

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
HOME INDUSTRY RUMAH LIDI
DESA KARANG TENGAH CILONGOK BANYUMAS**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**DIAN WIDIASRI
NIM. 1423203142**

IAIN PURWOKERTO

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Widiyasri

NIM 1423203142

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : **Strategi Pengembangan Usaha *Home Industry* Rumah Lidi
Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 2 Oktober 2020

Yang menyatakan,

IAIN PURWOKERTO



Dian Widiyasri
NIM.1423203142



PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *HOME INDUSTRY* RUMAH LIDI
DESA KARANG TENGAH CILONGOK BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudari **Dian Widiastri** NIM. 1423203142 Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **22 Oktober 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Ubaidillah, S.E., M.E.I.
NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji

Yoiz Shofwa Shofrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 02 November 2020

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19530921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto

di.

Purwokerto

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan , telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Dian Widiastri, NIM 1423203142 yang berjudul :

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
HOME INDUSTRY RUMAH LIDI
DESA KARANG TENGAH CILONGOK BANYUMAS**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing



Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa dari Rahmat Allah”

(QS. Yusuf : 87)

“For the highs and lows and moments between, mountains and valleys, and rivers and streams, for where you are now and where you will go. For “ I’ve always known” And “I told you so”, for “nothing is happening”, and “all has gone wrong”. It is here in this journey you will learn to be strong, you will get where you’re going, landing where you belong”

(Morgan Harper Nichols)



IAIN PURWOKERTO

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
HOME INDUSTRY RUMAH LIDI
DESA KARANG TENGAH CILONGOK BANYUMAS

Dian Widiarsi
NIM. 1423203142

E-mail: dianwidiasentana97@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Peranan UMKM yang sangat besar tersebut, memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi. Sudah seharusnya juga UMKM untuk memperhatikan strategi usaha guna mempertahankan dan mengembangkan usaha yang sudah ada agar tetap dapat bersaing. Rumah lidi merupakan home industri yang membuat beraneka ragam kerajinan dengan berbahan dasar dari lidi pelepah daun kelapa yang terletak di desa Karang Tengah, Cilongok.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha yang seharusnya dilakukan pada home industry Rumah lidi.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dimana penulis mengumpulkan data dengan melakukan studi mendalam berupa wawancara dengan manajer/owner, observasi terhadap fenomena yang terjadi dan mendokumentasikan data tersebut. Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan metode deskriptif - kualitatif yang dimaksudkan untuk mendiskripsikan situasi yang bersifat fakta.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil secara umum bahwa strategi pengembangan usaha di Home Industri Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas menurut penulis sudah menjalankan strategi pengembangan usaha yang baik. Hal ini dibuktikan dengan kenaikan omset penjualan dan modal setiap tahunnya, dengan melakukan strategi pengembangan usaha diantaranya peningkatan akses kepada aset produktif, peningkatan akses pada pasar, kewirausahaan, kelembagaan ekonomi, dan kemitraan usaha.

Kata Kunci: *Home Industry, Strategi Pengembangan Usaha, Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas.*

**BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY
AT HOME INDUSTRY RUMAH LIDI
KARANG TENGAH VILLAGE CILONGOK BANYUMAS**

**Dian Wideasri
NIM. 1423203142**

E-mail: dianwideasentana97@gmail.com

Department of Syariah Economics, Faculty of Economics and Islamic Business
The State Islamic Institute (IAIN) of Purwokerto

ABSTRAK

The development of UMKM is very strategic in driving the national economy, considering that its business activities cover almost all business fields and the contribution of UMKM is very large for increasing income for low-income groups. The very large role of UMKM, provides an explanation that UMKM must be improved. UMKM should also notice to business strategies in order to maintain and develop existing businesses in order to remain competitive. Rumah Lidi is a home industry that makes various kinds of handicraft made from lidi/coconut leaf stalk stick located in karang tengah village cilongok banyumas.

The purpose of this study is to find out how the strategy of developing handicraft business.

The type of this study is a field research where the author collects data by conducting in depth studies in the form of interviews with managers/owners, observing the phenomena that occur and documenting the data. Then the data is analyzed using descriptive-qualitative method which is intended to describe the factual situation.

Based on the research that has been done, the general results show that business development strategy in Home Industry Rumah Lidi, according the author has carried out a good business development strategy. This evidenced by the increase in sales and capital turnover each year, by implementing business development strategies including increasing access to productive assets, increasing access to markets, entrepreneurship, economic institutions, and business partnerships.

**Keywords : Home Industry, Business Development Strategy, Home Industry
Rumah Lidi Karang Tengah Village Cilongok Banyumas.**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat serta hidayahnya sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dengan segenap cinta, ketulusan, dan keikhlasan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Sodikin dan Ibunda Fitri Septiani yang amat sangat penulis cintai, terima kasih banyak karena senantiasa mendukung, mencurahkan cinta dan kasih sayang, do'a juga pengorbanan yang tiada henti-hentinya untuk penulis. Beliau inilah yang selalu menjadi panutan penulis, membuat penulis lebih semangat dan bangkit untuk terus berjuang membahagiakan keduanya. Semoga penulis bisa mewujudkan cita-cita keduanya dan juga menjadi anak yang selalu membawa kebahagiaan. Semoga Allah senantiasa melindungi keduanya, memberikan umur panjang dan juga kesehatan.
2. Babah Choerudin dan Umi Ripanah, penulis ingin menyampaikan terima kasih banyak karena berkat Babah dan Umi, penulis bisa melanjutkan kuliah. Terima kasih karena sudi membiayai kuliah penulis sampai detik ini tanpa pamrih menolong dengan sepenuh hati. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan Babah dan Umi.
3. Adik tersayang Alya Dwi Cahyani, Rizqia Tri Cahyani, dan Tegar Pamungkas Wicaksono, terima kasih karena senantiasa mendukung penulis.
4. Nenek Cawen, yang senantiasa mengajarkan penulis untuk selalu berpikiran positive, memberikan banyak bantuan materiil, memberikan banyak petuah mengenai kehidupan dan juga melatih penulis untuk

menjadi perempuan yang kuat dan tegar. Terima kasih banyak, semoga Allah selalu melimpahkan kesehatan dan keselamatan.

5. Alm. Mbah Kiram Ismoyo, yang senantiasa mendukung penulis. Terima kasih banyak, semoga khusnul khotimah dan diberikan tempat terbaik di syurganya Allah.
6. Ibu Herni Sulasti, S.H., M.Hum, selaku Kepala Inspektorat Kabupaten Banyumas. Penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak atas wejangan-wejangan hebat yang diberikan beliau kepada penulis. Yang senantiasa dengan tangan terbuka mau mendengarkan keluh kesah penulis, dan menjadi sosok panutan yang hebat bagi penulis. Penulis sangat bersyukur karena diberikan kesempatan untuk dapat mengenal dan bertemu dengan beliau. Semoga ibu sehat selalu dan bisa melihat penulis sukses seperti yang ibu inginkan.



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamini, penulis panjatkan hanya kepada Allah atas segala karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi dengan judul "*Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas*"

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi sang pembawa rahmat bagi seluruh alam yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di yaumul qiyaamah kelak. Dengan selesainya penelitian ini pastinya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Terimakasih saya ungkapkan dalam do'a atas segala masukan dalam diskusi dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga beliau senantiasa sehat dan mendapat lingkungan dari Allah SAW. Aamiin.
3. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi sekaligus Penasehat Akademik Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih saya ungkapkan dalam do'a atas segala masukan dalam diskusi dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga beliau senantiasa sehat dan mendapat lingkungan dari Allah SAW. Aamiin.
5. Segenap Dosen dan Staf Karyawan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.

6. Bapak Subur Subandi dan Ibu Kuswati selaku Manager sekaligus pemilik Home Industry Rumah Lidi, dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi penelitian ini. Beserta segenap karyawan yang telah bersedia berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ayahanda Sodikin dan Ibunda Fitri Septiani, tercinta yang senantiasa mendukung, mencurahkan cinta dan kasih sayang, do'a juga pengorbanan yang tiada henti-hentinya untuk penulis.
8. Adik tersayang Alya Dwi Cahyani, Rizqia Tri Cahyani, dan Tegar Pamungkas Wicaksono, terima kasih karena senantiasa mendukung penulis.
9. Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pasti tak henti-henti penulis sampaikan terima kasih, semoga amal baik semua pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari sang pencipta yang pengasih dan penyayang Allah SWT. Aamiin.

Akhirnya, marilah kita senantiasa berikhtiar dan memohon kepada Allah SWT agar membuka pintu rahmat bagi kita, sehingga kita selalu berada di jalan yang diridhoi-Nya. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya, Aamiin.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

COVER	i
PENYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	5
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Sistematika Penulisan Skripsi	18
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pengembangan Usaha	18
1. Pengertian Strategi	18
2. Pengertian Pengembangan Usaha	20
3. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha.....	23
4. Tahap-tahap Pengembangan Usaha	25
5. Upaya-upaya Pengembangan Usaha	26
6. Pentingnya strategi pengembangan usaha.....	28
B. Home Industry.....	28
1. Pengertian Home Industry.....	28
2. Fungsi/ Manfaat Home Industry.....	30
C. Landasan Teologis.....	30

1. Meneladani Prinsip-prinsip Kewirausahaan Nabi Muhammad.....	30
2. Etika Bisnis Islam.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	37
C. Subjek Dan Objek Penelitian	37
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	39
G. Uji Keabsahan Data.....	41

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Home Industry Rumah Lidi.....	43
1. Sejarah Home Industry Rumah Lidi.....	43
2. Lokasi Home Industry.....	44
3. Visi dan Misi.....	44
4. Struktur Organisasi.....	45
5. Bahan Baku dan Proses Pembuatan Kerajinan.....	46
6. Harga dan Jenis Produk.....	47
B. Kondisi pada Home industry Rumah Lidi di Desa Karang Tengah.....	47
C. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Lidi di Home Industry Rumah Lidi.....	49
1. Peningkatan Akses Kepada Aset Produktif.....	49
2. Peningkatan Akses Pada Pasar.....	50
3. Kewirausahaan.....	51
4. Kelembagaan Ekonomi.....	52
5. Kemitraan Usaha.....	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah karyawan	4
Tabel 1. 2 Penelitian terdahulu.....	14
Tabel 4.1 Jenis Produk dan Harga.....	47
Tabel 4.2 Data Omset Penjualan Rumah Lidi.....	48



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hakikat dari suatu pembangunan adalah untuk menyejahterakan rakyat. Pembangunan memiliki konsep diberbagai bidang kehidupan bermasyarakat yang multidimensional dengan bermuara pada kesejahteraan rakyat. Pembangunan yang hanya mengutamakan pertumbuhan ekonomi yang terpusat dan tidak merata serta tidak diimbangi kehidupan sosial, politik, ekonomi yang demokratis dan berkeadilan telah menghasilkan fundamental pembangunan ekonomi yang rapuh (Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, 2005).

Rapuhnya fondasi perekonomian nasional telah mengakibatkan Indonesia terjebak dalam krisis ekonomi yang berkepanjangan sehingga menurunkan tingkat kesejahteraan rakyat. Peningkatan kesejahteraan rakyat merupakan prioritas utama dalam pembangunan nasional dengan mengembangkan perekonomian rakyat yang didukung pertumbuhan nasional yang berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja yang memadai, mendorong meningkatnya pendapatan masyarakat, mengurangi tingkat kemiskinan dan sebagainya (Limjong, 2013). Sasaran pembangunan tersebut dapat dicapai jika Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dijadikan sebagai motor inovasi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Kegagalan pola pembangunan ekonomi yang bertumpu pada usaha besar telah mendorong para perencana ekonomi untuk mengalihkan upaya pembangunan dengan bertumpu pada pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Sulistiyastuti, 2004).

Sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang dengan adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak tahun 1997, bahkan UMKM menjadi penyelamat bagi pemulihan ekonomi

bangsa ini (Karsidi, 2007). UMKM mampu menjadi penyelamat pemulihan ekonomi Indonesia karena memiliki peran: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor (Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, 2005).

Peranan UMKM yang sangat besar tersebut, memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi. UMKM akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik. Kebanyakan perusahaan/unit usaha melakukan kegiatan produksi dan operasinya hanya sampai berkonsentrasi pada pembuatan produk saja, termasuk perusahaan berskala kecil hingga menengah. Perusahaan seharusnya juga memperhatikan strategi usaha guna mempertahankan mengembangkan usaha yang sudah ada, agar tetap dapat bersaing (Wibowo, 2015:60).

Menurut Sulistyastuti (2004) (dalam Polnaya, 2015:18) mengemukakan ada 4 alasan posisi strategi UMKM di Indonesia. Pertama, UMKM tidak memerlukan modal yang besar seperti perusahaan besar karena itu pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formasi yang tertentu. Ketiga, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang

dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah (Feni, 2013:1287).

Mengutip (dalam Suliyanto, 2011) yang menyatakan bahwa untuk merumuskan strategi pengembangan UKM dapat dilakukan dengan menggunakan empat (4) faktor yang mencakup pemasaran, sumber daya manusia, operasional dan keuangan.

Di Indonesia, definisi UMKM (dalam Tambunan, 2009:16-19) diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, menyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang 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 UU tersebut.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Home industry adalah suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak di bidang industry tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi, dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya (Mulawan, 2008:3). Menurut Jasa Unggah Mulawan

dalam buku Manajemen Home Industry : Peluang usaha di tengah krisis, ia mengatakan bahwa jumlah tenaga kerja rata-rata 5-10 orang.

Rumah lidi merupakan home industry yang membuat beraneka ragam kerajinan dengan berbahan dasar dari lidi pelepah daun kelapa yang terletak di desa karang tengah, cilongok. Home industry ini sudah berdiri hampir 3 tahun sampai sekarang dan sudah mempunyai pelanggan yang cukup luas dari berbagai daerah hingga luar kota. Pembuatan kerajinan ini menggunakan bahan dasar lidi yang kemudian dianyam dan menghasilkan beraneka ragam produk. Adapun produk-produk dari home industri ini diantaranya piring lidi, tempat buah, lampion, tempat snack dan lainnya dengan ukuran yang berbeda-beda dari ukuran kecil hingga besar. Home industry Rumah lidi, memiliki 15 orang karyawan dan berikut ini data jumlah karyawan di home industry rumah lidi:

Tabel 1.1
Data jumlah karyawan

No	Nama	Keahlian
1	Winarti	Menganyam lidi
2	Sukirah	
3	Suratmi	
4	Karsini	
5	Karinah	
6	Tiwen	Membersihkan daun dan pelepah kelapa
7	Wartinah	
8	Rohyati	
9	Raminah	
10	Taryati	
11	Kamiyah	
12	Dati	
13	Karsem	
14	Tarisem	
15	Tuminah	

Sumber: Wawancara dengan Bapak Subur Subandi, Pada 21 November 2019, Pukul 11.00 WIB.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Subur Subandi selaku pemilik home industry rumah lidi, beberapa kendala yang dihadapi oleh home industri ini diantaranya modal untuk mengembangkan

usaha home industry. Seperti yang diketahui bahwa tempat home industry rumah lidi yang sempit sedangkan para customer yang datang dalam jumlah yang banyak karena kebanyakan adalah anak-anak sekolah atau rombongan ibu-ibu PKK antar desa di Cilongok bahkan sampai ada yang dari Semarang dan Jakarta yang hendak membeli, dan praktik langsung bagaimana cara membuat kerajinan dari lidi. Hal tersebut membuat Bapak Subur Subandi dan isterinya berkeinginan untuk merenovasi tempat supaya bisa lebih luas dan sedang berusaha untuk mencari bantuan modal sampai sekarang. Selain itu juga terbatasnya jumlah tenaga kerja yang memiliki keterampilan membuat kerajinan. Sehingga seringkali ketika ada order yang banyak perusahaan mengalami kesulitan untuk memenuhi target yang sudah ditentukan. Pengelolaan tenaga kerja sangatlah penting karena semakin terampil dan efisien dalam penggunaan tenaga kerja maka jumlah output yang dihasilkan akan maksimal.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana strategi pengembangan usaha yang seharusnya dilakukan, dengan judul: **“Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Kecamatan Cilongok Banyumas”**

B. Definisi Operasional

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar tidak terdapat perbedaan penafsiran atau perbedaan dalam menginterpretasikan. Juga memberikan arah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini dan untuk memberikan pengertian kepada pembaca mengenai apa yang hendak dicapai dalam penelitian. Adapun istilah yang perlu ditekankan adalah :

1. Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Marrus dalam Umar (2001:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan (Prahalad dalam Umar, 2001:31).

Barney dalam Umar (2001:32) mengemukakan definisi kerja strategi adalah suatu pola alokasi sumberdaya yang memampukan organisasi memelihara bahkan meningkatkan kinerjanya. Strategi yang baik adalah suatu strategi yang menetralsir ancaman/tantangan, dan merebut peluang-peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang tersedia serta meniadakan atau memperbaiki kelemahan-kelemahan yang masih ada.

Pengembangan adalah meningkatkan kualitasnya maupun kuantitasnya dalam suatu kegiatan (Irawan dan M. Suparmoko, 1992:6). Pengembangan juga berarti proses, cara, perbuatan mengembangkan. Menurut Armaizar (2003:14) Usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan usaha adalah suatu rencana yang terpadu mengenai upaya-upaya yang diperlukan guna mengembangkan usahanya dalam rangka mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

2. Home Industry Rumah Lidi

Home Industry rumah lidi terletak di Desa Karang Tengah RT07/02 Cilongok, Banyumas. Yang membuat beraneka ragam kerajinan yang terbuat dari lidi pelepah daun kelapa.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Strategi Pengembangan Usaha yang seharusnya dilakukan di Home Industry Rumah lidi Desa Karang Tengah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha yang seharusnya dilakukan pada home industry rumah lidi.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti: hasil penelitian ini sebagai sarana pengaplikasian berbagai teori yang diperoleh selama bangku perkuliahan dengan prakteknya di lapangan. Serta mengetahui bagaimana Strategi untuk Mengembangkan Usaha di Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah.
- b. Bagi akademis: penelitian ini diharapkan memberi sumbangan karya ilmiah untuk mendukung program wacana keilmuan bagi perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, serta bisa dijadikan rujukan penelitian berikutnya tentang Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Rumah Lidi.
- c. Bagi pihak instansi: dapat memberikan sumbangan pemikiran dan menjadi bahan evaluasi dalam mengembangkan usaha kerajinan dari lidi di Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini di maksudkan untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang di teliti. Dari segi ini, maka telaah pustaka akan menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan penelitian. Penulis juga akan

melakukan penelaahan terhadap penelitian-penelitian yang relevan, kemudian peneliti juga melihat dari sisi lain dengan penelitian sebelumnya.

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Chandler, 1962:13 dalam Rangkuti, 2002:4).

Menurut Stoner, Freeman dan Gilbert, Jr. (1995) dalam Tjiptono (2008:3) menjelaskan bahwa konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu satu (1) dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*) dan dua (2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*). Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dalam strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Berdasarkan perspektif yang kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungan sepanjang waktu. Pada definisi ini setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan oleh para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain.

Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat yang berpendapatan rendah (Feni, 2013:1287). Peranan UMKM yang sangat besar tersebut, memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi dan sudah seharusnya memperhatikan strategi usaha guna

mempertahankan dan mengembangkan usaha yang sudah ada (Wibowo, 2015:60).

Strategi pengembangan usaha menurut Kartasmita (1996:5) merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

1. Peningkatan akses kepada asset produktif, terutama modal, di samping teknologi, manajemen, dan segi lainnya.
2. Peningkatkan akses pada pasar, yang meliputi suatu spectrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha, sampai pada informasi pasar, bantuan produksi, dan sarana prasarana pemasaran.
3. Kewirausahaan, dalam hal ini pelatiha-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.
4. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar sangatlah penting, hal tersebut harus disertai dengan pengendalian agar proses berjalannya pasar tidak keluar dari apa yang diinginkan yang nantinya justru mengakibatkan kesenjangan. Untuk itu diperlukan intervensi-intervesi yang tepat dan tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas, tetapi tetap menjamin terjadinya pemerataan sosial (*social equity*).
5. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis dan telah terbukti berhasil bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Pemberdayaan UMKM merupakan upaya untuk memperkuat dan memberikan sebuah daya melalui kegiatan-kegiatan maupun program penguatan pengetahuan, keterampilan, agar pelaku UMKM dapat berdaya dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya.

Undang-undang Nomor 2 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah BAB I (Pasal 1, No 8) menyatakan sebagai berikut: “Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, serta masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan

iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri”.

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*) berasal dari kata “*Power*” (kekuasaan atau keberdayaan). Karena ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan sering sekali dikaitkan dengan kemampuan untuk membuat orang lain melakukan apa yang diinginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka, selanjutnya menurut Suharto dikatakan pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan dan kemampuan dalam beberapa hal :

1. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas dalam mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, dan bebas dari kesakitan.
2. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa yang mereka perlukan.
3. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

Pemberdayaan masyarakat juga diartikan sebagai upaya untuk membantu masyarakat dalam mengembangkan kemampuan sendiri sehingga bebas dan mampu untuk mengatasi masalah dan mengambil keputusan secara mandiri. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat ditujukan untuk mendorong terciptanya kekuatan dan kemampuan lembaga masyarakat untuk secara mandiri mampu mengelola dirinya sendiri berdasarkan kebutuhan masyarakat itu sendiri serta mampu mengatasi tantangan persoalan dimasa yang akan datang.

Pemberdayaan masyarakat tidak dapat berdiri sendiri tanpa memperhatikan potensi dari sumber daya manusianya, karena sumber daya

manusia ini menjadi subjek yang paling vital dalam upaya pelaksanaan pemberdayaan masyarakat (Abidin, 2012:201-202).

Penelitian yang dilakukan oleh Edy Suandi Hamid dan Y.Sri Susilo (2011), dengan judul “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*”. Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan serta menganalisis strategi dan pengembangannya. Alat analisis yang digunakan adalah matriks SWOT. Metode analisis dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini yaitu bahwa berdasarkan survei diperoleh beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Provinsi DIY, antara lain: (1) Pemasaran, 2) Modal dan pendanaan, (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, (4) Pemakaian bahan baku (5) Peralatan produksi (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja (7) Rencana pengembangan usaha dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Dalam rangka pengembangan UMKM tersebut, maka direkomendasikan berbagai kebijakan dan strategi meliputi: (1) Berbagai pelatihan dalam pengembangan produk yang lebih variatif dan berorientasi kualitas dengan berbasis sumber daya lokal, (2) Dukungan pemerintah pada pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern, (3) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal, (4) Kebijakan kredit oleh perbankan dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana sehingga akan mendukung percepatan proses revitalisasi proses produksi, (5) Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik untuk menurunkan biaya distribusi sehingga produk UMKM akan memiliki daya saing lebih tinggi, (6) Dukungan kebijakan pengembangan promosi ke pasar ekspor maupun domestik dengan berbagai media yang lebih modern dan bervariasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Dita Eka Pertiwi Sirait (2019), dengan judul “*Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Limbah Koran menggunakan Analisis SWOT*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, serta untuk mengetahui strategi

pengembangan usaha industri kerajinan kerajinan limbah koran J.art di Kota Medan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara yang dilakukan kepadadua pihak yaitu pihak internal (pemilik usaha) dan pihak eksternal (konsumen). Sedangkan, data sekunder diperoleh dari studi literatur. Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini yaitu bahwa berdasarkan survey diperoleh beberapa masalah yaitu belum memiliki pencatatan keuangan, alat produksi tradisional, penataan produk yang belum tertata rapi, belum memiliki hak paten, promosi belum efisien, belum memiliki tempat khusus usaha, dan belum ada tempat parkir. Maka direkomendasikan berbagai kebijakan dan strategi meliputi: 1) Mempertahankan kualitas produk dan tetap mengembangkan produk dengan cara berinovasi untuk menciptakan produk-produk kerajinan limbah koran dengan design baru. 2) Tetap bekerja sama dengan pemerintah dan dinas terkait untuk mengembangkan dan memperluas daerah pemasaran agar produk lebih dikenal masyarakat lokal bahkan mancanegara melalui kegiatan pelatihan dan pameran yang diselenggarakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizal Arief Hidayat (2014), dengan judul "*Strategi Pengembangan Industri Kecil Tas Di Kecamatan Jati Kabupaten Kudus*". Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki industri kecil tas serta untuk merekomendasikan strategi pengembangan yang tepat digunakan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif terhadap 95 pengusaha tas. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis SWOT. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini yaitu bahwa berdasarkan survei diperoleh beberap masalah diantaranya inovasi dan desain produk masih rendah. Maka direkomendasikan berbagai kebijakan dan strategi meliputi: strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabil, artinya strategi untuk memperluas usaha dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jumlah produksi dan menambah jasa. Pada industri kecil tas di Kecamatan Jati dapat meningkatkan

kualitas produk dan memperluas pasar dengan cara promosi dan mempublikasikan produknya. Selain itu menerapkan strategi yang lebih defensive yaitu menghindari kehilangan penjualan dan profit. Pada industri kecil tas di Kecamatan Jati berarti pengusaha tas dapat memperkuat kerjasama antar pengusahatas lainnya misalnya dengan pembentukan kelompok usaha bersama atau koperasi usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Dias Satria dan Ayu Prameswari (2011), dengan judul "*Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki serta untuk merekomendasikan strategi pengembangan yang tepat digunakan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis data kualitatif dan SWOT. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini yaitu bahwa berdasarkan survei diperoleh beberapa masalah diantaranya kurangnya promosi, rendahnya daya beli masyarakat, adanya bajakan dari distro-distro kecil yang dijual tidak sesuai dengan standar harga sehingga menyebabkan kerugian pada beberapa distro yang menjual produk asli dengan harga tinggi. Maka direkomendasikan berbagai kebijakan dan strategi meliputi: 1) Dukungan dari pemerintah untuk industri kreatif dalam mempromosikan produknya ke berbagai daerah agar produk lokal dari malang dapat lebih dikenal oleh masyarakat, 2) Pemerintah kota malang harus menetapkan peraturan daerah yang melindungi desain produk lokal untuk meminimalisir pembajakan dan mengurangi kerugian.

Skripsi yang ditulis oleh Tutik Arifah (2011) dengan judul "*Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram Di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki serta untuk merekomendasikan strategi pengembangan yang tepat digunakan. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini adalah strategi yang diterapkan yaitu strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal, artinya strategi yang

diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan pendapatan.

Skripsi yang ditulis oleh Ayie Eva Yuliana (2013) dengan judul “*Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki serta untuk merekomendasikan strategi pengembangan yang tepat digunakan. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini adalah strategi yang diterapkan untuk mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas, dan meningkatkan pasar yang lebih luas.

Tabel 1. 2
Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul dan Tahun	Hasil	Perbedaan
1.	Edy Suandi Hamid dan Y.Sri Susilo	“ <i>Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta</i> ”. (2011)	Strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan adalah dengan mengembangkan produk yang lebih variatif dan berorientasi kualitas dengan berbasis sumber daya lokal, dukungan kebijakan pengembangan oleh pemerintah untuk promosi ke pasar ekspor maupun domestik dengan berbagai media yang lebih modern dan bervariasi.	Sedangkan penelitian yang peneliti angkat kali ini yaitu berjudul “ <i>Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Dari Lidi (Studi Kasus Di Home Industry Rumah Lidi, Desa Karang Tengah Kecamatan Cilongok Banyumas)</i> ” yang mana penulis akan membahas mengenai strategi pengembangan
2.	Dita Eka Pertiwi Sirait	“ <i>Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Limbah Koranmenggunkana</i> ”	Strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan adalah mempertahankan	

		<i>n Analisis SWOT”</i> . (2019)	kualitas produk dan tetap mengembangkan produk dengan cara berinovasi untuk menciptakan produk-produk kerajinan limbah koran dengan design baru, bekerja sama dengan pemerintah dan dinas terkait untuk mengembangkan dan memperluas daerah pemasaran agar produk lebih dikenal masyarakat lokal bahkan mancanegara melalui kegiatan pelatihan dan pameran yang diselenggarakan.	yang tepat untuk diterapkan dan dijalankan oleh Home Industry Rumah Lidi, Desa Karang Tengah Kecamatan Cilongok Banyumas .
3.	Rizal Arief Hidayat	<i>“Strategi Pengembangan Industri Kecil Tas Di Kecamatan Jati Kabupaten Kudus”</i> .(2014)	Strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan adalah meningkatkan kualitas produk dan memperluas pasar dengan cara promosi dan mempublikasikan produknya, serta kerjasama antar pengusaha lainnya misalnya dengan pembentukan kelompok usaha bersama atau koperasi usaha.	
4.	Dias Satria dan Ayu Prameswari	<i>“Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal”</i> .(2011)	Strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan adalah melalui dukungan dari pemerintah untuk industri kreatif dalam mempromosikan produknya ke berbagai daerah agar produk	

			lokal dapat lebih dikenal oleh masyarakat, pemerintah harus menetapkan peraturan daerah yang melindungi desain produk lokal untuk Meminimalisir pembajakan dan mengurangi kerugian.
5.	Tutik Arifah	<i>“Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram Di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang”.</i> (2011)	Strategi pengembangan usaha yang Direkomendasikan adalah melalui strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal, artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan pendapatan.
6.	Ayie Eva Yuliana	<i>“Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen”.</i> (2013)	Strategi pengembangan usaha yang Direkomendasikan adalah melalui pengembangan produk baru, meningkatkan kualitas, dan meningkatkan pasar yang lebih luas.

Sumber: Berbagai jurnal dan skripsi

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Bagian awal dari skripsi ini berisi halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota dinas pembimbing, halaman pengesahan, halaman abstrak, kata pengantar, pedoman transliterasi, dan daftar isi. Bagian utama skripsi ini diuraikan dalam lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI, bagian ini memaparkan teori yang terkait dengan Strategi Pengembangan Usaha.

BAB III METODE PENELITIAN terdiri dari jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, metode penelitian data, sumber data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN PEMBAHASAN meliputi pertama gambaran umum yang terdiri dari sejarah singkat dan perkembangan perusahaan. Kemudian visi dan misi, lokasi perusahaan, struktur organisasi dan ketenagakerjaan.

BAB V PENUTUP terdiri dari kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup. Sedangkan bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.



IAIN PURWOKERTO

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Usaha Home Industry

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang (Tjiptono, 1997:3). Seperti halnya dengan operasi militer yang bertujuan untuk memenangkan peperangan atau mengalahkan lawan. Perusahaan memerlukan strategi karena ada yang menyatakan bahwa persaingan antar perusahaan dalam kenyataannya adalah medan perang atau peperangan (*battlefield*) sehingga persahaan harus siap mengalahkan pesaingnya. Apabila tidak, dia sendiri yang akan dikalahkan (Prawirosentono, 2014:3).

Strategi menurut Kuncoro (dalam Alyas, 2017:115) adalah cara pemimpin bisnis perusahaan merealisasikan filosofinya. Pengertian ini lebih menekankan pada strategi seharusnya berkaitan dengan keputusan besar yang dihadapi individu atau organisasi dalam melakukan bisnis yaitu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan individu atau organisasi. Strategi sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Selain itu strategi juga diartikan sebagai tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar.

Menurut Prahalad (dalam Umar 2001:31) strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Sedangkan Pearce dan Robinson (dalam Sancoko, 2015:186) mendefinisikan strategi sebagai rencana dalam skala besar dan berorientasi

pada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif agar dapat mencapai tujuan objektif perusahaan.

Child sebagaimana dikutip (Sukino, 2010:136), menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan dasar atau krisis mengenai tujuan dan cara dari bisnis. Jadi strategi adalah penerapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan dan penetapan serangkain tindakan serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran.

Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin (dalam Daniatun, 2014:21) adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi strategi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui menuju target yang diinginkan. Strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan utama dan pola keputusan yang akan dipilih untuk mewujudkan tujuan organisasi. Strategi juga sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi atau perusahaan.

Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 1997:3) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut Yunus (2016:133) di dalam organisasi atau perusahaan bisnis terdapat tiga tingkatan strategi yaitu:

- a. Strategi korporat yang menjelaskan arah keseluruhan perusahaan dalam hal sikap perusahaan terhadap pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis perusahaan serta lini produk.
- b. Strategi bisnis yang biasanya berlangsung di dalam unit bisnis atau level produk dan menekankan pada pengembangan dari posisi kompetitif sebuah produk atau jasa perusahaan dalam segmen pasar yang dilayani oleh unit bisnis perusahaan tersebut.
- c. Strategi fungsional adalah sebuah pendekatan yang dilakukan oleh manajemen fungsional untuk mendapatkan sasaran perusahaan dan unit bisnis dan sebuah strategi untuk memaksimalkan produktivitas sumber daya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide/gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik lebih menuntut adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Ada beberapa alasan utama tentang pentingnya peranan strategi bagi perusahaan atau organisasi (Steiner, 1999:19) diantaranya yaitu:

- a. Memberi arah jangka panjang yang akan dituju.
- b. Membantu perusahaan atau organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
- c. Membuat suatu perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif.
- d. Mengidentifikasi keunggulan secara komparatif suatu perusahaan dalam lingkungan yang semakin beresiko.

2. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah meningkatkan kualitasnya maupun kuantitasnya dalam suatu kegiatan (Irawan dan M. Suparmoko, 1992:6). Pengembangan juga berarti proses, cara, perbuatan mengembangkan.

Menurut Pamuji (1985) sebagaimana dikutip dalam (Fitriana, 2013:283) juga mengemukakan bahwa pengembangan adalah sebagai suatu pembangunan, yaitu merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan memiliki nilai yang lebih tinggi. Dengan demikian juga mengandung makna sebagai pembaharuan yaitu melakukan usaha-usaha untuk membuat sesuatu menjadi lebih sesuai atau cocok dengan kebutuhan, menjadi lebih baik atau bermanfaat. Dalam memudahkan konsep pengembangan maka pengembangan dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memajukan atau meningkatkan atau memperbaiki sesuatu yang sudah ada. Atau dapat dikatakan juga sebagai proses yang dilakukan dalam meningkatkan sesuatu sehingga memiliki nilai yang lebih tinggi.

Menurut Hafsah (dalam Pratiwi, 2019:9) pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Pengembangan (Winardi, 2015:140) 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.

Menurut Werren B. Bennis (dalam Aziz, 2012:194) pengembangan organisasi merupakan respon terhadap perubahan yang berhubungan dengan segi pendidikan yang kompleks untuk mengubah keyakinan, sikap, nilai-nilai, dan struktur organisasi yang mampu mengadaptasi secara baik teknologi baru, perubahan masyarakat yang dilayani dan tantangan-tantangan di dalam perubahan yang rumit tersebut. Pengertian ini menekankan pentingnya peran manajemen atau kepemimpinan dalam memecahkan masalah organisasi dan melaksanakan proses pembaharuan, yang dilaksanakan melalui kegiatan kerja sama yang berkelanjutan.

Pengembangan organisasi (Indrawidjaja, 1983:45) merupakan suatu pendekatan dan teknik perubahan organisasi. Di dalamnya terkandung suatu proses dan teknologi untuk penyusunan rancangan, arah, dan pelaksanaan perubahan organisasi secara berencana.

Pendekatan pengembangan organisasi dapat pula dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi organisasi. Dengan cara itu, orang mengharapkan pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan, dan kemampuan organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan dan pendapatan yang

berkesinambungan itu perlu berada dalam pengawasan sendiri. Upaya ini berhubungan dengan upaya untuk membebaskan diri dari ketergantungan dan meningkatkan kemampuan ekonomi dalam pembuatan keputusan-keputusan (Komaruddin, 1990:223).

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pengembangan UKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi (Afifuddin, 2010:180).

Usaha menurut (Irawan dan M. Suparmoko, 1992:6) adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud: pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.

Sedangkan menurut Departemen Perindustrian dan perdagangan (dalam Arifah, 2011:36) ciri-ciri dari usaha yang berkembang adalah:

- a. Adanya peningkatan setelah diberi kredit.
- b. Peningkatan produktivitas, seperti penambahan tenaga kerja.
- c. Biasanya usaha kecil di Indonesia berorientasi pada usaha jangka pendek yaitu mendapatkan keuntungan dalam jangka singkat.
- d. Modal meningkat dibandingkan dengan modal sebelum memperoleh kredit.

Pengembangan suatu usaha dalam (Anoraga, 2011:66) adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Menurut Nitisusantro (2010:271) pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha.

3. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha menurut Kartasasmita (1996:5) merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Peningkatan akses kepada asset produktif, terutama modal, di samping teknologi, manajemen, dan segi lainnya.
- b. Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spectrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha, sampai pada informasi pasar, bantuan produksi, dan sarana prasarana pemasaran.
- c. Kewirausahaan, dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.
- d. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar sangatlah penting, hal tersebut harus disertai dengan pengendalian agar proses berjalannya pasar tidak keluar dari apa yang diinginkan yang nantinya justru mengakibatkan kesenjangan. Untuk itu diperlukan intervensi-intervensi yang tepat dan tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas, tetapi tetap menjamin terjadinya pemerataan sosial (*social equity*).
- e. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis dan telah terbukti berhasil bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Dalam pengembangan UKM, ada empat tahap yang akan dilalui UKM, yaitu tahap memulai usaha (*start-up*), tahap pertumbuhan (*growth*),

tahap perluasan (*expansion*), dan sampai akhirnya merambah ke luar negeri (*going overseas*). Pembinaan UKM empat tahap ini merupakan model pengembangan UKM yang telah berhasil diterapkan di Singapura. Namun, sampai sekarang Indonesia belum memiliki sebuah model yang komprehensif yang dapat diterapkan sebagai model pembinaan untuk jangka menengah maupun jangka panjang (Tiktik Sartika dan Soejoedono dalam Setiawan, 2004:119).

Menurut Tiktik Sartika dan Soejoedono (dalam Setiawan, 2004:119) strategi pengembangan UKM antara lain adalah:

a. Kemitraan Usaha

Kemitraan adalah hubungan kerja sama usaha di antara berbagai pihak yang sinergis, bersifat sukarela, dan berdasarkan prinsip saling membutuhkan, saling mendukung, dan saling menguntungkan dengan disertai pembinaan dan pengembangan UKM oleh usaha besar. Salah satu bentuk kemitraan usaha yang melibatkan UKM dan usaha besar adalah *production linkage*. UKM sebagai pemasok bahan baku dan bahan penolong dalam rangka mengurangi ketergantungan impor, di mana saat ini harga produk impor cenderung sangat tinggi karena depresiasi rupiah.

b. Permodalan UKM

Pada umumnya permodalan UKM sangat lemah, baik ditinjau dari mobilisasi modal awal (*start-up capital*) dan akses ke modal kerja jangka panjang untuk investasi. Untuk memobilisasi modal awal perlu dipadukan tiga aspek yaitu bantuan keuangan, bantuan teknis, dan program penjaminan, sedangkan untuk meningkatkan akses permodalan perlu pengoptimalan peranan bank dan lembaga keuangan mikro untuk UKM.

c. Modal Ventura

Pada umumnya UKM kurang paham atau tidak menyukai prosedur atau persyaratan yang diwajibkan oleh lembaga perbankan, sebaliknya lembaga perbankan kadang-kadang juga memberikan

persepsi inferior mengenai potensi UKM. Hal ini menimbulkan terjadinya distorsi dalam pembiayaan UKM. Oleh karena itu, modal ventura dapat dijadikan sebagai alternatif sumber pembiayaan UKM. Menurut Keppres No. 61 Tahun 1998, perusahaan modal ventura adalah badan usaha yang melakukan usaha pengembangan dalam bentuk penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan yang menerima bantuan pembiayaan untuk jangka waktu tertentu. Pembiayaan dengan modal ventura ini berbeda dengan bank yang memberikan pembiayaan dalam bentuk pinjaman atau kredit. Usaha modal ventura memberikan pembiayaan dengan cara ikut melakukan penyertaan modal langsung ke dalam perusahaan yang dibiayai. Perusahaan yang dibiayai disebut perusahaan pasanganusaha (*investee company*), sedangkan pemodal yang membiayai disebut perusahaan pemodal (*investment company atau venture capitalist*).

4. Tahap-tahap Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha menurut Budiarta (2009:153-154), seorang wirausaha pada umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of business yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lebih lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

c. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausahawan adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (business plan), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

d. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

5. Upaya-upaya Pengembangan Usaha

Upaya pengembangan (Ahyani, 2012:25) merupakan hal yang mutlak dan harus dilakukan oleh pemilik usaha agar usahanya tidak pailit. Upaya pengembangan yang dilakukan oleh wirausahawan harus tepat dengan kondisi dan kebutuhan perusahaan juga kondisi dan kebutuhan pasar. Kurangnya upaya pengembangan atau kurang efektifnya upaya pengembangan yang dilakukan dapat mengakibatkan kemunduran usaha. Oleh karena itu upaya pengembangan ini haruslah tepat dan efektif dalam pelaksanaannya.

Upaya-upaya pengembangan usaha kecil berdasarkan pasal 14 UU No. 9/1995 (dalam Anoraga, 2002:229-230) tentang usaha kecil

dirumuskan bahwa Pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang :

- a. Produksi dan pengolahan.
- b. Pemasaran.
- c. Sumber Daya Manusia.
- d. Teknologi.

Disebutkan lebih lanjut dalam pasal 15 dan 16 Undang-undang tentang Usaha kecil, bahwa Pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dengan:

- a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta tehnik produksi dan pengolahan.
- b. Meningkatkan kemampuan rancangan bangun dan perekayasaan.
- c. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan bahan baku, bahan penolong dan kemasan.

Demikian juga dibidang pemasaran dirumuskan langkah pembinaan dan pengembangan, baik didalam maupun diluar negeri. Langkah tersebut dicapai lewat pelaksanaan penelitian dan pengkajian pemasaran, peningkatan kemampuan manajemen dan tehnik pemasaran serta menyediakan sarana serta dukungan promosi dan uji pasar bagi usaha kecil dan jaringan distribusi, serta memasarkan produk usaha kecil.

Dalam pasal 17 UU tentang Usaha kecil dirumuskan langkah-langkah tentang pembinaan dan pengembangan dibidang sumber daya manusia dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan
- b. Meningkatkan ketrampilan teknis dan majerial
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan dan konsultan Usaha kecil
- d. Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultasi usaha kecil.

6. Pentingnya strategi pengembangan usaha

Menurut M.J Morris (1984:5-6) ada beberapa alasan diterapkannya strategi pengembangan bagi perusahaan, diantaranya adalah:

- a. Meningkatkan keamanan bagi perusahaan dengan cara membuatnya lebih besar.
- b. Menguji dan membuktikan ide-ide manajemen dan produksi.
- c. Kepuasan pribadi dengan melihat perusahaan yang sedang tumbuh.
- d. Memberi prospek karir pada para staf.
- e. Membangun sesuatu untuk anak cucu.
- f. Menjembatani keunggulan-keunggulan teknis dengan bidang-bidang khusus.
- g. Membangun sendiri produk yang biasanya harus beli, dengan tujuan meningkatkan kepercayaan diri tetapi kadang-kadang juga untuk mengurangi biaya.

7. Home Industry

a. Pengertian Home Industry

Home industry adalah suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak di bidang industry tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi, dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusaha-perusahaan besar pada umumnya (Mulawan, 2008:3). Menurut Jasa Unggah Mulawan dalam buku Manajemen Home Industry : Peluang usaha di tengah krisis, ia mengatakan bahwa jumlah tenaga kerja rata-rata 5-10 orang.

Pada umumnya, pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah ini adalah anggota keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggal tersebut dengan mengajak orang sekitar/tetangga untuk menjadi karyawan. Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, namun kegiatan ekonomi ini secara tidak langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara maupun tetangga di kampung halamannya. Usaha home industry ini otonomis

dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran

Jadi yang dimaksud dengan home industry adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat serta pendapatan keluarga dan mengurangi pengangguran.

Adapun pengelompokan industry berdasarkan kapasitas pekerja yang diperlukan:

- a. Industry kecil, menggunakan tenaga kerja 5-19 orang.
- b. Industry sedang, menggunakan tenaga kerja 20-99 orang.
- c. Industry besar, menggunakan tenaga kerja 100 orang atau bahkan lebih.

Menurut Mubyarto industry kecil atau industry kerajinan sangat bermanfaat bagi penduduk, terutama penduduk golongan ekonomi lemah, karena sebagian besar pelaku industry kecil adalah penduduk golongan tersebut. Industry ini di pedesaan mempunyai manfaat besar, karena:

- a. Dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar yang umumnya tidak bekerja secara utuh.
- b. Memberikan tambahan pendapatan tidak saja bagi pekerja tetapi juga kepentingan yg lain dan kepentingan bersama.
- c. Dalam beberapa hal mampu memproduksi barang-barang keperluan penduduk setempat dan daerah sekitarnya secara lebih murah dan efisien dibandingkan yang lain.

Hal lain yang perlu diperhatikan terhadap industry kecil adalah lokasi industry. Lokasi industry sangat berpengaruh terhadap kesuksesan usaha industry tersebut. Secara teoritis yang berlokasi di tempat yang mudah mendapatkan bahan baku, tenaga kerja, modal, pemasaran akan berkembang dengan baik. Adapun syarat lokasi yang baik meliputi:

- a. Tersedianya bahan mentah atau bahan baku.
- b. Tersedianya sumber daya alam dan sumber daya manusia.
- c. Tersedianya sumber daya manusia yang mampu mengolah/memiliki skill untuk mengolah bahan baku/sumber daya.
- d. Adanya transportasi yang memadai untuk menunjang kebutuhan industry.
- e. Tersedianya modal.
- f. Adanya organisasi yang baik untuk mengatur dan memperlancar segala sesuatu di home industry tersebut.

b. Fungsi/manfaat home industry

Adapun fungsi/manfaat dari home industry atau industry kecil adalah (Suryana, 2006:77):

1. Usaha kecil dapat memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, produksi, penyalur dan pemasaran bagi hasil produk-produk industry besar. Industry kecil sebagai transformator antar sector yang mempunyai kaitan ke depan maupun ke belakang.
2. Usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada. Usaha kecil sangat fleksibel karena dapat menyerap tenaga kerja dan sumber daya local serta meningkatkan skill SDM yang ada di lingkungan sekitar melalui pelatihan-pelatihan yang dilakukan.
3. Usaha kecil dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemeratan dalam berusaha dan pendapatan, karena jumlahnya tersebar di pedesaan maupun perkotaan.

B. Landasan Teologis

1. Meneladani Prinsip-Prinsip Kewirausahaan Nabi Muhammad Saw

Dalam melakukan sebuah usaha, Muhammad Saw selalu mengedepankan beberapa prinsip yaitu (Fauzia, 2019:46-48):

- a. Selalu Siap Menghadapi Perubahan

Nabi Muhammad Saw, selalu siap menghadapi perubahan dengan cara berpikir dan bertindak secara cepat, kreatif, dan berwawasan ke depan. Pada suatu saat Madinah pernah diembargo oleh suku Quraisy dan suku lainnya sehingga Madinah menjadi terasing, tidak ada satupun pedagang yang boleh memasuki Madinah, yang berakibat pada sulitnya kehidupan yang dijalani oleh masyarakat Madinah. Mengalami kondisi seperti ini, Nabi Muhammad Saw, akhirnya membuka pasar alternatif untuk menghidupkan urat nadi perekonomian Madinah. Beliau membeli sumur yang dikuasai oleh orang Yahudi meskipun dengan harga tinggi. Dengan demikian, Madinah sudah mempunyai pasar dan sarana air bersih sendiri, dan Nabi memotivasi masyarakat Madinah untuk memproduksi kebutuhan-kebutuhan lainnya yang dibutuhkan oleh masyarakat Madinah. Dan dalam hitungan hari, pasar menjadi ramai dan hidup kembali.

b. Pandai Mempromosikan Diri

Nabi Muhammad Saw, merupakan sosok yang sangat menyadari pengaruh promosi dalam sebuah usaha. Beliau sangat hafal waktu-waktu ketika para pedagang dari penjuru dunia mengadakan transaksi insidental di tempat-tempat tertentu, seperti pameran atau bazar. Beliau selalu mendatangi tempat-tempat tersebut, mengenal mereka beserta produk dan budayanya, menjalin hubungan dan menyampaikan nilai-nilai kebaikan yang terkandung dalam Islam. Sehingga beliau sangat dikenal sebagai sosok yang jujur, amanah, cerdas, ulet, ramah, dan lembut hatinya.

c. Memberikan Kepuasan Pada Pembeli Dan Kebanggaan Atas Harga

Bila pesaing Nabi Muhammad Saw selalu mematok harga dagangannya maka beliau menunjukkan pola yang berbeda. Beliau menceritakan berapa harga yang ia beli sebelumnya dan memberikan kebebasan bagi para pembelinya untuk memberikan keuntungan atas dirinya. Ini membuat pembeli mendapatkan kepuasan atas harga karena ia terbebas dari penipuan harga. Di sisi lainnya, pembeli akan

bangga karena telah memberikan keuntungan kepada penjual, apalagi jika dengan ikhlas ia memberikan keuntungan yang lebih banyak.

d. Mengutamakan Sinergi

Nabi Muhammad Saw selalu mensinergikan kecakapan yang dimiliki olehnya dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki orang lain. Misalnya beliau mengelola usaha milik Khadijah dengan melakukan akad mudharabah yaitu beliau dengan kecakapannya mengelola harta Khadijah yang secara tidak langsung Khadijah sebagai pemilik modal.

Manusia tidak ada yang sempurna, tidak ada manusia yang memiliki segala hal dan mampu melakukan segalanya. Setiap manusia memiliki kelebihan dan kekurangan, ketika manusia menghendaki kemampuan untuk melakukan suatu hal yang lebih baik, maka haruslah bersinergi dengan orang lain. Menggabungkan potensi masing-masing dan saling menopang.

e. Berwirausaha Dengan Cinta

Muhammad Saw adalah sosok yang bertindak lembut kepada siapapun termasuk pada relasinya ketika sedang bertransaksi. Sifat lembut inilah yang mengakibatkan para pelanggannya terus berdatangan, kian hari kian banyak relasinya. Nabi Muhammad sangat mencintai pekerjaannya karena menurut beliau bekerja adalah ibadah. Beliau juga mencintai relasinya, karena mencintai relasinya juga ibadah dalam bermuamalah.

f. Pandai Bersyukur Dan Berterima Kasih

Nabi Muhammad Saw adalah pribadi yang sangat pandai bersyukur kepada Allah atas nikmat yang telah diberikan. Beliau juga merupakan sosok yang pandai berterima kasih kepada orang yang berbuat baik kepadanya serta mendoakan kebaikan dan keberkahan orang tersebut. Maka nikmat dan kebaikan yang ia peroleh semakin bertambah.

2. Etika Bisnis Islam



Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat tersebut menyatakan bahwa memakan harta orang lain dengan cara yang batil adalah suatu kezaliman. Menzalimi orang lain dalam ekonomi berarti merusak dan membunuh kehidupannya. Oleh karena itu, Allah mengaitkan larangan memakan harta dengan batil dengan larangan membunuh diri kamu. Maka, lakukanlah perdagangan yang fair, tidak zalim, dan tanpa paksaan yang disebut Al-Quran dengan istilah *an taradin* (suka sama suka).

c. *Gharar* (Penipuan)

Gharar yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Bisnis gharar adalah jual beli yang tidak memenuhi perjanjian yang tidak dapat dipercaya, dalam keadaan bahaya, tidak diketahui harganya, barangnya, kondisi, serta waktu memperolehnya. Dengan demikian antara yang melakukan transaksi tidak mengetahui batas-batas hak yang diperoleh melalui transaksi tersebut. Contoh jual beli yang mengandung gharar adalah membeli ikan dalam kolam, membeli buah-buahan yang masih mentah di pohon. Praktik gharar ini, tidak dibenarkan karena ada ketidakjelasan pada kualitas, kuantitas, harga dan waktu.

d. *Haram*

Termasuk pula kemungkaran yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya dalam perilaku bisnis adalah melakukan hal-hal yang diharamkan. Karena semua yang dilarang itu berarti haram dan jika masih dikerjakan itu berdosa. Selain itu, pada umumnya setiap pelanggaran berarti perbuatan tersebut *harmfull* (berbahaya) ataupun materinya *impurity* (tidak suci atau najis). Contohnya: seperti menjual minuman keras, narkoba dan lainnya.

e. *Riba*

Menurut Syaikh Muhammad Abduh (dalam Hendi Suhendi, 2008:58) menyatakan bahwa riba merupakan penambahan-penambahan yang diisyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uangnya), karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang telah ditentukan. Sesuatu yang mengandung riba, dilarang keras dalam Islam, karena akan merugikan salah satu pihak, yaitu peminjam. Dengan itu Allah memperjelas hukum riba dengan firmanNya dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah: 275

yang artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

f. *Ikhtikar*

Dalam ekonomi Islam, siapa pun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan ikhtikar yaitu orang yang dengan sengaja membeli bahan makanan yang dibutuhkan manusia, lalu ia menahannya dan bermaksud untuk mendongkrak harga jualnya terhadap mereka. Rasulullah SAW bersabda, “Ia yang menimbun adalah orang yang berdosa” (H.R Muslim dalam sahihnya).

g. *Batil*

Menurut An-Nadawi (dalam Ismanto, 2000:39) batil adalah segala sesuatu yang tidak dihalalkan syariah, seperti riba, judi, korupsi, penipuan dan segala yang diharamkan Allah. Mengenai batil ini, Allah berfirman dalam Al-Quran Surat An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خُذُوا زِينَتَكُمْ كُلُّ مَسْجِدٍ لِلَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ
 وَإِذْ قَالَ اللَّهُ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي خَلَقْتُكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ
 وَإِذْ نَزَّلْنَا الذُّرَّ وَأَنزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ مَاءً طَهُورًا
 لِنُحْيِيَ الْبَشَرَةَ لَعَلَّكُمْ يَتَّقُونَ وَنَجِّنَا لَكُمْ مِنَ الظَّالِمِينَ
 وَإِذْ قَالَ اللَّهُ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي جَعَلْتُ لَكُمْ لِقَاءَ الْيَوْمِ حَرَامًا
 وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ
 وَإِذْ قَالَ اللَّهُ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي جَعَلْتُ لَكُمْ لِقَاءَ الْيَوْمِ حَرَامًا
 وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ
 وَإِذْ قَالَ اللَّهُ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي جَعَلْتُ لَكُمْ لِقَاءَ الْيَوْمِ حَرَامًا
 وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat di atas, sesungguhnya tidak hanya berisi tentang syarat sahnya perdagangan, yaitu kerelaan para pihak, tetapi juga mengandung makna dan interpretasi yang luas. Larangan memakan harta dengan cara yang batil mengharuskan kita untuk mengetahui apa saja cakupan bisnis yang batil itu. Memakan harta dengan batil ini mencakup dua pengertian, yaitu memakan harta sendiri dan memakan harta orang lain. Memakan harta sendiri dengan cara batil misalnya menggunakannya untuk kepentingan maksiat. Sedangkan memakan harta orang lain dengan batil adalah memakan harta hasil riba, judi, kecurangan dan kezaliman, juga termasuk memakan harta dari hasil perdagangan barang dan jasa yang haram, misalnya khamr, babi, bangkai, pelacuran, tukang tenung, para normal, dukun dan sebagainya.



IAIN PURWOKERTO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum data yang telah diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemecahan masalah atau mendapatkan jawaban-jawaban atas rumusan masalah (Sugiyono, 2014:2).

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah suatu penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (Herdiansyah, 2014:18). Maka upaya yang dilakukan adalah pelaksanaan penelitian didasarkan pada obyek lapangan di daerah atau lokasi tertentu guna mendapatkan data-data yang valid dan reliabel. Dalam hal ini, penulis langsung melakukan penelitian ke Home Industry Rumah Lidi di Desa Karang Tengah Kecamatan Cilongok Banyumas.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Home Industry Rumah Lidi di Desa Karang Tengah Kecamatan Cilongok Banyumas. Penelitian dilakukan pada tanggal 4 November 2019 - 10 Juni 2020.

C. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah yang dituju untuk diteliti atau diharapkan untuk informasinya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Arikunto, 1985:40).

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah, peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak Subur Subandi dan Isterinya, Ibu Kuswati selaku owner dari Home Industry Rumah Lidi.

Sedangkan objek dari penelitian ini adalah, Home Industry Rumah Lidi yang terletak di Desa Karang Tengah Kecamatan Cilongok Banyumas.

D. Sumber Data

Terdapat dua macam data yang dipergunakan, yakni data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer (sumber tangan pertama), yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016:62). Sumber data primer dalam hal ini adalah data hasil wawancara dengan owner Home Industry Rumah Lidi, yaitu Bapak Subur Subandi dan Ibu Kuswati.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder (sumber tangan kedua), yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, atau lewat dokumen (Sugiyono, 2016:62). Sumber data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data dari buku-buku, surat kabar, dan jurnal internet.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2017:104). Dan untuk memperoleh data maupun informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, diantaranya:

1. Metode Observasi

Nasution sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2017:106) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap Home Industry Rumah Lidi untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan fenomena yang dikaji.

2. Metode Wawancara

Esterberg sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2017:114) menyatakan bahwa wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam yaitu peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk mendapatkan informasi terkait dengan permasalahan. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Subur Subandi dan Ibu Kuswati selaku pemilik Home Industry Rumah Lidi dan para karyawan Home Industry Rumah Lidi.

3. Metode Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada (Sugiyono, 2017:125). Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data-data tertulis atau terdokumentasi yang ada di Home Industry Rumah Lidi. Selain itu, peneliti juga memperoleh data dari skripsi, jurnal dan lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan

lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2014:244)

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2014:248).

Miles and Huberman (1984) sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2017:133) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dapat dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu :

1. Data Collection (Pengumpulan Data)

Kegiatan utama dalam setiap penelitian adalah mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau menggabungkan ketiganya. Dalam hal ini, peneliti melakukan penjelajahan terhadap situasi dan kondisi pada Home Industry Rumah Lidi untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan fenomena yang dikaji.

2. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam hal ini, peneliti akan memilih dan memfokuskan data-data yang pokok yang didapat dari hasil pengamatan langsung di lapangan yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha pada Home Industry Rumah Lidi di Desa

Karang Tengah Kecamatan Cilongok Banyumas, kemudian merangkumnya dan mengkategorikannya dengan data-data yang sesuai.

3. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman (1984) sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan langkah selanjutnya.

4. Conclusion Drawing (Verifikasi)

Langkah ke empat dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan Verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Verifikasi data dimaksudkan untuk penentuan data akhir dari keseluruhan proses tahapan analisis sehingga keseluruhan permasalahan yang ada dapat terjawab sesuai dengan data dan permasalahannya. Data yang telah disajikan dalam bentuk teks naratif tersebut kemudian disimpulkan agar menjadi jelas bagaimana hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan.

G. Uji Keabsahan Data

Data yang telah terkumpul dalam penelitian ini diuji keabsahannya menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi (Sugiyono, 2015:241) diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dengan

menggunakan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Home Industry Rumah Lidi

1. Sejarah Home Industry Rumah Lidi

Home Industry Rumah Lidi merupakan usaha di bidang kerajinan tangan yang terbuat dari anyaman lidi pohon kelapa. Didirikan oleh Bapak Subur Subandi pada bulan Agustus 2017 yang terletak di desa Karang Tengah, RT02/RW07, Cilongok, Kabupaten Banyumas. Berawal dari Ibu Kuswati yang merupakan isteri dari Bapak Subur Subandi, beliau mengikuti pelatihan pembuatan kerajinan dari lidi yang diadakan oleh PNPM dari desa selama 3 hari berturut-turut. Kemudian beliau dipilih kembali untuk melakukan pelatihan kerajinan ke tingkat provinsi di Semarang. Lalu beliau mencoba mempraktekan di rumah bersama suaminya untuk mengisi waktu luang dan menghasilkan produk pertama yaitu piring lidi yang memenuhi ruangan. Awalnya beliau membuat piring lidi hanya untuk belajar dan untuk dipakai sendiri. Ternyata kerajinan piring lidi buatan Ibu Kuswati dibawa oleh UPK PNPM untuk diperkenalkan di pameran-pameran desa setempat dan tak disangka kerajinan tersebut diminati oleh banyak orang dan habis terjual. Lalu ibu Kuswati dan Bapak Subur Subandi terpikirkan untuk mengembangkan dan membuat lagi kerajinan tangan dari lidi ini dengan berbagai jenis tidak hanya piring lidi saja dengan mengedepankan kualitas yang baik dan rapi.

Hingga sekarang, home industry rumah lidi sudah memiliki 16 orang karyawan yang senantiasa membantu Bapak Subur Subandi dan Isterinya dalam mengembangkan usahanya tersebut. Dan semuanya merupakan tetangga Bapak Subur Subandi. Meskipun awalnya banyak mengalami pasang surut kesulitan menjalankan usahanya dan memenuhi banyaknya permintaan konsumen, namun dengan niat yang gigih dan kesungguhannya dalam mengembangkan usahanya Bapak Subur Subandi

dibantu oleh sang Istrinya ibu Kuswati selalu yakin akan berkembangnya home industry miliknya tersebut.

2. Lokasi Perusahaan

Lokasi Home Industry Rumah Lidi berada di RT 02/RW07 Desa Karang Tengah Cilongok Kabupaten Banyumas. Lokasi perusahaan sangat menguntungkan bila dari beberapa aspek, yaitu sebagai berikut:

a. Akses Menuju Perusahaan

Jalan untuk melintasi perjalanan menuju Home Industry tersebut cukup baik, dan mudah untuk di akses.

b. Bahan Baku

Dikarenakan lokasi perusahaan yang berada di desa yang memiliki banyak pohon kelapa, jadi dalam hal untuk mendapatkan bahan baku lebih mudah dan efisien.

3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi yang dimiliki Home Industry Rumah Lidi adalah sebagai berikut:

a. Menjadi perusahaan yang dapat memberikan manfaat dan nilai tambah kepada mitra kerja, pegawai dan konsumen.

b. Memberikan bidang seni kerajinan yang berkualitas ke masyarakat sekitar bahkan sampai mancanegara.

Sedangkan tujuan dari perusahaan ini yaitu untuk memperoleh keuntungan dan memberikan pekerjaan bagi mereka yang pengangguran dengan mengembangkan potensi yang ada di lingkungan sekitar yaitu pohon kelapa untuk dijadikan sebuah kerajinan tangan yang memiliki nilai jual.

4. Struktur Organisasi



a. Owner

Owner/ pemilik home industry rumah lidi bertanggung jawab sepenuhnya terhadap perkembangan home industry dan menentukan serta mengambil keputusan semua kebijakan yang berhubungan dengan kegiatan untuk kemajuan home industry.

b. Bendahara

Beberapa tugas bendahara home industry rumah lidi antara lain:

- 1) Pemegang semua uang kas perusahaan.
- 2) Penentu modal untuk perusahaan.
- 3) Penghitung profit tahunan.

c. Bidang Produksi

Karyawan yang bekerja di bagian produksi pada home industry rumah lidi, mempunyai beberapa tugas, diantaranya:

- 1) Menganyaman produk sebaik mungkin dengan tetap menjaga kualitas.
- 2) Menjaga kualitas dan kuantitas produk.

d. Bidang Pemasaran

Karyawan pada bagian pemasaran di home industry rumah lidi mempunyai beberapa tugas antara lain:

- 1) Mengenalkan produk home industry terhadap masyarakat.
- 2) Memasarkan produk home industry ke masyarakat luas dengan berbagai cara strategi pemasaran.

5. Bahan Baku Pembuatan Kerajinan dan Proses Pembuatan

a. Bahan Baku Pembuatan Kerajinan Lidi

Dalam proses pembuatan kerajinan lidi diperlukan bahan dan alat dalam proses pengerjaannya. Adapun bahan dan alat yang dibutuhkan antara lain sebagai berikut:

- 1) Lidi yang digunakan sebagai media dasar anyaman, diutamakan jenis batang lidi yang panjang dan tidak mudah patah sebanyak 100 batang untuk menghasilkan satu buah kerajinan.
- 2) Gunting potong besar untuk memotong ketika anyaman hampir selesai dan akan dirapihkan.
- 3) Pernis (pelapis kayu) untuk melapisi kerajinan lidi ketika sudah kering.

b. Proses Pembuatan Kerajinan Lidi

Untuk menghasilkan kerajinan yang rapih, dibutuhkan ketrampilan dan keuletan. Adapun proses pembuatan kerajinan antara lain:

- 1) Siapkan batang lidi sebanyak 100 batang lidi dengan kualitas batang yang baik, kemudian bagi menjadi delapan bagian, dan masing-masing berjumlah empat batang.
- 2) Susun dan anyam lidi tersebut menjadi anyaman dan menghasilkan bentuk yang diinginkan.
- 3) Langkah selanjutnya proses pemotongan dan perapihan sebuah anyaman.
- 4) Untuk proses pengeringan atau penjemuran, jemur di bawah sinar matahari yang cukup 1-2 hari penjemuran.

5) Sesi terakhir, proses melapisi sebuah anyaman tersebut menggunakan pernis, untuk mendapatkan hasil yang bagus dan tahan lama.

6. Harga dan Jenis Produk Home Industry Rumah Lidi

Tabel 4.1

Jenis Produk dan Harga

No	Jenis Produk	Harga
1.	Piring	6000
2.	Keranjang Buah	30000
3.	Tempat Snack	20000
4.	Tempat Sendok dan Garpu	25000
5.	Kap Lampu	45000
6.	Tempat AQUA	50000
7.	Figura	25000
8.	Tempat Nasi	30000
9.	Tenggok untuk Kondangan	40000
10.	Vas Bunga	20000

B. Kondisi pada Home industry Rumah Lidi Di desa Karang tengah

SDM merupakan faktor terpenting dalam suatu kegiatan usaha, dengan sumber daya manusia yang terampil dan professional akan menghasilkan output yang berkualitas sehingga banyak diminati dan berpengaruh terhadap usaha kerajinan yang mereka jalankan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata kondisi SDM pada home industry rumah lidi kurang baik. Dari hasil penelitian diketahui bahwa, kondisi SDM yang kurang baik itu dikarenakan sebagian besar karyawan di home industry rumah lidi belum bisa menganyam lidi. Dari 16 karyawan, yang bisa menganyam lidi hanyalah 5 orang sedangkan yang lainnya hanya membersihkan batang lidi saja. Padahal jika lebih banyak karyawan yang dapat menganyam lidi, maka akan lebih banyak pula output yang dihasilkan. Dan karena hal tersebut, home industry rumah lidi sering menolak orderan dalam jumlah yang terlalu banyak.

Selain SDM, modal merupakan faktor penting dalam suatu usaha. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa kondisi permodalan pada home industry rumah lidi di desa karang tengah terdapat perkembangan yang baik. Menurut penjelasan dari Bapak Subur Subandi dan Ibu Kuswati, home industri ini tadinya hanya untuk mengisi waktu luang dari Ibu Kuswati dan juga untuk mengembangkan skill yang di dapat Ibu Kuswati setelah mengikuti pelatihan pembuatan kerajinan yang berbahan dasar lidi di Semarang, setelah itu kerajinan yang dihasilkan diikutsertakan ke dalam pameran-pameran yang ada di desa Cilongok ternyata responnya positif dan terjual banyak.

Tabel 4.2
Data Omset Penjualan Rumah Lidi

Tahun	Jumlah total
2017	6.500.000
2018	15.220.000
2019	23.341.000

Kemudian berkembang dan banyak bantuan yang didapat seperti etalase untuk memajang produk kerajinan kemudian banner dan plang untuk menunjukkan lokasi dari home indutri rumah lidi dan terakhir laptop untuk membantu memasarkan produk kerajinan melalui system online. Akan tetapi masih ada satu keinginan beliau yang belum tercapai yaitu ingin membesarkan home industry rumah lidi dengan merenovasi tempat supaya lebih lebar karena yang sekarang tempatnya kecil dan sempit jadi sering sekali ketika ada pengunjung dalam jumlah banyak harus berdesak-desakan. Karena kebanyakan dari pengunjung home industry rumah lidi adalah murid-murid sekolah, ibu-ibu PKK dari berbagai desa di kecamatan cilongok bahkan sampai luar kota yang hendak melihat sekaligus praktek secara langsung membuat kerajinan. Karena tempat yang kurang memadai tersebut seringkali menggunakan aula sekolah disebelah rumah. Maka dari itu Bapak Subur Subandi beserta Ibu Kuswati sedang berjuang sampai sekarang supaya bisa

mendapatkan bantuan untuk merenovasi tempat dan membangun gallery yang lebih besar untuk home industry rumah lidi.

C. Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Rumah Lidi

Setelah kegiatan usaha yang dirintis berjalan, maka hal lain yang tidak kalah penting adalah bagaimana cara mengembangkan usaha tersebut. Pengembangan usaha sangat dibutuhkan karena melihat banyaknya usaha yang gagal karena tidak adanya strategi yang matang. Adapun strategi pengembangan usaha menurut Kartasasmita (1996:5) merupakan upaya dalam mangantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

1. Peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, di samping juga teknologi, manajemen, dan segi-segi lainnya yang penting.

Permodalan merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan suatu usaha. Modal usaha yang memadai serta pengelolaan manajemen keuangan yang baik akan berdampak terhadap perkembangan usaha yang dapat meningkatkan pendapatan dan mengembangkan suatu usaha. Peningkatan terhadap akses teknologi merupakan salah satu faktor penting bagi pengembangan Usaha Kecil Menengah. Keberhasilan usaha kecil menengah ditentukan oleh kemampuan akan penguasaan teknologi (Harsono, 2012:240). Selain itu, diperlukan juga manajemen yang baik untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memproduksi produk yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Hasil penelitian ini melihat bahwa sebelumnya home industry rumah lidi hanya mengandalkan modal sendiri yang didapat dari hasil owner/manager yang melatih membuat kerajinan dari lidi di sejumlah desa dan kecamatan di cilongok. Selain itu juga dari hasil penjualan kerajinan baik yang diikuti seratakan dalam pameran-pameran maupun melau

pesanan pesanan. Hasil dari pendapatan-pendapatan tersebut sampai sekarang digunakan untuk modal dalam mengembangkan usaha home industry rumah lidi.

Peningkatan teknologi digitalisasi pada bagian marketing home industry rumah lidi juga sudah mulai digalakan. Sebelumnya penjualan di home industry rumah lidi hanya melalui (*mouth for mouth*) atau melalui mulut ke mulut. Sekarang setelah mendapatkan bantuan berupa laptop dari LPPM Unsoed, penjualan dilakukan secara online dan offline supaya lebih memudahkan dan efisien.

Sejak pertama kali berdiri hingga sekarang, home industry rumah lidi memiliki visi dan misi menjadi perusahaan yang dapat memberikan manfaat dan nilai tambah kepada mitra kerja, pegawai dan konsumen. Dan selalu berusaha untuk memberikan bidang seni kerajinan yang berkualitas ke masyarakat sekitar bahkan sampai ke mancanegara. Dalam hal manajemen pelayanannya home industry rumah lidi juga selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumennya, baik melalui media sosial seperti telepone, kemudian datang langsung, maupun ketika ada acara pameran yang digelar. Sehingga konsumen bisa puas atas pelayanan yang diberikan dan menjaga kepercayaan akan kualitas dan kuantitas perusahaan.

2. Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha, sampai pada informasi pasar, bantuan produksi, dan prasarana serta sarana pemasaran. Khususnya, bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana ekonomi yang dasar dan akan sangat membantu adalah prasarana perhubungan.

Usaha mendorong produktivitas dan mendorong tumbuhnya usaha, tidak akan memiliki arti penting bagi masyarakat, kalau hasil produksinya tidak dapat dipasarkan, atau walaupun dapat dijual tetapi dengan harga yang amat rendah. Oleh sebab, itu komponen penting dalam usaha pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran. Tersedianya prasarana pemasaran dan

atau transportasi dari lokasi produksi ke pasar, akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan petani dan pengusaha mikro, pengusaha kecil, dan pengusaha menengah. Artinya, dari sisi pemberdayaan ekonomi, maka proyek pembangunan prasarana pendukung desa tertinggal, memang strategis (Hutomo, 2000:8).

Hasil penelitian melihat bahwa pada home industry rumah lidi untuk peningkatan akses pada pasar sudah cukup baik. Hal tersebut dilihat dari pangsa pasar yg semakin berkembang. Sebelumnya pangsa pasar home industry rumah lidi hanya focus di dalam kota Purwokerto saja, tetapi sekarang sudah merambah ke luar kota seperti Jakarta dan Surabaya. Kemudian, untuk memperoleh bahan baku juga sangat mudah dan terjangkau karena di lokasi home industry rumah lidi banyak terdapat pohon kelapa selain itu juga lokasi home industry rumah lidi yang strategis karena terletak di daerah perkotaan, sehingga lebih memudahkan dalam hal memasarkan produk-produk kerajinan.

3. Kewirausahaan, dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.

Kelemahan utama pengembangan usaha kecil menengah di Indonesia adalah karena kurangnya ketrampilan sumber daya manusia. Oleh karena itu dalam pengembangan usaha kecil menengah, pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UMKM baik dalam aspek kewiraswastaan, administrasi dan pengetahuan serta ketrampilan dalam pengembangan usaha. Peningkatan kualitas SDM dilakukan melalui berbagai cara seperti pendidikan dan pelatihan, seminar dan lokakarya, on the job training, pemagangan dan kerja sama usaha. Pelatihan merupakan wujud pemberdayaan sebagai motivasi atau dorongan bagi masyarakat untuk mengasah kemampuan yang mereka miliki serta dapat menjadikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat yang ingin membuka usaha sendiri. Bersamaan dengan itu, juga perlu ditanamkan semangat untuk berwirausaha.

Pemilik usaha sebagian besar melakukan pembinaan dan pelatihan untuk meningkatkan kualitas produksi dan kualitas Sumber Daya Manusia atau pengrajinnya sendiri. Hal ini bertujuan agar usaha yang dijalankan dapat tetap tumbuh, berkembang dan dapat diberdayakan, karena selain memberikan pendapatan terhadap pengusaha itu sendiri juga dapat membantu kesejahteraan para karyawannya serta memberikan kontribusi yang nyata terhadap perekonomian daerah.

Hasil penelitian melihat bahwa sampai sekarang masih banyak karyawan home industry rumah lidi yang kurang terampil dalam menganyam lidi dan sering sekali kekurangan stock barang ketika ada order dalam jumlah yang banyak maka dari itu salah satu solusi yang dapat diambil adalah melalui pembinaan dan pelatihan untuk para karyawan. Seperti pelatihan cara membuat kerajinan anyaman lidi yang dilakukan oleh Ibu Kuswati selaku isteri dari owner home industry rumah lidi. Beliau senantiasa dengan sabar melatih karyawan-karyawan home industry yang belum mahir menganyam lidi yang kebanyakan para karyawan tersebut adalah tetangga sekitar rumah. Selain itu, Ibu Kuswati dibantu oleh suaminya juga melakukan pembinaan dalam membuat kerajinan dari lidi kepada masyarakat di desa karang tengah terutama ibu rumah tangga yang sedang menganggur dengan memanfaatkan potensi local yang ada di desa. Hal ini merupakan wujud pemberdayaan sebagai motivasi atau dorongan bagi karyawan dan juga masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga di desa karang tengah yang menganggur dan tidak memiliki pekerjaan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan yang mereka miliki serta menjadi bekal ilmu pengetahuan bagi masyarakat yang diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar dengan menjadikan desa karang tengah sebagai sentra pembuatan kerajinan dari lidi di masa yang akan datang.

4. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Memperkuat pasar adalah penting, tetapi hal itu harus disertai dengan pengendalian agar

bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan.

Pemberdayaan ekonomi pada masyarakat lemah, pada mulanya dilakukan melalui pendekatan individual. Pendekatan individual ini tidak memberikan hasil yang memuaskan, oleh sebab itu, semenjak tahun 80-an, pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan kelompok. Alasannya adalah, akumulasi kapital akan sulit dicapai di kalangan orang miskin, oleh sebab itu akumulasi kapital harus dilakukan bersama-sama dalam wadah kelompok atau usaha bersama. Demikian pula dengan masalah distribusi, orang miskin mustahil dapat mengendalikan distribusi hasil produksi dan input produksi, secara individual. Melalui kelompok, mereka dapat membangun kekuatan untuk ikut menentukan distribusi.

Kalau pendekatan kelompok dimaksudkan untuk tujuan akumulasi modal atau membangun kelembagaan keuangan tersendiri, maka itu tidak mudah untuk mencapainya. Yang paling realistis adalah bila pengelompokan atau pengorganisasian ekonomi diarahkan pada kemudahan untuk memperoleh akses modal ke lembaga keuangan yang telah ada, dan untuk membangun skala usaha yang ekonomis. Aspek kelembagaan yang lain adalah dalam hal kemitraan antar skala usaha dan jenis usaha, pasar barang, dan pasar input produksi. Ketiga aspek kelembagaan ini penting untuk ditangani dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat (Hutomo, 2000:9).

Hasil penelitian melihat bahwa pada home industry rumah lidi untuk hal kelembagaan sudah cukup baik. Sebelumnya, home industry rumah lidi hanya berdiri sendiri dan tidak bermitra dengan koperasi. Setelah sekarang berkembang, mulailah bermitra dengan koperasi di desa cilongok untuk hal pinjam meminjam modal usaha ketika home industry rumah lidi sedang membutuhkan modal yang tidak terlalu besar dan dengan jangka waktu yg pendek untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, home industry rumah lidi juga berusaha untuk terus memperkenalkan produk-produk kerajinan melalui setiap pameran-pameran yang diikuti

baik dalam kota maupun luar kota. Hal ini dilakukan untuk mewujudkan salah satu misi dari home industry rumah lidi yaitu berusaha untuk bisa menembus pasar domestic dan internasional dengan mengedepankan kualitas tetapi tidak lupa untuk tetap membawa budaya khas Indonesia.

5. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Penguatan ekonomi rakyat atau pemberdayaan masyarakat dalam ekonomi, tidak berarti mengalienasi pengusaha besar atau kelompok ekonomi kuat. Karena pemberdayaan memang bukan menegasikan yang lain, tetapi *give power to everybody*. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah. Daya saing yang tinggi hanya ada jika ada keterkaitan antara yang besar dengan yang menengah dan kecil. Sebab hanya dengan keterkaitan produksi yang adil, efisiensi akan terbangun. Oleh sebab itu, melalui kemitraan dalam bidang permodalan, kemitraan dalam proses produksi, kemitraan dalam distribusi, masing-masing pihak akan diberdayakan (Hutomo, 2000:10).

Hasil penelitian melihat bahwa home industry rumah lidi hingga sekarang bekerjasama dengan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kabupaten Banyumas dalam hal penjualan kerajinan-kerajinan yang diproduksi oleh home industry rumah lidi. Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) merupakan organisasi swasta yang dibentuk sebagai mitra pemerintah yang bertujuan untuk melestarikan nilai-nilai seni budaya bangsa yang tercermin dalam produk-produk kerajinan agar lebih maju dan berkembang serta dapat meningkatkan kesejahteraan pengrajin. Dengan adanya Dekranasda diharapkan bisa menjadi wadah bagi masyarakat salah satunya home industry rumah lidi untuk mengembangkan keterampilan, meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan pengrajin dan masyarakat di sekitarnya. Hal ini merupakan salah satu bentuk pengembangan kemitraan yang

dilakukan untuk memperluas pangsa pasar dari produk kerajinan yang dihasilkan oleh home industry rumah lidi. Selain itu dengan adanya pengembangan kemitraan ini maka diharapkan dapat menarik investor untuk berinvestasi langsung ke home industry rumah lidi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan berkaitan dengan strategi pengembangan usaha kerajinan dari lidi, maka dapat disimpulkan bahwa home industry rumah lidi sudah menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik diantaranya: *Pertama*, meningkatnya akses terhadap akses produktif, teknologi salah satunya yaitu dalam hal memasarkan produk-produk kerajinan sudah melalui online. *Kedua*, meningkatnya akses pada pasar yaitu dengan bertambahnya pangsa pasar hingga ke luar kota. *Ketiga*, kewirausahaan yaitu dengan melakukan pelatihan dan pembinaan pembuatan kerajinan dari lidi kepada masyarakat yang gencar digalakan dan diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. *Keempat*, melalui kelembagaan ekonomi dengan menggandeng koperasi di desa karang tengah untuk turut andil mengembangkan home industry. *Kelima*, kemitraan usaha dengan menggaet Dewan Kerajinan Nasional (Dekranasda) dalam hal penjualan produk-produk kerajinan.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Adapun saran-saran yang di maksud di antaranya sebagai berikut:

1. Untuk menunjang keberhasilan perkembangan usaha kecil juga dibutuhkan peran serta dari pemerintah salah satunya adalah dengan menggandeng perbankan supaya mempermudah dalam peminjaman modal usaha untuk para pengusaha kecil, sehingga pengusaha tidak mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.
2. Perlu adanya penambahan karyawan di home industry rumah lidi, mengingat seringnya menolak permintaan pelanggan dalam jumlah yang banyak. Selain itu juga untuk selalu meningkatkan skill dan kualitas

karyawan home industri rumah lidi melalui pembinaan dan pelatihan secara continue.

3. Untuk selalu konsisten menjaga kualitas produk-produk kerajinan dari home industry rumah lidi, untuk kualitas yang sekarang sudah bagus dilihat dari banyaknya pelanggan yang repeat order dan diharapkan kedepannya akan semakin bagus lagi. Selain itu juga terus berinovasi untuk menciptakan produk-produk kerajinan dari lidi dengan design-design yang lebih baru lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zaenal. 2012. *Jurnal Study Masyarakat Islam Dengan Judul “Manifestasi Dan Latensi Lembaga Filantropi Islam Dalam Praktik Pemberdayaan Masyarakat: Suatu Studi Di Rumah Zakat Kota Malang*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ahmad, Marzuki. 2020. *Peran Dekranasda Dalam Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry Mawar Suci Anyaman Pandan Di Desa Pulau Palas Kecamatan Tembilas Hulu*. Skripsi. Riau: UIN Suska Riau.
- Amalia, Alfi. Wahyu Hidayat. Agung Budiarmo. 2012. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi. Ejournal–S1.undip.ac.id.
- Arifah, Tutik. 2011. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang*. Skripsi. Semarang: UNNES.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Armaizar. 2003. *Menangkap peluang usaha*. Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa.
- Bonita, Farah. 2013. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik Di Kota Semarang*. Economics Development Analysis Journal. Unnes.ac.id.
- Fauzia, Ika Yunia. 2019. *Islamic Enterpreneurship Kewirausahaan Berbasis Peemberdayaan*. Depok: Rajawali Pers.
- Habibah, Ummu. 2019. *Manajemen Strategi Peningkatan Volume Penjualan Home Industry Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas (Studi Kasus Di Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas)*. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Hariandja, Marihot Tua Efendi. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Grasindo.
- Herdiansyah, Haris. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humaika.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitati*. Jakarta: Erlangga.
- Irawan. Suparmoko, M. 1992. *Ekonomi Pembangunan Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

- Moleong. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulawan, Jasa Ungguh. 2008. *Manajemen Home Industry: Peluang Usaha Ditengah Krisis*. Yogyakarta: Banyumedia.
- Pearce, J.A., & Robinson, R.B. (2008). *Manajemen Strategis –Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyo, P Eko. 2004. *Jurnal Ekonomi Dengan Judul “Strategi Pemberdayaan Industri Kecil dan Kerajinan Melalui faktor internal dan eksternal”*. Semarang : UNNES.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sirait, Dita Eka Pertiwi. 2019. *Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Limbah Koran Menggunakan Analisis SWOT*. *Jurnal Ilmiah Sains, Teknologi, Ekonomi, Sosial Dan Budaya*. Ejournal.unm.ac.id
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suliyanto. 2011. *Analisis Permasalahan Dan Strategi Pengembangan Batik Banyumas Dan Batik Purbalingga*. *Prosiding Seminar Internasional Dan Call For Papers “Toward Excellent Small Business”*. Ejournal UMY.ac.id.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, Tulus T.H. 2009. *UMKM Di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran: Konsep dan Perkembangan*. Yogyakarta: Andi Offset.