

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN
MENENGAH (UMKM)
(STUDI KASUS PADA UD. GENTENG PRES SUPER SOKA
MASINAL DESA PANCASAN KECAMATAN AJIBARANG
KABUPATEN BANYUMAS)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.)**

Oleh:

**IQBAL FAUZI
NIM. 1323205014**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2018**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	9
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	12
E. Kajian Pustaka.....	13
F. Sistematika Pembahasan	25

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Strategi	27
2. Pengembangan	30
a. Pengertian Pengembangan	30
b. Landasan Pengembangan UMKM	33
c. Prinsip – Prinsip Pengembangan UMKM	36
d. Tujuan Pengembangan UMKM	38
e. Aspek Pengembangan UMKM	40
B. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)	
a) Pengertian Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).....	47
b) Kriteria Batasan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)Menurut Undang - Undang No. 20/2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	49
c) Ciri dan Karakteristik UMKM	50
d) Tujuan Pemberdaya UMKM	54
C. Industri Kerajinan Genteng	

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	56
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	56
C. Subjek Dan Objek Penelitian.....	57
D. Sumber Data	57
E. Teknik Pengumpulan Data	58
F. Teknik Analisis Data	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum UD. Genteng Pres Super Soka Masinal	
1. Sejarah Berdirinya UD. Genteng Pres Super Soka Masinal	66
2. Visi dan Misi UD. Genteng Pres Super Soka Masinal.....	67
3. Letak Geografis UD. Genteng Pres Super Soka Masinal .	68
4. Bahan Baku Dan Peralatan Pembuatan Genteng	69
5. Proses Produksi Genteng.....	69
A. Strategi Pengembangan Usaha Yang Digunakan UD. Genteng Pres Super Soka Masinal	70
B. Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan UD. Genteng Pres Super Soka Masinal	79
C. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	94

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	107
C. Kata Penutup	107

Daftar Pustaka

Lampiran –Lampiran

Daftar Riwayat Hidup

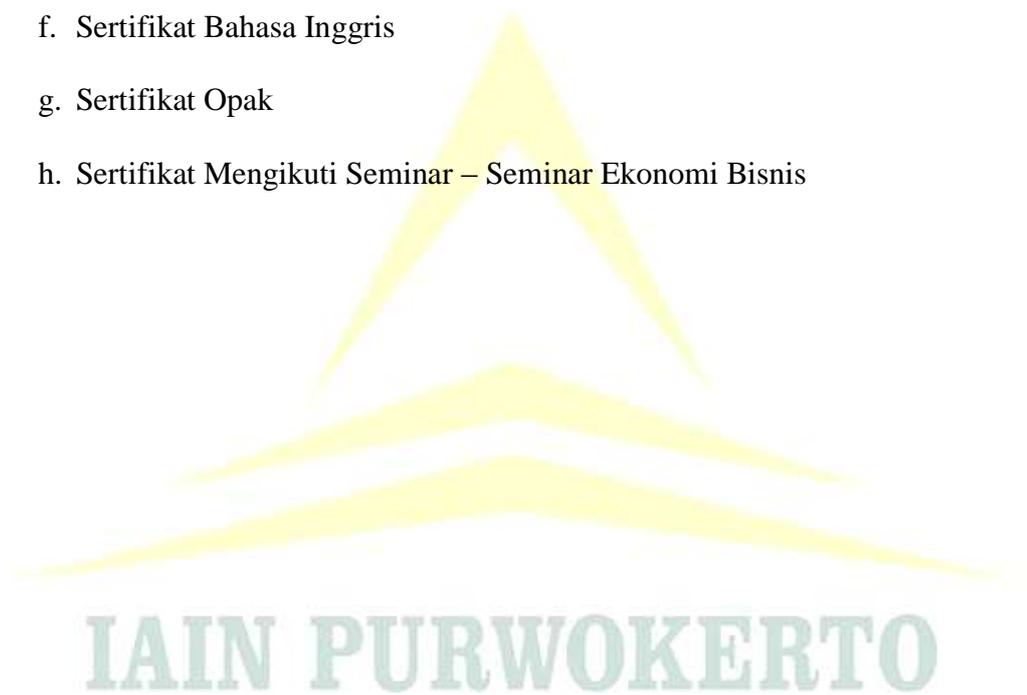
Daftar Tabel

Tabel 1 Laporan Hasil Produksi Dan Total Penjualan Ud.Genteng Pres Super Soka Masinal Pada Tahun 2012-2017	4
Tabel 2. Hasil Penelitian Dan Perbedaan Skripsi Terdahulu	20
Tabel 3 Indikator usaha yang dinamis dan lestari.....	40
Tabel 4. Kriteria Batasan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)	49
Tabel 5. Matriks SWOT	61
Tabel 6 Daftar Peluang Dan Ancaman Di <i>Home Industry</i> Genteng UD Genteng Pres Super Soka Mansinal	94
Tabel 7 Daftar Kekuatan Dan Ancaman Home Industry Genteng UD.Genteng Pres Super Soka Masinal	96
TABEL 8 Matrik SWOT Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	98
Tabel 9. Matrik Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	102

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Pedoman Observasi, Wawancara, Dan Dokumentasi
2. Lampiran 2 Data Penelitian Hasil Observasi
3. Lampiran 3 Data Penelitian Hasil Wawancara
4. Lampiran 4 Foto – Foto Proses Pembuatan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Serta Foto – Foto Ketika Sedang Melakukan Penelitian
5. Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup
6. Surat – Surat Penelitian
 - a. Surat Telah Melakukan Riset Di Balai Desa
 - b. Surat Keterangan Sudah Melakukan Wawancara
 - c. Surat Permohonan Ijin Riset Individual Di Kantor Kepala Desa
 - d. Surat Permohonan Ijin Riset Individual Di UD. Genteng Pres Super Soka Masinal
 - e. Surat Keterangan Lulus Seminar
 - f. Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
 - g. Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi
 - h. Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
 - i. Surat Bimbingan Skripsi
 - j. Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
 - k. Balangko Kartu Bimbingan
 - l. Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi
 - m. Blangko Pengajuan Seminar Proposal
 - n. Blangko Pengajuan Ujian Komprehensif

- o. Surat Keterangan Lulus Melaksanakan Ujian Komprehensif
7. Sertifikat/Piagam
- a. Sertifikat Ppl
 - b. Sertifikat Komputer
 - c. Sertifikat Kkn
 - d. Sertifikat Bta Dan Ppi
 - e. Sertifikat Bahasa Arab
 - f. Sertifikat Bahasa Inggris
 - g. Sertifikat Opak
 - h. Sertifikat Mengikuti Seminar – Seminar Ekonomi Bisnis



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN
MENENGAH (UMKM)
(STUDI KASUS PADA UD. GENTENG PRES SUPER SOKA MASINAL
DESA PANCASAN KECAMATAN AJIBARANG KABUPATEN
BANYUMAS)**

Iqbal Fauzi

NIM. I323205014

E-Mail : fauziiqbal010@gmail.com

**Program Studi S – 1 Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negri (IAIN) Purwokerto**

ABSTRAK

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil – hasil pembangunan. Untuk menjamin supaya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat berkembang dengan baik, maka pengembangan (UMKM) perlu di dahului oleh perusahaan. Oleh karena itu perlu adanya strategi pengembangan yang dilakukan perusahaan. Salah satu strategi yang bisa digunakan ialah melalui strategi pemasaran. Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas merupakan salah satu pengusaha yang berdiri dari tahun 1970 untuk mengembangkan usahanya agar dapat membantu pertumbuhan ekonomi maka perlu adanya strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan pembangunan di masyarakat.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*). Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan dalam analisisnya, penulis menggunakan metode analisis SWOT yaitu metode analisis data yang menunjukkan pengembangan usaha dapat ditentukan oleh kombinasi faktor eksternal dan internal yakni faktor kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui usaha apa saja yang dilakukan oleh pengusaha dalam pengembangan usaha dan kendala apa saja yang dihadapi oleh pengusaha Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal dalam mengembangkan usaha agar dapat meningkatkan usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat di sampaikan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengusaha Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas yaitu Meningkatkan Pasar yang Lebih Luas, Menjaga Kualitas Produk, Memberikan Pelatihan Kepada pekerja, Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan. Menetapkan Harga. Sedangkan hasil analisis SWOT yang penulis teliti dari berbagai kendala maka penulis meminimalisir dari masalah yang ada yaitu dengan menggunakan Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO, Strategi WT. Dari strategi itu maka penulis berharap akan bisa membantu dalam mengembangkan usahanya Pada pengusaha Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM).

**DEVELOPMENT STRATEGY ON SMALL MEDIUM ENTERPRISE
(SMEs) (STUDIES CASE ON UD. GENTENG PRES SUPER SOKA
MASINAL VILLAGES OF AJIBARANG DISTRICT BANYUMAS)**

Iqbal Fauzi

NIM. 1323205014

E-Mail : fauziqbal010@gmail.com

**Program S-1 Syari'ah Economic Faculty Of Economic and Business
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto**

ABSTRACT

Development of Micro Small and Medium Enterprises (SMEs) has a very important role for economic growth for the community. In addition to its role in economic growth and employment, it also plays a role in the distribution of development outcomes. To ensure that Small Medium Enterprises (SMEs) can develop well, then development (SMEs) should be preceded by the company. Therefore it is necessary for the development strategy undertaken by the company. One strategy that can be used is through marketing strategy. UD Genteng Crafts Genteng Pres Super Soka Masinal Pancasan village-Banyumas is one of the entrepreneurs that stood from 1970 to develop its business in order to help the economic growth hence need a right development strategy to increase development in society.

This research includes the type of field research. In collecting a data the writer use three methods are observation, interview, and documentation. While in the analysis, the authors use SWOT analysis method that is data analysis method that shows business development can be determined by a combination of external and internal factors ie strength, weakness, opportunities, and threats.

This research is conducted to find out what business undertaken by entrepreneurs in business development and any constraints faced by entrepreneurs UD. Genteng Handicrafts. Super Soka Masinal in developing the business in order to improve its business.

Based on the results of research conducted by the authors can be conveyed that the development strategy undertaken by entrepreneurs UD Genteng Crafts. Genteng Pres Super Soka Masinal Pancasan village-Banyumas Improving Broader Markets, Maintaining Product Quality, Providing Training To Workers, Improving Customer Service Quality. Setting the Price. While the results of SWOT analysis of the authors carefully from various constraints then the authors minimize the existing problems that is by using the SO Strategy, ST Strategy, WO Strategy, WT Strategy. From that strategies, the writer hopes will be able to assist in developing his business At UD Genteng Handicraft entrepreneur. Super Soka Masinal Preschool Pancasan-village Banyumas.

Keywords: Development Strategy, Small Medium Enterprises (SMEs).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan setiap negara sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan output perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Melalui pertumbuhan ekonomi sebuah negara dapat mengubah kondisi perekonomiannya menjadi lebih baik dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan bertumbuhnya sektor ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pertumbuhan nasional. Perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan apabila jumlah balas jasa riil terhadap penggunaan faktor-faktor produksi pada tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya.¹

Salah satu contoh perkembangan pertumbuhan di Indonesia yang berkontribusi andil untuk memajukan negara yaitu Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Usaha ini mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala

¹Adhe Anggreini Saragi, Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata berdasarkan analisis SWOT, (kasus kecamatan piyungan, kabupaten bantul, daerah istimewa yogyakarta)". Skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016, Hlm. 1.

besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.²

Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) juga berkontribusi aktif untuk bisa mengembangkan suatu daerah/wilayah sehingga dapat meningkatkan usahanya serta meminimalisir angka suatu pengangguran di suatu daerah. Suatu usaha bisa di katakan berkembang baik jika proses usahanya berjalan dengan lancar dengan memaksimalkan pekerja dalam suatu produktifitas yang di jalannya. Selain itu usaha kecil menengah juga perlu adanya strategi agar dapat mencapai suatu sasaran sehingga dengan itu semua akan terkontrol dengan baik. Dengan menggunakan strategi maka suatu Badan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) akan dapat berkembang sesuai dengan harapan. Pengembangan organisasi adalah usaha terencana dikaitkan dengan peningkatan kreatifitas, ketrampilan, menyelesaikan masalah, pembelajaran dan perkembangan manusia dalam organisasi. Selain itu juga dapat mengubah tujuan dan strategi, tekhnologi, desain jabatan, struktur, proses dan orang - orangnya.³

Suatu usaha dapat berkembang jika manajer pada setiap tingkatan untuk lebih mampu membentuk dan mengembangkan kerjasama kelompok dalam setiap satuan tugas atau situasi dalam bekerjasama mencapai tujuan

² Alfi Amalia, Wahyu Hidayat, Agung Budiarmo, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik Semarang Dikota Semarang*”, Dalam Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (2011), Hlm. 1, Dalam ejournal3.undip.ac.id (diakses pada tanggal 17 Agustus 2017 jam 13.00 wib.)

³ Aminudin Aziz, Fathul, *Manajemen dalam perspektif islam*, (Majenang, Pustaka EL-Bayan, 2012), hlm. 192-194.

bersama. Dengan ini semua perlu adanya pengembangan team. Pengembangan team adalah salah satu strategi dan teknologi pengembangan organisasi pada dasarnya merupakan suatu proses pengembangan kerjasama sehingga mereka dapat saling belajar bagaimana mereka dapat mencapai tujuan pribadi mereka dengan lebih efektif bersamaan dengan pencapaian tujuan organisasi mereka.⁴

Berdasarkan survey lapangan pada Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Kerajinan ini merupakan kerajinan yang sudah lama di ketahui cara pembuatan oleh sebagian orang khususnya di Daerah Pancasan. Kerajinan genteng ini sudah berdiri sejak tahun 1970. Salah satu pengusaha yang cukup dikenal oleh banyak orang khususnya di Daerah Pancasan sendiri yaitu Bapak H. Hamid beliau memiliki Home Industri yang cukup besar. Beliau memiliki 22 Karyawan dan 6 Mesin Presst Tobong serta 3 Mesin Pres Bulat. Dari 22 Karyawan setiap orang memiliki bagiannya masing - masing diantaranya ada yang mencetak dengan mesin press, ada yang bagian penjemuran genteng ada yang di bagian pembakaran genteng setengah jadi, serta bagian pendistributoran. Dari 22 karyawan tersebut tidaklah pekerja tetap melihat usaha genteng mengalami pasang surut.

Bapak H Hamid merupakan pengrajin genteng yang sudah berkarir selama 25 tahun didalam bisnis genteng. Beliau ialah orang yang sudah lama berkecipul dalam pembuatan genteng. Dalam usahanya yang sampai saat ini beliau masih tetap exis melakukan produksi genteng. Dari hasil genteng produksi yang beliau buat ada tiga macam genteng diantaranya yaitu Genteng

⁴ Indrawijaya, Adam, *perubahan dan pengembangan Organisasi*, (Bandung, Sinar Baru: 1989). Hlm. 106-107

Biasa, Genteng Perpus Lancip, Genteng Perpus Bulat. Harganya pun berbeda - beda untuk genteng biasa sendiri Rp 1200/pcs, untuk genteng perpus lancip Rp 1.800/pcs, dan untuk genteng perpus bulat Rp 1.800/pcs. Dari tahun per tahun beliau menghasilkan jumlah produksi genteng yang berbeda – beda. Melihat banyak faktor yang mempengaruhi yang selalu beliau rasakan maka beliau harus mempunyai strategi pengembangan usaha yang kiranya dapat meminimalisir kendala – kendala yang ada pada saat ini. Berikut ini tabel hasil produksi UD.Genteng Pres Super Soka Masinal Pada Tahun 2012-2017.

Tabel 1 Laporan Hasil Produksi Dan Penjualan Genteng UD.Genteng Pres Super Soka Masinal Pada Tahun 2012-2017

Tahun	Persemester	Hasil Produksi	Penjualan Jumlah Genteng	Stok
2012	Semester I	243.050 Genteng	228.550 Genteng	14.500 Genteng
	Semester II	247.400 Genteng	233.000 Genteng	14.400 Genteng
2013	Semester I	258.900 Genteng	244.050 Genteng	14.850 Genteng
	Semester II	268.500 Genteng	243.790 Genteng	24.710 Genteng
2014	Semester I	224.700 Genteng	211.050 Genteng	13.650 Genteng
	Semester II	235.150 Genteng	223.750 Genteng	11.400 Genteng
2015	Semester I	232.100 Genteng	223.780 Genteng	8.320 Genteng
	Semester II	246.400 Genteng	234.540 Genteng	11.860 Genteng
2016	Semester I	242.200 Genteng	234.180 Genteng	8.020 Genteng
	Semester II	225.800 Genteng	216.850 Genteng	8.950 Genteng
2017	Semester I	237.600 Genteng	219.500 Genteng	18.100 Genteng

Sumber: Laporan Produksi dan Penjualan UD. Genteng Pres super soka masinal kecamatan ajibarang

Dari Tabel 1.1 menggambarkan perkembangan Hasil Produksi, penjualan genteng dan stok barang dari per semester mengalami naik turun yang berbeda – beda. Diantaranya yaitu total produksi yang tertinggi dari tahun

2012 – 2017 pada saat tahun 2013 di semester II sebanyak 268.500 genteng sedangkan untuk yang terkecil total produksi di awal tahun 2014 semester I sebanyak 224.700 genteng. Pada tahun 2016 semester II produksi genteng mengalami penurunan sebanyak 216.850 genteng. Kemudian untuk volume penjualan jumlah genteng yang tertinggi yaitu di semester I sebanyak 244.050 genteng, sedangkan untuk volume yang terendah di awal tahun 2014 semester I sebanyak 211.050 genteng, pada tahun 2016 mengalami penurunan volume penjualannya sebanyak 216.850 genteng. Sedangkan untuk jumlah stok yang tertinggi yaitu pada tahun 2014 di semester II sebanyak 24.710 genteng.

Dari hasil observasi penelitian produksi genteng diatas, penulis menjelaskan bahwasanya setiap tahun mengalami perubahan yaitu naik turunnya hasil produksi dan penjualan. Dengan berbagai permasalahan yang ada pada UD Genteng Pres Super Soka Masinal dari tahun ke tahun sampai saat ini beliau tetap selalu exis dalam memproduksi genteng. Di sini di karenakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi yang utama yaitu faktor cuaca yang tidak menentu menjadikan UD. Genteng Pres Super Soka masinal mengalami penurunan yaitu ketika musim paceklik/penghujan datang jumlah pelanggan yang membutuhkan genteng sedikit sehingga dapat mempengaruhi volume penjualan yang ada. Selain itu juga ada faktor Persaingan dan Harga. Persaingan dalam melakukan penjualan genteng di daerah Tegal, Slawi, Kuningan, Cilacap dan Tasik sekarang banyak memakai baja ringan menjadikan genteng terjual pasang surut selain itu faktor harga dalam mematok pun sangat mempengaruhi dalam melakukan pemesanan.

Dalam pembuatan genteng bahan-bahan yang digunakan pun tidaklah banyak yaitu dengan menggunakan tanah liat (Lempung), air dan pasir laut. Tanah disini tidaklah menggunakan tanah biasa tetapi pembuatan genteng ini memakai tanah liat (Lempung) yang padat supaya hasil gentengnya bagus, tidak cepat retak, atau pecah-pecah yang biasanya pengrajin genteng di Pancasan ini mengambilnya dari daerah lokal yaitu di Purbalingga. Dan pasir yang digunakan yaitu pasir yang halus sebagai bahan campuran biasanya diambil dari daerah lokal seperti sungai Tajum, daerah pesisir Adipala Cilacap.

Dalam usahanya Bapak H. Hamid sendiri banyak mengalami kendala. Terutama pada Pengambilan bahan baku jauh, Tenaga Kerja/SDM, Tehnologi, Modal, Banyaknya persaingan, dan Pemasaran. Dalam pengambilan bahan baku ketika musim penghujan proses pengambilan bahan bakunya lebih sulit dari pada musim kemarau tiba yaitu ketika pengambilan lempung. Dalam musim penghujan datang proses pengambilan lempungnya sulit di karenakan kondisi jalan di sekitar lokasi pengambilan sangat terjal dan antrian mobil yang akan memuat lempung pun banyak. Jumlah Tenaga Kerja/SDM juga mengalami kesulitan. Meningkatnya tingkat pendidikan warga lokal menjadikan warga lebih berminat untuk mencari pekerjaan lain yang lebih besar pendapatan dan lebih tinggi status sosialnya.

Mayoritas penduduk desa pancasan yaitu pengusaha pengrajin genteng. Sekitar 197 warga di sekitar desa pancasan semuanya memiliki pengrajin genteng serta pekerjanya dari sekitar tempat usahanya saja. Pekerja kerajinan genteng hanya lulusan sekolah di bawah SMA dan juga warga yang

umurnya rata-rata lebih dari 40 tahun an. Disisi lain dalam masalah permodalan pun kurang ketika ingin mengembangkan usahanya. Dalam tekhnologi juga masih menggunakan mesin pres manual yaitu dengan menggunakan tenaga manusia yang bisa menyebabkan hasil produksinya tidaklah banyak. Dalam bidang pemasaran, proses pemasaran masih bersifat tradisional yaitu para pembeli datang langsung. Proses produksi didasarkan pada jumlah pesanan yang ada. Hal ini tentu saja merugikan para pengusaha. Karena kebanyakan yang datang adalah para tengkulak yang akan menjual barang tersebut yang tentunya dengan harga yang lebih mahal.⁵ Selain dengan menggunakan cara tradisional beliau juga mengirimkan genteng ke daerah-daerah seperti Bumiayu, Tegal, Slawi, Kuningan, Cilacap Dan Tasikmalaya. Beliau di sana sudah memiliki canel untuk bekerja sama untuk menjualkan genteng usahanya tersebut sehingga dalam pemasaran selain dengan tengkulak juga beliau memiliki saudara atau orang - orang terpercaya dalam memasarkan produknya yang ada di luar daerah .

Berbagai permasalahan yang dihadapi industri kecil, baik yang berasal dari luar maupun dari dalam sangat mempengaruhi Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. Berbagai upaya perlu dilakukan dalam mempertahankan kelangsungan Usaha Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Di Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas, yang sudah dikenal

⁵ Wawancara pemilik pengusaha genteng, Bapak H hamid pada hari rabu tanggal 9 Agustus 2017 pada pukul 10.40 wib.

oleh masyarakat luas daerah lokal/luar kualitasnya, agar industri tersebut dapat bertahan. Hal tersebut dilakukan dengan melihat kondisi usaha dari sisi kelebihan yang dimiliki maupun kelemahan-kelemahannya. Selain itu perlu diperhatikan adanya peluang maupun ancaman yang menimpa usaha tersebut, sehingga dapat diterapkan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)

Untuk mengidentifikasi karakteristik digunakan teori Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan Akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu: Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*), Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi dalam suatu spekulasi bisnis.⁶ Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut dapat memberikan arah bagi UMKM dalam mencapai tujuannya atau memberikan indikasi tentang rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Analisis SWOT dilakukan agar pengrajin UMKM Kerajinan Genteng memiliki Strategi atau langkah-langkah yang dapat mengembangkan usaha tersebut karena usaha produksi kerajinan genteng bersifat stagnan.

Maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Khususnya UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas Berdasarkan Analisis SWOT. Dari uraian

⁶ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik analisis swot* (Yogyakarta : Quadrant, 2016). Hlm.

diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul
**“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS PADA UD. GENTENG PRES
SUPER SOKA MASINAL DESA PANCASAN KECAMATAN
AJIBARANG KABUPATEN BANYUMAS”**

B. Definisi Operasional

Untuk mempermudah penafsiran dan pengertian serta memperoleh gambaran yang jelas tentang judul yang diangkat, maka ada beberapa istilah yang perlu di jelaskan supaya tidak terjadi kerancuan dalam memahami permasalahan yang akan di bahas. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan antara lain sebagai berikut:

1. Strategi

Menurut Umar Husen, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.⁷

⁷ Husein Umar, *Strategic Management in Action: Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 31.

2. Pengembangan

Dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.⁸

3. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)

Sesuai Dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pengertian Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi Kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini.

⁸ J. Winardi, *Manajemen Perubahan (The Management Of Change) Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015), hlm. 140

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh seorang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai mana di atur dalam undang-undang ini.⁹

4. Industri Kerajinan Genteng

Industri Kerajinan Genteng ialah industri yang memproduksi genteng, dikerjakan dengan tangan ataupun bantuan alat/mesin press dengan bahan baku berupa tanah liat. Dalam proses produksi, Bapak H. Hamid tidak sembarang memilih bahan baku yang biasa, beliau menggunakan bahan baku tanah liat (lempung) dari Purbalingga dan pasir yang diambil dari Adipala. Sehingga dapat menghasilkan genteng yang bagus kualitasnya. Dalam proses penjemuran mpun ketika musim kemarau membutuhkan waktu 2 hari, sedangkan untuk musim penghujan sampai membutuhkan waktu sampai 3 sampai 4 hari penjemuran genteng.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Industri Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas Berdasarkan Analisis SWOT ?

⁹Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), <https://www.slideshare.net/.../kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menemen>. (diakses pada tanggal 28 Oktober 2017 pukul 10.30 WIB).

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas Berdasarkan Analisis SWOT)

2. Manfaat penelitian

Adapun hasil dari penelitian secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas khususnya kepada :

a. Penulis

Menambah wawasan Mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas) Berdasarkan Analisis SWOT.

b. Pihak lain

1) Penulis berharap penelitian ini akan memberikan informasi kepada masyarakat luas, khususnya terhadap para pelajar dan pengusaha yang membutuhkan penyelesaian suatu permasalahan berkaitan dengan penelitian ini.

2) Penulis berharap penelitian ini bisa menjadi bahan refrensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang.

- 3) Penulis berharap perusahaan dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan yang berhubungan dengan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).
- 4) Penulis berharap pemerintah bisa menjadi gambaran atau penyuluhan bagi masyarakat daerah lain untuk mengembangkan bisnis yang sama dengan persaingan harga yang di awasi oleh pemerintah itu sendiri.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kajian tentang hasil-hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti, baik itu kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada.¹⁰

1. Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis membahas lebih lanjut mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal , penulis mencoba menelusuri penelitian-penelitian yang berhubungan dengan variabel-variabel tersebut, beberapa penelitian tersebut antara lain :

Ayie Eva Yuliana (2013), Dalam skripsinya yang berjudul “ Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen” diketahui bahwa identifikasi lingkungan internal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, didapatkan kekuatan utamanya adalah produk memiliki ciri khas dengan kualitas produknya dan kelemahan utamanya adalah

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Manajemen penelitian* (Jakarta : Rineka Cipta, 2000), hlm. 75

sulitnya menambah modal kerja untuk pengembangan usaha. Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka didapatkan peluang utamanya adalah perkembangan teknologi yang semakin modern dan ancaman utamanya adalah regenerasi tenaga kerja produktif sulit.

Perumusan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT dan kuadran SWOT dihasilkan alternative strategi yang paling utama adalah strategi *SO (Strengths - Opportunities)* yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada, dengan pengembangan pasar dan adanya inovasi produk. Perumusan alternatif strategi berdasarkan matriks *IE* didapatkan strategi utama yaitu strategi pertumbuhan. Strategi yang biasa dilakukan pada kuadran ini adalah dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas, atau meningkatkan pasar yang lebih luas.¹¹

Mira Nurmaghribah (2006), dalam skripsinya yang berjudul “(Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Diana Bakery adalah *a fokus or market niche strategy bases on lower cost* strategi ini memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah dari pada pesaing,

¹¹ Ayie Eva Yuliana, “*Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen*” Skripsi, Yogyakarta: UNES Universitas Negeri Semarang, 2013, Hlm. 87.

merupakan pendekatan yang ampuh untuk penjualan produk dengan target pasar konsumen hanya dari lapisan masyarakat menengah.¹²

Adhe Anggreini Saragi, (2016), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT” (Kasus Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)” Strategi yang digunakan oleh Adhe Anggreini Saragi berdasarkan analisis SWOT untuk memberdayakan industri batu bata di Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul ada empat macam yaitu: (a) memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal, (b) mengembangkan produk batu bata sejenis yang berkualitas, (c) memanfaatkan sumberdaya manusia yang banyak untuk memproduksi batu bata, dan (d) memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha.¹³

Heru Susanto, (2016), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta” Strategi yang digunakan pada pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif subsector kerajinan dan fesyen meliputi: a. Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar, b. Mencari bahan baku yang

¹² Mira Nurmaghribah, “Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)”, Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta, 2006, Hlm. 105.

¹³ Adhe Anggreini Saragi, “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis Swot” (Kasus Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)”, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016, Hlm. 77.

berkualitas dan harganya terjangkau serta mampu menciptakan kreativitas yang baru, c. Meningkatkan kreativitas, efisiensi baik produksi maupun pemasaran.¹⁴

Septaria Dina Wijaya, (2011), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Bordir Di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal” Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Perkembangan Industri Kerajinan Bordir Dari Tahun Ke Tahun 2007-2009 mengalami pasang surut seperti faktor-faktor seperti perkembangan unit produksi, permodalan, tingkat penjualan, tenaga kerja serta strategi yang digunakan oleh peneliti ini yaitu dengan menggunakan strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal dengan tujuan dapat menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit.¹⁵

Mariyatul Qibtiyah, (2008), Dalam skripsinya yang berjudul “Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog Di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban”. Hasil penelitian dilapangan bahwa dalam pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog telah ditemukan faktor pendukung dalam strategi pengembangan pasar yaitu banyaknya peminat terhadap hasil batik, faktor penghambatnya dalam strategi pengembangan pasar sulitnya daerah pencarian, pelanggan yang tetap, faktor penghambat dalam strategi pengembangan produk baru seringnya bahan penunjang tidak ada. Telah ditemukan juga peran serta pemerintah khususnya

¹⁴ Heru Susanto, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta”, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Muhamadiyah Yogyakarta, 2016, Hlm. 103.

¹⁵ Septaria Dina Wijaya, “Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Bordir Di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal”, Skripsi, Semarang : UNES Universitas Negeri Semarang, 2011, Hlm. 65.

perindustrian, perdagangan, dan Koperasi Usaha Kecil Menengah telah memberikan pembinaan dan pendampingan.¹⁶

Edy Suandi Hamid (2011), Dalam jurnalnya yang berjudul “ Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua Individu atau kelompok. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi.¹⁷

Alfi Amalia (2011), Dalam jurnalnya yang berjudul “ Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Batik Semarang Di Kota Semarang” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Dari hasil analisis yang diperoleh menggunakan Analisis SWOT 13 strartegi Alternatif: (1) Menggunakan teknologi modern untuk meningkatkan produksi (2) Menjaga kualitas produk (3) Mengembangkan bisnis yang menggunakan bantuan keuangan dari pemerintah (4) Memberikan pelatihan kepada karyawan (5) Merekrut ahli (6)

¹⁶ Mariyatul Qibtiyah, “Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog Di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban”, Sekripsi, Malang :Universitas Islam Negri (UIN) Malang, 2008, Hlm. 107.

¹⁷ Edy Suandi Hamid, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di profinsi daerah istimewa yogyakarta” Dalam Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 12, Nomor 1, Juni (2011), Hlm. 45-55, Dalam <https://publikasiilmiah.ums.ac.id> (diakses pada tanggal 17 Agustus 2017 jam 12.45 wib.)

Akuntansi administrasi dan keuangan (7) Bekerja sama dengan pedagang grosir batik (8) Meningkatkan promosi melalui internet (9) Menawarkan produk Keorganisasi atau kelompok kerja (10) Meningkatkan kualitas layanan pelanggan (11) Meningkatkan desain kreatif dan Motif menarik (12) Peningkatan modal dengan memberikan pinjaman kepada pemerintah melalui BUMN (13) Meningkatkan saluran distribusi.¹⁸

2. Teori yang berkaitan dengan penelitian

Dalam bukunya J Winardi menjelaskan bahwa Pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.¹⁹ Dalam Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) sangat diperlukan tindakan manajemen, dengan ini semua akan menjadikan kerajinan genteng akan berkembang. Tidak hanya itu seorang pengusaha juga harus memiliki kreatif, inovatif, serta keunggulan-keunggulan yang lain sehingga bisa memajukan usahanya semakin maju.

¹⁸ Alfi Amalia, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada ukm batik semarangan dikota semarang" Dalam Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, (2011), Hlm. 11, Dalam ejournal3.undip.ac.id (diakses pada tanggal 17 Agustus 2017 jam 13.00 wib.)

¹⁹ J winardi, Manajemen Perubahan (the manajement of change) edisi pertama (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2015), hlm. 140.

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Dimasa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi. Tuntutan mewujudkan perubahan dapat timbul dari dua sumber, yaitu dari dalam organisasi harus selalu peka terhadap aspirasi, keinginan, tuntutan dan kebutuhan berbagai kelompok itu di kenal dengan istilah pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz, tentang Manajemen dalam Prespektif Ekonomi Islam menjelaskan bahwa pengembangan organisasi adalah usaha terencana dikaitkan dengan peningkatan kreativitas, ketrampilan, menyelesaikan masalah, pembelajaran, dan perkembangan manusia dalam organisasi.²⁰ Dalam proses itu suatu usaha bisa dapat berkembang jika diterapkan didalam lingkungan bisnis terutama ketika memiliki usaha perorangan yaitu kerajinan genteng. Dengan bermodal ketrampilan serta kreatifitas nantinya usaha genteng bisa akan lebih berkembang dari pada sebelumnya.

Dalam bukunya Komarudin manajemen berdasarkan sasaran menjelaskan bahwa pengembangan organisasi adalah perubahan dalam pengertian pendekatan yang terencana dan sistematis meliputi variabel-variabel utama dalam organisasi dengan sasaran utamanya adalah meningkatkan kemampuan organisasi untuk melakukan tugasnya dan mencapai tujuannya.²¹

²⁰ Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen dalam prespektif Ekonomi Islam.....* hlm. 194.

²¹ Komarudin, *manajemen berdasarkan sasaran.....*hlm. 226.

Dalam bukunya Adam Indrawijaya di jelaskan bahwa suatu usaha dapat berkembang jika manajer pada setiap tingkatan untuk lebih mampu membentuk dan mengembangkan kerjasama kelompok dalam setiap satuan tugas dan/atau situasi dalam bekerjasama mencapai tujuan bersama. Dengan ini semua perlu adanya pengembangan team. Pengembangan team adalah salah satu strategi dan teknologi pengembangan organisasi pada dasarnya merupakan suatu proses pengembangan kerjasama sehingga mereka dapat saling belajar bagaimana mereka dapat mencapai tujuan pribadi mereka dengan lebih efektif bersamaan dengan pencapaian tujuan organisasi mereka.²²Teori ini menjelaskan bahwa kerjasama dalam suatu usaha itu sangat dibutuhkan guna memperoleh tujuan yang jelas, sehingga dalam melakukan usahanya dapat terarahkan dengan saling belajar untuk dapat mencapai tujuannya.

Tabel 2. Hasil Penelitian Dan Perbedaan Skripsi Terdahulu

No.	Nama & Judul	Judul Penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
1.	Mira Nurmaghribah (2006)	“ Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Diana Bakery adalah <i>a fokus or market niche strategy bases on lower cost</i> strategi ini memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah	Objek Penelitian Penulis Studi Kasus Pada UD. Pres Super Soka Masinal Di Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. Sedangkan Skripsi Mira Nurmaghribah Studi

²² Adam indrawijaya, *perubahan dan pengembangan Organisasi....106-107.*

		Kota Bekasi, Jawa Barat”	dari pada pesaing, merupakan pendekatan yang ampuh untuk penjualan produk dengan target pasar konsumen hanya dari lapisan masyarakat menengah.	Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat.
2.	Ayie Eva Yuliana (2013)	Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen”	Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal pada industry kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka didapatkan peluang utamanya adalah perkembangan teknologi yang semakin modern dan ancaman utamanya adalah regenerasi tenaga kerja produktif sulit. Perumusan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT dan kuadran SWOT dihasilkan alternative strategi yang paling utama adalah strategi SO (<i>Strenghts- Oppourtunities</i>) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada, dengan pengembangan pasar dan adanya inovasi produk. Perumusan alternatif strategi berdasarkan matriks IE didapatkan strategi utama yaitu strategi	Skripsi ayie eva yuliana, objek penelitian pada industri kecil kerajinan genteng di kabupaten kebumen dengan menggunakan analisis matriks IE sedangkan penulis sendiri objek penelitian Studi Kasus Pada UD. Pres Super Soka Masinal Di Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas dengan menggunakan analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>).

			<p>pertumbuhan. Strategi yang biasa dilakukan pada kuadran ini adalah dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas, atau meningkatkan pasar yang lebih luas.</p>	
3.	Adhe Anggreini Saragi (2016)	<p>“Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata berdasarkan Analisis SWOT” (Kasus Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul,</p>	<p>Strategi yang digunakan oleh Adhe Anggreini Saragi berdasarkan analisis SWOT untuk memberdayakan industri batu bata di Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul ada empat macam yaitu: (a) memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal, (b) mengembangkan produk batu bata sejenis yang berkualitas, (c) memanfaatkan sumberdaya manusia yang banyak untuk memproduksi batu bata, dan (d) memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha.</p>	<p>Objek Penelitian Penulis Studi Kasus Pada UD. Pres Super Soka Masinal Di Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas Sedangkan Skripsi Adhe Anggreini Saragi Pada Industri Batu Bata (Studi Kasus Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta).</p>

		Daerah Istimewa Yogyakarta)		
4.	Heru Susanto (2016)	“Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta ”	Strategi yang digunakan pada pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif subsector kerajinan dan fesyen meliputi: a. Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar, b. Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau serta mampu menciptakan kreativitas yang baru, c. Meningkatkan kreativitas, efisiensi baik produksi maupun pemasaran.	Skripsi Heru Susanto, Obyek penelitiannya Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Subsector Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta sedangkan penulis sendiri objek penelitiannya Studi Kasus Pada UD. Pres Super Soka Masinal Di Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas.
5.	Septaria Dina Wijaya,	“Strategi Pengembangan Industri	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Perkembangan Industri Kerajinan Border Dari Tahun Ke Tahun 2007-2009	Skripsi Septaria Dina Wijaya, Obyek penelitiannya pada <i>Industri Kecil Kerajinan</i>

	(2011)	Kecil Kerajinan Border Di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal”.	mengalami pasang surut seperti faktor-faktor seperti perkembangan unit produksi, permodalan, tingkat penjualan, tenaga kerja serta strategi yang digunakan oleh peneliti ini yaitu dengan menggunakan strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal dengan tujuan dapat menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit.	<i>Bordir Di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal”</i> , sedangkan penulis sendiri objek penelitiannya Studi Kasus Pada UD. Pres Super Soka Masinal Di Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas.
6.	Mariyatu 1 Qibtiyah, (2008)	“Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog Di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban”.	Hasil penelitian dilapangan bahwa dalam pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog telah ditemukan faktor pendukung dalam strategi pengembangan pasar yaitu banyaknya peminat terhadap hasil batik, faktor penghambatnya dalam strategi pengembangan pasar sulitnya daerah pencarian, pelanggan yang tetap, faktor penghambat dalam strategi pengembangan produk baru seringkali bahan penunjang tidak ada. Telah ditemukan juga peran serta pemerintah khususnya perindustrian, perdagangan, dan Koperasi Usaha Kecil Menengah	Skripsi Mariyatul Qibtiyah, Obyek penelitiannya pada Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog Di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban, sedangkan penulis sendiri objek penelitian nya Studi Kasus Pada UD. Pres Super Soka Masinal Di Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. Metode analisis data yang digunakan oleh Mariyatul Qibtiyah adalah

			telah memberikan pembinaan dan pendampingan.	teknik deskriptif kualitatif sedangkan penulis sendiri menggunakan analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>).
--	--	--	--	---

F. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi pada halaman awal terdiri dari dalam judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, motto, kata pengantar, pedoman translitrasi, daftar isi, daftar gambar dan abstrak skripsi pada bagian selanjutnya akan dibahas per bab yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama berisi pendahuluan. Yang terdiri latar belakang masalah, definisi Operasional, Rumusan masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian, Kajian pustaka, dan Sistematika penyusunan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi tentang landasan teori, dan pembahasan mengenai tinjauan umum tentang teori – teori yang berhubungan dengan Strategi Pengembangan UMKM.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga membahas mengenai metode penelitian yang berisi tentang, Jenis penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, Subjek dan objek penelitian, Sumber data, teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab keempat, Gambaran Umum UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. Dalam bab ini akan diuraikan mengenai; Sejarah berdirinya kerajinan genteng tersebut, Letak geografis, Bahan baku dan peralatan pembuatan genteng, Proses produksi genteng, Strategi pengembangan usaha yang digunakan UD. Genteng Pres Super Soka Masinal, Faktor – faktor yang mempengaruhi UD. Genteng Pres Super Soka Masinal, dan secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT yang telah ditetapkan untuk selanjutnya.

BAB V : PENUTUP

Bab kelima merupakan Bab penutup yang berisi Kesimpulan dan Saran-saran serta kata Penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.

Pada bagian akhir penelitian, Penulis cantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan penelitian ini, Beserta lampiran-lampiran yang mendukung, Serta daftar riwayat hidup penulis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang disajikan, kemudian penulis menganalisis data tersebut, maka dapat diambil kesimpulan, yaitu sebagai Berikut :

1. Strategi pengembangan yang dilakukan oleh *home industry* Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas.

Adapun strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh UD. Genteng Pres Super Soka Masinal desa Pancasan adalah sebagai berikut : Berdasarkan aspek pasar *Home industry* Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal ialah Meningkatkan pasar yang lebih luas sehingga produknya lebih dikenal di luar daerah, serta meningkatkan kualitas produk agar dapat menghasilkan produk yang baik untuk siap dipasarkan. Berdasarkan aspek Teknologi Dan Inovasi, *Home industry* Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal ialah menggunakan mesin diesel penggiling bahan baku agar bahan baku menjadi padat dan baik, selain itu alat pencetakan genteng masih menggunakan alat manual tenaga manusia yang baik untuk pembuatan genteng. Berdasarkan Aspek Permodalan, *Home industry*

Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal ialah mempunyai modal milik sendiri, Bapak H. Hamid sebagai pemilik usahanya beliau menjual tanahnya untuk mengembangkan usahanya. Beliau tidak ingin meminjam ke perbankan karena ada persyaratan yang berbelit – belit, Salah satunya beliau tidak mau terkena bunga bank yang menurut beliau merasa terbebani dengan adanya bunga. Oleh sebab itu beliau lebih condong memperoleh pinjamannya itu melalui teman, atau saudaranya yang ada di luar daerah atau dari penjualan tanah tersebut yang beliau kembangkan sampai saat ini. Sedangkan berdasarkan Aspek Manajemen, *Home industry* Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal ialah melakukan manajemennya dengan cara perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan dan pengendalian dalam mengontrol proses produksinya sehingga dalam proses melakukan usahanya sesuai dengan rencana pengusaha Beliau Bapak .H. Hamid.

2. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan oleh *Home Industry* Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal.

Setelah penulis paparkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman maka dapat disimpulkan strategi yang dapat dijadikan rekomendasi bagi *home industry* adalah :

- a. Strategi SO, mempertahankan kualitas produksi agar para konsumen mempercayai bahwa gentengnya baik untuk di gunakan dan Meningkatkan daerah pemasaran - pemasaran dengan membuka cabang *home industry* baru di luar daerah Banyumas – Kuningan.

- b. Strategi ST, Meningkatkan kualitas para pekerja agar genteng yang dihasilkan akan lebih baik lagi. Meningkatkan kualitas layanan pelanggan agar konsumen tidak merasa kecewa dalam melakukan transaksi dalam pemesanannya dan Menggunakan modal sendiri dengan memaksimalkan keuntungan guna dapat mengembangkan usahanya dengan baik.
- c. Strategi WO, Memanfaatkan dengan baik kerjasama antara relasi dari orang – orang yang dipercaya agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Meningkatkan Jumlah Tenaga kerja dengan memanfaatkan tenaga kerja yang dekat dengan lokasi usaha agar mudah dalam melakukan aktifitasnya. Memaksimalkan akses permodalan yang diperoleh dari peminjaman yang tanpa bunga sehingga dapat menguntungkan pengusaha untuk mengembangkan produksi genteng, dan Mencari bahan baku yang berkualitas dari daerah yang lebih dekat dengan *home industry* agar kebutuhan bahan baku tercukupi dan tidak memakan waktu yang lama untuk proses pengiriman bahan baku ke *home industry* sendiri.
- d. Strategi WT, Meningkatkan akses permodalan. Meningkatkan pengatur pola manajemen suatu *home industry* agar dapat terkontrol dalam pengelolaan keuangan guna untuk mengembangkan usahanya dan merencanakan suatu tindakan yang akan di kerjakan dan Memperbaiki harga jual yang masih belum stabil di lapangan.

B. Saran

1. Skripsi ini setidaknya dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dalam menentukan strategi pengembangan bagi UD. Genteng Pres Super Soka Masinal.
2. Untuk *Home Industry* Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal diharap untuk meningkatkan proses manajemen agar dalam mengelola keuangan akan lebih jelas lagi untuk pengembangan usahanya.
3. *Home industry* Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal diharap melakukan inovasi yang baru agar dapat mendapatkan konsumen yang lebih banyak lagi.

C. Kata penutup

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih Dan Maha Penyayang atas segala Hidayah dan Tufik-nya Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga Sahabat dan pengikutnya. Atas berkat rahmat Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Industri Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas”. Setelah melalui proses panjang yang melelahkan dan penuh rintangan.

Penulis menyadari bahwasannya sebagai manusi biasa yang selalu dihinggapi kesalahan, maka dalam penulisan peneliti ini masih jauh

darikesempurnaan. Sehingga kritik dan saran dari saudara/i sangat penulis harapkan untuk bahan perbaikan.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini, semoga apa yang telah diberikan secara ikhlas akan mendapat ridho dari Allah SWT. Akhirnya dengan segala kekurangan penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan orang lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin Aziz, Fathul, 2012. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, Majenang :Pustaka EL-Bayan.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian* . Jakarta : Rineka Cipta.
- Adam, Muhammad. 2015. *Ma, 2017) Majemen Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Azrul Tanjung, Muhammad. 2017. *Koprasi dan UMKM sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Budiarto, Rachmawan, dkk. 2016. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis* Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. 2016. *Teknik Analisis SWOT*, Yogyakarta : Quadrant.
- Fathoni, Abdurrahmat. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Husein, Umar, 2001. *Strategic Managemen in Action: Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____ 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Indrawijaya, Adam, 1989. *Perubahan Dan Pengembangan Organisasi,,* Bandung : Sinar Baru.
- Komaruddin, 1990. *Manajemen Berdasarkan Sasaran*, Jakarta: Bumi Aksara,
- Kasmir, 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Lexi J. Moleong. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif* , Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Poerwanto, 2006. *New Business Administration Paradigma Baru Pengelolaan Bisnis Di Era Dunia Tanpa Batas*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Purhantara. Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rangkuti, Frenddy. 2016, *Teknik Membedah Kasus Bisnis ANALISIS SWOT*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____ 2016. *SWOT BALANCED SCORECARD Teknik Menyusun Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- R.Terry, George. 1993. *Prinsip-prinsip Manajemen*, Jakarta : Bumi Aksara.
- _____ 2006 *Asas – Asas Manajemen* (Bandung : PT. Alumni
- Ruslan, Rosadi. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta : PT Karya Grafindo Persada.
- Siswanto. 2014. *Pengantar Manajemen*, Jakarta, PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Suryabrata, Sumadi. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Tanzeh, Ahmad. 2001. *Metode Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras.

Tjiptono, Fandy. 1997 *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

Winardi, J. 2015. *Manajemen Perubahan (The Management Of Change) edisi pertama*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Penelitian :

Amalia, Alfi, 2011. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarangan Dikota Semarang” Dalam Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Hlm. 11.

Anggreini, Saragi, Adhe. 2016. “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT” (Kasus Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)”, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Dina, Wijaya, Septaria. 2011. “Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Bordir Di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal”, Skripsi, Semarang : UNES Universitas Negeri Semarang.

Eva, Yuliana, Ayie. 2013. “Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen” Skripsi, Yogyakarta: UNES Universitas Negeri Semarang.

Hamid, Edy, Suandi. 2011. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta” Dalam Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 12, Nomor 1.

Nurmaghribah, Mira. 2006. “Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)”, Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatulloh.

Qibtiyah, Mariyatul, 2008. “Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog Di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban”, Skripsi, Malang :Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.

Rahmana, Arief, 2012. “Strategi pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan” Dalam Jurnal Teknik Industri, Volume. 13, No. 1.

Susanto, Heru. 2016 “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta”, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Wawancara dengan Bapak H. Hamid tanggal 15 oktober 2017 pukul 15.30 WIB.

Wawancara dengan Bapak Muhaimin pada hari Senin tanggal 11 Desember 2017 pada pukul 13.30 wib.

Wawancara dengan Bapak Nurdin pada hari Senin tanggal 11 Desember 2017 pada pukul 14.30 wib

Wawancara dengan Bapak Kholid pada tanggal 11 Desember 2017 pada pukul 13.30 wib

Wawancara salah satu pemilik pengusaha genteng, Bapak H. Hamid pada hari Rabu tanggal 9 Agustus 2017 pada pukul 10.40 wib.

Websete

<http://ilmuuntukibadah.blogspot.co.id/2016/05/bab-7-strategi-pengembangan-usaha.html>.

Diakses pada hari kamis tanggal 17 Agustus 2017 jam 11.08