat : *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super, Adipala, Cilacap

##### **C. Pertanyaan dan Jawaban Penelitian**

1. Apa nama *home industry* yang bapak miliki?  
Jawab: Namane Adem Ayem Super, biasa dikenal AA Super. Adem Ayem kue masyarakat uripe pada makmur, tenteram, super kue berarti batane kualitas super.
2. Sejak kapan bapak mulai memproduksi batu bata?  
Jawab: Tahun seribu sembilan ratus tujuh puluh, dadi umure uwis 53 tahun.
3. Bahan apa saja yang dibutuhkan untuk membuat batu bata?  
Jawab: Bahan yang digunakan itu tanah liat 50%, terus pasir 35%, air 10%, terakhir merang 5%.
4. Apa saja peralatan yang dibutuhkan untuk membuat batu bata?  
Jawab: Peralatan kue ana loro macem, alat produksi karo alat pembakaran. Alat produksi contone cangkul, sekop, ember, selang air, cetakan, pisau bamboo, plastik karo gerobak. Nek alat pembakaran kue ana serok, cikrak, karo korek api.
5. Lahan yang dipakai itu lahan milik sendiri atau nyewa pak?  
Jawab: Lahan milik sendiri, ada lahan yang buat nyetak sama ngangkrick bata, ada lahan buat naroh bahan baku, ada juga lahan buat mbakar bata namanya tobong.
6. Ukuran lahannya itu berapa pak?

Jawab: Lahan buat meletakkan bahan baku itu kondisional luasnya, lahan buat nyetak sama njemur bata ukuran dua puluh lima kali lima belas, tobong ukurannya dua belas kali tujuh meter.

7. Kenapa bapak memproduksi bata?

Jawab: Bahannya mudah caranya mudah masih pakai teknik tradisional terus ngga harus berpendidikan tinggi.

8. Alasan apa yang membuat bapak bertahan memproduksi bata?

Jawab: Ya menjadikan kegiatan mbata itu sebagai pendapatan sampingan Bukan inti.

9. Permasalahan apa yang terjadi di *home industry* bapak?

Jawab: Bahan baku yang semakin menipis dan semakin sulit didapatkan. Harus mencari bahan baku ke tempat lain bahkan beli. Sebelumnya bisa ngambil ke area pesawahan yang datarannya masih tinggi. Terus ada teknologi baru contoh Hebel dan batako. Terus tenaga kerja yang regenerasinya berkurang karena pemuda sudah mempunyai pekerjaan lain tidak mengikuti orang tua ya istilahnya alih profesi. Apalagi butuh lahan yang luas.

10. Tenaga kerja beralih profesi itu biasanya pada beralih ke apa pak?

Jawab: Ya sudah mulai sulit hanya orang tertentu yang mau, beralih ya jadi bertani, PLTU, macam-macam lah.

11. Untuk pendapatan bagaimana pak? Stabil?

Jawab: Karena terjadi inflasi, harga bahan baku naik pada pemasaran tetap jadi pendapatannya naik turun. Covid juga berpengaruh.

12. Harga yang naik turun itu berarti bapak tetep dapet keuntungan mboten?

Jawab: Ya minim bahkan malah kadang ngga untung.

13. Berapa keuntungan yang diperoleh untuk satu kali produksi pak?

Jawab: Ya dihitung, mulai dari upah karyawan untuk nyetak itu biayanya empat puluh ribu perseribu bata, meled tujuh puluh lima ribu, sewa alat dua puluh tujuh ribu, ngandangna bata lima belas ribu, membakar upahnya empat puluh ribu, bahan baku delapan puluh ribu, merang delapan puluh lima ribu, itu harga untuk perseribu bata, kami kan biasanya sekali obong ada empat puluh ribu bata, berarti itu dikalikan empat puluh. Paling ya keuntungannya jadinya tiga jutaan untuk sekali obong.

14. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk satu kali produksi pak?

Jawab: sekali obong waktunya bisa satu bulan lebih bisa dua bulan. Waktu tidak ditentukan karena cuaca dan pekerja.

15. Dengan adanya batu bata itu membuka lapangan pekerjaan buat warga sekitar yah pak?

Jawab: Kalo lapangan pekerjaan termasuknya dari semua itu dari rincian-rincian tadi itu termasuk penghasilan semua. Nangono bebas bisa dikerjakan sendiri kalo kita mau kerja bisa menawarkan jasa misalnya ada yang melu nyitak, boleh. Melu ngandangna boleh.

16. Berapa jumlah tenaga kerja dan bagaimana struktur organisasi di *Home Industry* milik bapak?



Jawab: Saya sendiri sebagai pemilik atau pemimpin, bagian yang ngolah bahan baku namanya Pak Sukadi, Bagian Percetakan Nita, bagian yang ngeringin bata Reti Ningsi, bagian yang mbakar bata Haryanto.

17. Kegiatan mbata di Desa Adipala bikin masyarakatnya sejahtera nggih pak?

Jawab: Ya iya sejahtera soalnya sebagai sumber penghasilan.

18. *Home industry* batu bata ini punya dampak negatif buat lingkungan nggak pak?

Jawab: Ya punya, kaya pengambilan tanah yang terus menerus istilahnya ya eksploitasi tanah, terus bekas galian yang ga ke urus itu loh yang bekas meled kan jadi genangan air itu dibiarin aja biasanya, jalan itu pada rusak soalnya kan truknya bolak balik buat bawa bata sama bawa bahan baku, kalo lagi pembakaran biasanya nimbulin asap, debu, ya polusi lah.

19. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk mengatasi dampak negatif tersebut?

Jawab: Solusi mengatasi jalan rusak diperbaiki sendiri dengan diurug sambil menunggu penanganan dari pemerintah desa.

20. Pas pandemi, apakah berdampak langsung terhadap usaha bapak?

Jawab: Pas pandemi yang apapun anjlok, yang beli nggak ada, orang lagi pada kesusahan ya jadinya pada ngga bikin rumah apa mbangun sesuatu, pemasaran ya susah banget, apalagi harga nya juga turun drastis, kalo harga turun ya otomatis pendapatan juga turun, nggak iso muter modal, mbayar pegawe ya susah.

21. Apakah pas covid, bapak tetap memproduksi batu bata?

Jawab: Pas pandemi covid, harga batu bata menurun drastis, permintaan pelanggan juga nurun banget, ya gimana ya orang lagi susah pada kehilangan pekerjaannya ya jadinya pada ga bikin rumah jadi sedikit yang beli bata, tapi kami sih tetep memproduksi bata buat persediaan stok jadi nanti kalo ada yang pesen kita langsung kirim, supaya pelanggan juga ngga nunggu soalnya kan prosesnya lama jadi tetep bisa menuhin kebutuhan pasar.

22. Bagaimana cara bapak menghadapi pandemi covid?

Jawab: Sekarang kami langsung beli bahan bakunya. Kalo pasir itu ngambilnya ke sungai Serayu kalo tanah liat itu diluar Adipala. Harganya kan lumayan jadi lebih miring, kalo beli langsung itu harganya jadi tiga ratus ribu se truknya terus bayar ongkos bongkarnya empat puluh ribu kalo tanah liat ngambil langsung harganya cuma tiga ratus dua puluh ribu ongkos bongkarnya lima puluh ribu. Kita juga kirim langsung ke pelanggan nanti ongkir dibayar sama pelanggan jadi kita lebih untung sama lebih dekat dengan pelanggan jadi langganan.

23. Pas covid bapak hanya fokus memproduksi bata atau mencoba buat usaha di bidang lain?

Jawab: Pas ada waktu luang disambil usaha bertani dan berjualan material. Selain ngambil sendiri bahan baku dari pemasok untuk bahan

produksi usaha sendiri, kami juga jual pasir. Hasilnya bisa buat nambah penghasilan, bisa juga buat nambah modal bata.

24. Apakah bapak melakukan inovasi produk ?

Jawab: Kami juga bikin bata pake ukuran yang lebih tebal tapi ngga selalu, seringnya pake yang ukuran standar aja, bisa juga melayani pesanan dengan ukuran tertentu selain standar misalnya pembeli pesennya kaya gitu.

25. Berapa ukuran standar batu bata?

Jawab: Bata Adipala ukurannya segitu standar yang dua puluh kali sepuluh kali empat.

26. Apakah bapak mengembangkan usaha yang tidak sejenis? Maksudnya selain batu bata ?

Jawab: Pas ada waktu luang disambil usaha bertani dan berjualan material. Selain ngambil sendiri bahan baku untuk bahan produksi usaha sendiri, kami juga jual pasir. Hasilnya bisa buat nambah penghasilan, bisa juga buat nambah modal bata.

27. Apakah bapak memiliki rencana untuk menggunakan strategi baru, misalkan bahan bakunya dimanfaatkan lagi buat bikin genteng, kan bahannya sama.

Jawab: kami nggak ada strategi baru kaya misalnya merubah bentuk bata, atau menambah ukuran bata, kita fokusin aja sama produk dan bentuk bata yang sekarang, misalnya bikin yang model atau inovasi baru itu kan harus mengenalkan lagi ke masyarakat dan membutuhkan waktu yang lama, juga belum tentu laku, jadi kita jual yang pasti pasti aja.

28. Gimana strategi untuk menghemat biaya produksi?

Jawab: Untuk menghemat biaya itu abu bekas pembakaran bata sebelumnya itu ga dibuang soalnya bisa dipake lagi buat campuran abu pas pembakaran berikutnya. Terus kan plastik yang buat nutup bata biasanya banyak yang sobek, itu kami tetep gunain buat nutup bata. Sama kami buat tobong sendiri, atap tobong juga masih dari daun kelapa, jadi hemat terus juga kami bikin alat kaya cikrak, soled, itu bikin sendiri.

29. Apakah bapak pernah terjun langsung ke lapangan buat bikin bata?

Jawab: Untuk memperkecil pengeluaran dan menambah keuntungan, biasanya kalo ada waktu luang saya terjun langsung untuk memproduksi bata, misalkan membuat adonan sendiri, mencetak sendiri dan mengeringkan bata sendiri, jadi biaya yang seharusnya untuk menggaji karyawan bisa terminimalisir karena saya sendiri yang mengerjakan jadi pengeluaran cuma buat beli bahan baku aja.

30. Modal pembuatan bata itu sumbernya dari apa aja pak?

Jawab: Modal diperoleh untuk melanjutkan usaha itu dari sendiri dan hasil dari pinjam ke bank, banknya itu BRI. Tapi kami juga pinjam ke koperasi simpan pinjam namanya Al-Amin. Tujuan pinjam modal ke lembaga keuangan ya supaya usaha tetep bisa jalan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi, jangan sampai pelanggan lari dan beralih ke tempat lain.

31. Kalo tenaga kerjanya itu bapak milih yang memang sudah ahli apa siapa aja boleh ikut meskipun belum ahli?  
Jawab: Mayoritas tenaga kerja sudah ahli karena sudah turun temurun dari lahir wis weruh bata semuanya punya keahlian hampir sama
32. Apakah bapak memberikan harga yang berbeda sama pelanggan dan bukan pelanggan? Misal sama pelanggan harganya lebih murah.  
Jawab: Harga umum ada itu yang sesuai pasaran yang sudah berjalan. Kalau harga online sesuai kesepakatan untuk ongkos dan sebagainya sih jauh dekat, lokasi, terus ongkos.
33. Kalau lewat online itu ke kabupaten lain ya pak?  
Jawab: Online ya lain kabupaten
34. Kabupaten mana aja itu pak?  
Jawab: Cilacap, Banyumas, Banjarnegara, Kebumen, Brebes
35. Kalo ngirim ke lain kabupaten itu ongkirnya ditanggung siapa pak?  
Jawab: Bagian transportasi ditanggung pembeli atau ngga kami nyediain jasa transportasi.
36. Bapak ngasih harga diskon ngga ke pelanggan?  
Jawab: Pelanggan ya termasuk harga umum menyesuaikan harga standar
37. Jika pembeli menawar, apa yang dilakukan?  
Jawab: jika pembeli menawar ya dikasih harga standar. Kalau di luar standar terlalu anjlok biasanya tidak dilayani.
38. Kalo ke distributor pak?  
Jawab: Standar. Harga khusus kue pesanan tertentu tok sing lewat online, sing lewat langsung kan bisa main harga.
39. Kalo drop ke material pak?  
Jawab: Standar. Tambah ongkir maring toko
40. Berapa harga mesin buat menggiling adonan batu bata?  
Jawab: Mesin itu ada kalo bekas ada yang lima juta udah jadi. Ada juga yang membikin. Kalo beli baru ya bisa mencapai sepuluh jutaan.
41. Apakah bapak tidak ingin memakai mesin canggih seperti mesin oven batu bata?  
Jawab: Kalo di wilayah Adipala itu ngga pake mesin-mesin seperti itu. Mengatasinya ya itu tadi.
42. Untuk pekerja itu bapak mengambil kualitas yang sudah benar benar bisa atau bagaimana nggih pak?  
Jawab: mayoritas tenaga kerja di situ tu sudah ahli semua. Ibaratnya udah turun temurun kaya kue. Sudah lahir sudah liat bata. Semuanya sudah ahli dengan keahlian yang hampir sama.
43. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk mengatasi modal yang terbatas?  
Jawab: Ya kalo lagi minim dikerjakan sendiri. Terus sambil ngodekna juga. Selain ngodekna kita sambil kerjain sendiri sebisanya. Kalo ada waktu luang karena mungkin cuaca hujan, bisa sambil usaha ada yang punya peliharaan ada kambing ada ayam, ada yang jualan, ada yang ke pertanian. Kaya kue warna-wernalah.
44. Bagaimana strategi *home industry* batu bata dalam menghadapi ancaman dari produk pengganti?



Jawab: Untuk produksi bata merah walaupun sudah ada bata global persaingannya sudah ada Hebel dan sebagainya kuwe anu sudah punya pemasaran dan masih banyak yang memakai bata dan peminatnya masih banyak. Yang jelas peminatnya masih banyak. Mungkin karena sudah terbukti lebih awet, kokoh dibangun.

45. Terkait *profit strategy* apakah bapak menaikkan harga produk supaya dapat keuntungan lebih banyak?

Jawab: Dadi naik turunnya harga itu tergantung naik turunnya produksi juga. Kalau dimusim hujan atau kurang panas produksi berkurang terjadi kekurangan stok timbulnya harganya naik. Terus banyaknya permintaan, bisa. Terus ada proyek-proyek pemerintah, proyek-proyek pribadi itu yang bisa menaikkan harga. Terjadi penurunan itu kalau permintaannya lagi menurun. Produksi naik karena cuaca panas namun permintaannya menurun jadi terjadi penurunan harga. Kuwe anu gawene lagi akeh tapi permintaane lagi kurang menurun jadine hargane menurun. Kalo permintaan banyak produksinya berkurang karena cuacanya kurang panas apa musim hujan. Dadi identik perbataan kue karo cuaca juga. Cuaca berpengaruh besar terhadap produksi dan harga.

## **Wawancara II**

### **A. Identitas Informan:**

Nama Informan : Sukadi  
Usia : 55 Tahun  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Posisi : Bagian Pengolahan Bahan Baku  
Alamat : Desa Adipala, RT 06/RW 05, Kecamatan Adipala,  
Kabupaten Cilacap

### **B. Waktu dan Tempat Wawancara**

Waktu : 17 Desember 2022

Tempat : *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super Desa Adipala

### **C. Pertanyaan dan Jawaban Penelitian**

1. Bagaimana sejarah *home industry* batu bata Adem Ayem Super pak?

Jawab: Ooh iya jadi awalnya terjadinya dengan adanya produksi batu bata merah di Adipala itu berawal dari bapak yang namanya Pak Jur Jaeni itu sebagai pencetus eee produksi batu bata merah di Adipala sampai diberi nama AA Super.



2. Pak kalau misalkan saya ingin lihat data tentang batu bata di Desa Adipala itu ke mana nggih pak?  
Jawab: Dulu kan ada koperasi. Kalau sekarang, koperasi sudah punah jadi tidak ada data.
3. Oh ya pak, untuk harga batu bata dari sebelum covid sampe sekarang berapa nggih pak?  
Jawab: Sebelum covid berarti tahun dua ribu delapan belas harganya empat ratus delapan puluh ribu. Terus tahun dua ribu sembilan belas harganya tiga ratus sampai tiga ratus dua puluh ribu. Tahun dua ribu dua puluh harganya tiga ratus lima puluh ribu. Terus tahun dua ribu dua puluh satu itu harganya tiga ratus delapan puluh ribu. Kalau tahun dua ribu dua puluh dua sekarang ini harganya empat ratus lima puluh ribu. Itu per seribu batu bata.
4. Bahan baku untuk membuat bata itu apa saja ya pak?  
Jawab: Untuk bahan baku, untuk proses pembuatan bata itu yang pertama dari tanah liat tanah liat yang berasal dari tanah sawah itu yah terus dicampur dengan pasir sedikit pasir nanti tinggal diolah itu untuk proses pembuatan batu bata. Tidak hanya tanah liat harus ada campurannya sedikit pasir. Pasirnya itu pasir yang baik yang bagus itu untuk proses pembuatannya.
5. Terus dicampurin air juga ya pak?  
Jawab: Iya harus menggunakan air itu udah otomatis karena untuk melembekan tanah liatnya biar nanti prosesnya mudah harus pake air.
6. Iya kalo untuk merang atau kulit padi itu juga bisa buat campuran batu bata?  
Jawab: Pake merang bahkan itu lebih bagus itu untuk mengantisipasi keretakan batu bata setelah dicetak. itu bagus itu.
7. Iya terus untuk harga dari bahan baku itu kaya tanah liat dan pasir itu berapa? Kan itu kan ga semuanya dapat dari sawah, harus membeli  
Jawab: Kalo kalo bahan dari tanah yang kita ambil dari sawah utawa dari kebun itu memang harganya sedikit tinggi ya sedikit tinggi itungannya eee per satu trek itungannya. Jadi kalo satu trek nyampe di lokasi itu harganya lima ratus bahkan sampai lima ratus lima puluh tergantung cuaca yaah.
8. Berarti kalau hujan atau cuacanya ngga mendukung itu harganya bisa sampai lima ratus lima puluh ribu ya pak?  
Jawab: Kalo cuacanya ngga bagus, contoh soal gerimis, musim hujan itu harga bahan bakunya itu naik karena sulit pengambilannya, naik bisa naik bisa sampai ya lima lima lima ratus lima puluh bisa bahkan lebih sedikit seperti itu.
9. Terus peralatan untuk memproduksi bata itu ada apa saja ya pak?  
Jawab: Untuk peralatan itu ya agak panjang sedikit tapi ringan alatnya yang pertama itu adalah cetakannya itu harus ada, terus otomatis cangkul itu harus disiapkan, terus sekop juga harus ada terus ditambah lagi itu ember ya beberapa ember memang harus disiapkan ya itu salah satu alat untuk memproses pembuatan bata

10. Plastik juga ya pak?

Jawab: Plastik iya itu sangat sangat dibutuhkan sekali karena untuk mengantisipasi kalau cuaca buruk, kalau turun hujan, dan lain sebagainya itu plastik juga harus disiapkan, persiapan untuk menutup bata yang sudah dicetak seperti itu.

11. Kalau alat pembakarannya itu apa saja pak?

Jawab: Alat pembakarannya pertama siapkan tempat pembakaran yaitu tobong kalo di sini ya namanya tobong itu memang harus ada. Terus dibutuhkan lagi itu namanya eee apa itu yang untuk mengambil sekam itu cikrak ya kalo di sini namanya cikrak itu juga harus dibutuhkan. Terus untuk membakarnya ya tentu saja punya korek apilah itu pasti untuk membakar sekamnya merangnya seperti itu.

12. Kalau untuk cap dari batu bata itu sendiri kenapa tulisannya AA Super saja pak? Bukan Adem Ayem Super?

Jawab: Ya biar bagus dilihat, kalo Adem Ayem Super kan kepanjangan.

13. Untuk barang pengganti bata kan ada batako dan Hebel ya pak, itu kalo di Desa Adipala itu ada berapa toko bangunan yang bapak tau kira-kira?

Jawab: Oh ya memang di daerah Adipala itu ada sedikit persaingan batu bata. Batu bata merah sekarang muncul batu bata yang putih yang ringan itu namanya Hebel. Di sekitaran Adipala tu ada sebelas sampe dua belas toko yang menyiapkan batu bata Hebel itu untuk pengganti batu bata merah memang ada di Adipala.

14. Dari dua belas toko bangunan itu kan sama ada barang penggantian itukan tentunya ada persaingan ya pak. Lah gimana sih cara *home industry* batu bata menghadapi persaingan tersebut?

Jawab: Ya persaingan tidak terlalu signifikan artinya tetap sehat-sehat saja artinya kita tinggal itu apa namanya mengatur iya harga seperti itu mengatur harga saja dengan mengikuti harga pasaran. Bersaing itu secara sehat kalo di daerah sini daerah Adipala.

15. Untuk *supplier* dari bahan baku itu sendiri diambil dari satu *supplier* atau berbeda-beda ya pak?

Jawab: Biasanya, biasanya itu saya ngambil itu tidak mengandalkan satu *supplier*, karena mengantisipasi musim yang bagus dan musim yang buruk kita ambil beberapa *supplier* disini. Jadi nanti tidak stoknya nanti juga tidak telat dan mengikuti cuaca yang baik apalagi kalo musim hujan itu kan sudah tidak bisa mengirim stok bahan baku jadi kita intinya kita ambil beberapa *supplier* untuk mengirim stok barang begitu.

16. Terus juga kalau misalkan musim hujan kan harganya naik ya pak?

Jawab: Iya naik betul

17. Jadi lebih baik menyetok pas musim kemarau

Jawab: betul betul. Maka dari itu yang tadi saya katakan *supplier* yang saya minta itu ga cuma satu *supplier* bahkan lebih untuk mengirim stok bahan bakunya itu untuk mengantisipasi ketelatan disaat musim hujan. Seperti itu.

18. Kalau dari jumlah *supplier* kan beda-beda nggih pak, lah itu jumlah *suppliernya* kira-kira ada berapa pak yang diambil?

Jawab: ooh ya kalo di sini *supplier* itu sebetulnya banyak ada bahkan ada delapan *supplier* ya di sini ada delapan *supplier* yang sudah tetap untuk mengirim bahan baku. Ada Pak Muhdir, Pak Saron, Pak Sutrisno, Pak Mujiono, Pak Suyono, Pak Hadi Saimin, Pak Dedyanto, sama Pak Hari.

19. Pengepul atau distributor atau toko material yang tetap ngambil ke bapak itu ada berapa?

Jawab: Ada sekitar enam. Ada Bapak Sutrisno itu truknya namanya BM singkatan dari Berkah Mukti, Bapak Sugino itu truknya namanya Adem Ayem, UD Tani Jaya punya haji Sarno, terus Permata Jodo punya Mujiyono, UD Karen Jaya punya mimin, sama UD putra Santoso itu sing due jenenge Mincaryakat.

20. Bagaimana proses pengolahan tanah liat untuk membuat bata sih pak?

Jawab: Oh iya, jadi prosesnya begini kita siapkan bahan bakunya yah seperti tanah liat itu disiapkan terus juga disiapkan sedikit pasir terus disiapkan juga itu merang atau sekam lalu kumpulkan jadi satu nanti kita siram pake air biar mudah pengolahannya. Misalkan kita garap pagi lah ya, pagi kita garap sudah setengah jadi nanti sore diproses penggilingannya terus proses pencetakannya besok pagi. Iya besok pagi itu baru bisa dicetak setelah bahan-bahannya itu sudah jadi seperti itu.

21. Kalau proses pencampurannya kan tadi namanya meled ya pak, itu waktunya biasanya berapa jam?

Jawab: Sebetulnya itu tidak terlalu lama lah ya kalo kita kerja dibikin sedikit santai itu tiga jam sudah jadi tercampur semua itu tinggal proses penggilingan.

22. Kalau penggilingannya berapa jam?

Jawab: Penggilingan itu juga tidak terlalu lama itu ya plus minusnya kurang lebih sekitar satu jam selesai. Jadi semuanya ditotal empat jam sudah *clear* sudah jadi bahan untuk siap dicetak seperti itu.

23. Bata yang udah jadi itu langsung dikirim ke pelanggan apa bagaimana pak?

Jawab: Ya ada sebagian yang masuk pengepul, ada sebagian yang langsung ke pembeli, ada juga yang nge drop ke material.

24. Pemasaran dari batu bata itu sendiri bagaimana pak? Melalui media apa saja?

Jawab: Pemasaran ya anu udah banyak orang tau ya dari mulut ke mulut, getok tular, jadi pelanggan udah tau kualitasnya tanpa dipaksa nanti ngasih tau ke orang yang mau bikin bangunan.

25. Apakah *home industry* batu bata Adem Ayem Super juga melakukan pemasaran melalui *online* pak?

Jawab: Pemasaran juga lewat *online* tapi cuma whatsApp aja soale bata kan angel ngirime kalo jauh biayane banyak, terus kudu ati-ati. Bata sing wis dadi di foto terus di upload neng status

26. Terkait pendapatan, berapakah pendapatan yang diperoleh *home industry* batu bata Adem Ayem Super dalam satu tahun pak?



Jawab: Pendapatan tidak menentu soalnya dalam satu tahun itu kadang obong atau produksi itu tiga sampai lima kali.

27. Berapa pendapatan dalam satu kali obong selama lima tahun terakhir ini pak?

Jawab: Itu dicari sendiri ya hasilnya, rumusnya ya harga pasaran tahun itu di kali hasil produksi batu bata, dalam satu kali obong adalah empat puluh ribu batu bata.

### **Wawancara III**

#### **A. Identitas Informan**

Nama Informan : Nita

Usia : 48 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Posisi : Bagian Pencetakan

Alamat : Desa Adipala, RT 06/RW 05, Kecamatan Adipala, Kabupaten Cilacap

#### **B. Waktu dan Tempat Wawancara**

Waktu : 4 Februari 2023

Tempat : *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super Desa Adipala

#### **C. Pertanyaan Penelitian**

1. Alat buat nyetak bata terbuat dari apa bu? Ukurannya berapa?

Jawab: Dari kayu, bentuke 3 kotak persegi panjang ukurane 20 cm x 10 cm x 4 cm. tiga kotak kue men nyetake cepet rampung. Alate dilapisi kaca supaya meledane ora nempel. Dadi kepenak.

2. Bagaimana strategi dalam mencetak batu bata bu? Apakah ada teknik khusus?

Jawab: Proses Pencetakan biasanya kami nyediain ember berisi air buat ngolesin batu bata pake tangan setiap sekali cetak supaya permukaannya jadi rata dan tangannya jadi tidak lengket jadi prosesnya cepet.

3. Sehari bisa nyetak berapa bata bu?

Jawab: Untuk mencetak seribu batu bata biasane cukup neng siji tenaga kerja, waktune tiga jam.



4. Misalkan hujan, nyetaknya gimana bu?

Jawab: Apabila cuaca tidak mendukung, kami tetap mencetak batu bata di tobong. Misale udah terlanjur nyetak terus udan ya kami sudah menyediakan plastik besar disampingnya buat nutup bata supaya tidak ada yang rusak atau terkena air.

#### **Wawancara IV**

##### **A. Identitas Informan**

Nama Informan : Reti Ningsi

Usia : 50 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Posisi : Bagian Pengeringan

Alamat : Desa Adipala, RT 06/RW 05, Kecamatan Adipala,  
Kabupaten Cilacap

##### **B. Waktu dan Tempat Wawancara**

Waktu : 4 Februari 2023

Tempat : *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super Desa Adipala

##### **C. Pertanyaan dan Jawaban Penelitian**

1. Pengeringan batu bata masih menggunakan teknik manual ya bu, mengandalkan sinar matahari.

Jawab: Iya, pengeringan tergantung cuaca, misalkan cuacane cerah ya cepet kering misalkan ga cerah atau mendung ya dua sampe tiga hari.

2. Misalkan batu bata yang dicetak udah kering, apa langkah selanjutnya bu?

Jawab: Apabila cuaca tidak mendukung, kami tetap mencetak batu bata di tobong. Misale udah terlanjur nyetak terus udan ya kami sudah menyediakan plastik besar disampingnya buat nutup bata supaya tidak ada yang rusak atau terkena air.

3. Berapa lama waktu yang dibutuhkan agar batu bata benar-benar kering?

Jawab: kalo cuaca cerah ya setengah hari bisa langsung diangkrik. Nanti didiamkan di angkrikan supaya kena angin biasanya sampe seminggu nanti baru dimasukan ke tobong buat pembakaran.

## Wawancara V

### **A. Identitas Informan**

Nama Informan : Haryanto

Usia : 45 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Posisi : Bagian Pembakaran

Alamat : Desa Adipala, RT 06/RW 05, Kecamatan Adipala,  
Kabupaten Cilacap

### **B. Waktu dan Tempat Wawancara**

Waktu : 4 Februari 2023

Tempat : *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super Desa Adipala

### **C. Pertanyaan dan Jawaban Penelitian**

1. Bagaimana proses pembakaran batu bata  
Jawab : Ya pertama disusun, jenenge dilingga, terus kanan karo kirine disogi merang. Bar kue gari di cus karo rek jos.
2. Mungkin bapak juga memakai cara yang berbeda dari sebelumnya?  
Jawab: Iya, pake teknik umpak, Teknik umpak itu inovasi tersendiri kalo dulu ya ga ada umpak. Caranya apinya dibiarin dulu selama satu hari supaya bara apinya tertunda jadi bisa naikin bata yang dipinggir setelah itu dikasih merang dan dibakar lagi sampai matang.
3. Proses pembakaran batu bata biasanya berapa hari pak?  
Jawab : waktunya enam sampai sepuluh hari
4. Pembakaran bata biasanya dilakukan pagi, sore , atau malam hari pak?  
Jawab: Biasane nyumed geni sore, soale nek bengi kue luh apik daripada awan, genine stabil dadi kepenak di kontrol.
5. Terus habis batanya di bakar, diapain lagi pak?  
Jawab: Bata sing wis dibakar, di tata maning terus dipilih sing apik karo sing ora apik, sing berkualitas karo sing ora apik mengko dibakar maning pas bakaran ngarepe.
6. Apakah pada proses pembakaran menggunakan kayu?  
Jawab: Proses pembakaran tidak menggunakan kayu. Di nyalakan pake minyak dan daun kelapa kering. Dulu pernah memakai bahan bakar kayu sekarang pindah ke merang karena harganya lebih murah.

## Wawancara VI

### **A. Identitas Informan**

Nama Informan : Pemilik TB Barokah

### **B. Waktu dan Tempat Wawancara**

Waktu : 17 Desember 2022

Tempat : *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super Desa Adipala

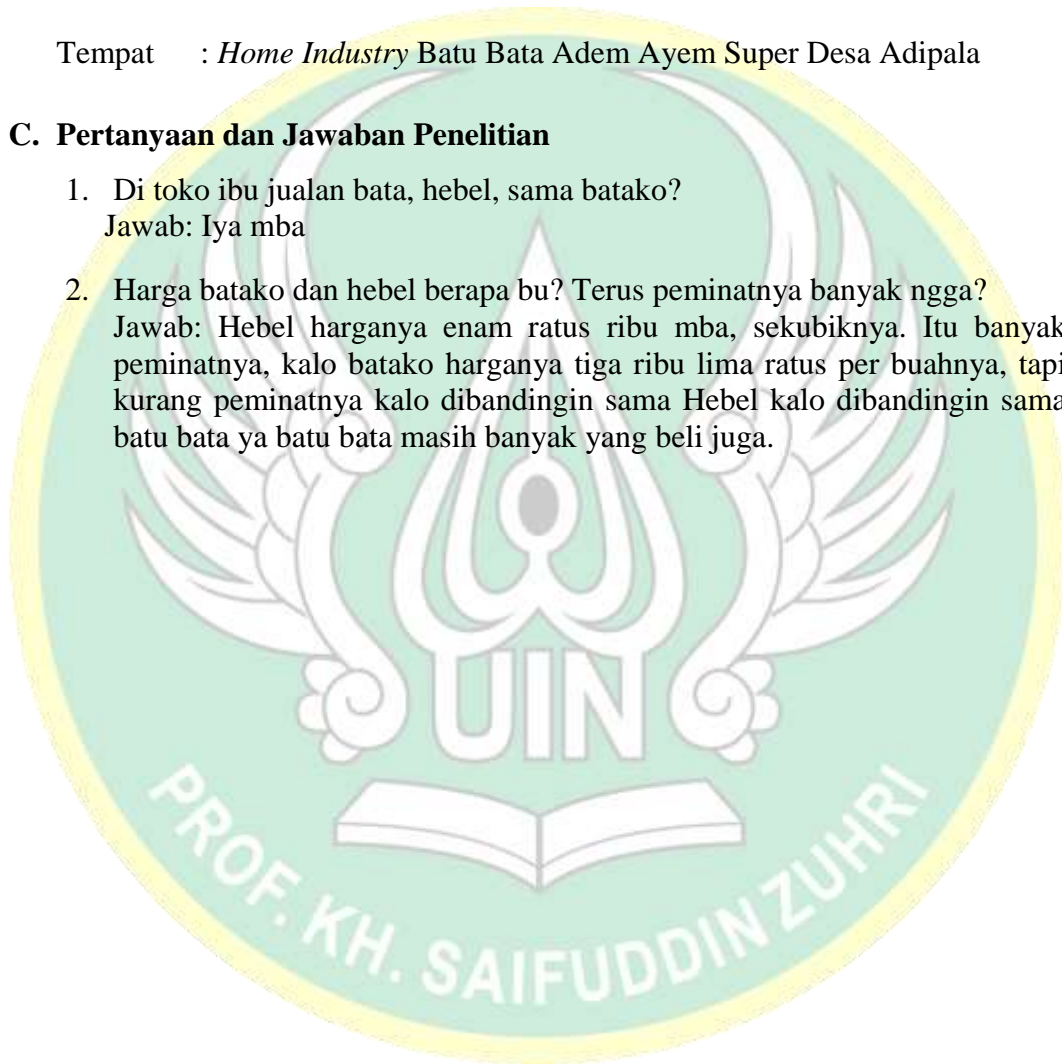
### **C. Pertanyaan dan Jawaban Penelitian**

1. Di toko ibu jualan bata, hebel, sama batako?

Jawab: Iya mba

2. Harga batako dan hebel berapa bu? Terus peminatnya banyak ngga?

Jawab: Hebel harganya enam ratus ribu mba, sekubiknya. Itu banyak peminatnya, kalo batako harganya tiga ribu lima ratus per buahnya, tapi kurang peminatnya kalo dibandingin sama Hebel kalo dibandingin sama batu bata ya batu bata masih banyak yang beli juga.



Lampiran 2

Dokumentasi Kegiatan Penelitian



Wawancara dengan Pemilik *Home Industry* Batu Bata AA Super



Wawancara dengan pekerja bagian pencetakan (Ibu Nita)



Wawancara dengan pekerja bagian pencetakan (Ibu Nita)



Wawancara dengan pekerja bagian pengeringan (Ibu Reti)



Wawancara dengan pekerja bagian pembakaran (Bapak Haryanto)



*Home Industry Batu Bata Adem Ayem Super*



Adipala, 9 April 2023

Perihal: Surat Keterangan Pelaksanaan Penelitian

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Menindaklanjuti penelitian mahasiswa untuk menyusun tugas akhir/skripsi yang berjudul "Strategi *Home Industry* Batu Bata Dalam Mempertahankan Eksistensinya (Studi Kasus Pada *Home Industry* Batu Bata Adem Ayem Super Di Desa Adipala, Cilacap)". Maka dengan itu kami sampaikan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah selesai dalam pelaksanaan penelitian pada *home industry* batu bata Adem Ayem Super dengan rincian sebagai berikut:

Nama : Risma Galuh Pamularsih

NIM : 1917201083

Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Jurusan : Ekonomi Syariah

Metode Penelitian : Kualitatif, Teknik Pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Selanjutnya kami sampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat menjaga kerahasiaan perusahaan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Hormat Kami



Kasa Wito Prayitno

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Risma Galuh Pamularsih
2. NIM : 1917201083
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 18 Agustus 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Alamat : Desa Karangklesem RT 04/RW 03,  
Pekuncen, Banyumas
7. Email : [rismagaluh0@gmail.com](mailto:rismagaluh0@gmail.com)
8. Nama Orang Tua
  - a. Ayah : Marban Subandi
  - b. Ibu : Mami Setyowati

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. MI Ma'arif Nu 01 Karangklesem
  - b. SMP Negeri 01 Pekuncen
  - c. SMK Muhammadiyah 01 Ajibarang
  - d. UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pesantren Mahasiswa An-Najah Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi

1. Febi English Club (FEC)
2. Febi Arabic Club (FAC)

Purwokerto, 12 April 2023



Risma Galuh Pamularsih