

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Dalam bab ini, kami menjelaskan teori dasar yang menjadi acuan dalam pengembangan penelitian ini. Bab ini terdiri dari beberapa teori yaitu teori strategi, pengembangan usaha, pendapatan, dan perusahaan.

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi merupakan cara yang berhubungan dengan ide atau rencana dalam kegiatan untuk jangka waktu tertentu. Kerja tim, identifikasi faktor pemungkin, efisiensi modal, dan strategi untuk mencapai tujuan secara efektif harus dimasukkan dalam strategi.²⁰

Strategi yaitu ilmu merencanakan serta menentukan arah usaha dengan skala tinggi, mengerahkan seluruh sumber daya perusahaan yang bisa benar-benar menguntungkan, Jhon A. Bryne mengartikan strategi sebagai model yang direncanakan juga ditargetkan secara mendasar, penyediaan sumber daya serta komunikasi dengan pasar, pesaing dan faktor lingkungan.²¹ Pendapat David mengenai strategi adalah rencana terpadu, terintegrasi yang menghubungkan kepentingan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan untuk memastikan tercapainya tujuan inti perusahaan melalui implementasi organisasi yang baik.²²

Strategi tersebut terdiri dari dua komponen: integrasi dan koordinasi, keduanya dimaksudkan untuk meningkatkan kompetensi internal dan daya saing. Strategi layanan pelanggan yang didasarkan pada strategi bisnis yang sehat dan margin keuntungan yang tinggi merupakan metode untuk meningkatkan kompetensi internal, yang lebih penting dari sebelumnya untuk mencapai tingkat kesuksesan yang diinginkan.²³

²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), 3.

²¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), 29.

²² David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 14.

²³ Hitt Michael, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Erlangga, 1997), 137.

Strategi ini termasuk salah satu strategi terpadu dan terkoordinasi untuk tujuan meningkatkan kompetensi internal dan meningkatkan daya saing. Sebagai hasil dari fakta bahwa itu didasarkan pada strategi dan profitabilitas sehari-hari, strategi ini adalah cara bagi perusahaan untuk menggunakan keahliannya sendiri untuk melayani pelanggannya dengan nyaman dan menggunakan kesempatan yang tersedia saat itu.

Throat menyimpulkan bahwa inti dari strategi adalah bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, eksis di benak konsumen, tampil beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, berspesialisasi dan di benak para ahli menjadi sederhana. kata-kata , menetapkan nada kepemimpinan dan memahami realitas pasar terlebih dahulu, kesempurnaan kedua.²⁴

Strategi menggambarkan pandangan yang diambil perusahaan untuk menggapai kepentingannya. Perusahaan menggunakan strateginya dengan cara menggabungkan kompetensi inti dengan peluang industri. Kebijakan bisa didapatkan dalam dua tingkatan, meliputi kebijakan untuk seluruh organisasi dan kebijakan untuk unit bisnis organisasi.²⁵

Strategi merupakan faktor kunci dalam mencapai kesuksesan dalam bisnis. Orang yang mencari strategi teruji dan benar untuk mencapai tujuan mereka adalah orang yang harus menggunakan bisnis. Strategi bisnis diterapkan pada kondisi eksisting, dan lingkungan bisnis. Strategi didefinisikan sebagai upaya menyeluruh untuk mencapai tujuan dan mengarah pada pengembangan pemasaran terperinci.²⁶

b. Unsur Strategi

Ketika sebuah organisasi memiliki strategi, maka strategi tersebut harus mengandung unsur-unsur. Strategi terdiri dari lima unsur, yaitu:

- 1) Tempat perusahaan tersebut selalu aktif dalam pelaksanaan kegiatannya. Objek ini disebut juga arena aksi. Pusat kegiatan atau Arena adalah area (produk, layanan, saluran distribusi, pasar geografis, dll) di

²⁴ Hasan, *Marketing Bank Syariah*, 29.

²⁵ Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 6.

²⁶ Philip Kotler, *Marketing Management* (Jakarta: Pren Hallindo, 1997), 8.

mana perusahaan bergerak. Arena ini dirancang agar lebih mudah digunakan keputusan strategis rakyat, di mana perusahaan akan bekerja.

- 2) Cara kita memasuki arena yaitu melalui penggunaan kendaraan atau kendaraan. Kendaraan atau kendaraan yang diperlukan untuk mendapatkan mencapai daerah tujuan. Elemen ini harus dipertimbangkan untuk membuat keputusan Ahli strategi tertarik pada bagaimana kinerja organisasi mencapai daerah tujuan. Ini diperlukan saat menggunakan fasilitas atau kendaraan ini dipertimbangkan tingkat risiko kegagalan saat menggunakan sistem Perpanjangan Risiko dapat terjadi sebagai masuknya pasar tertunda atau jumlah biaya yang tidak terlalu dibutuhkan atau penting, dan kemungkinan risiko kegagalan total.
- 3) Cara kita agar menang di pasar. Diferensiator atau pembeda yang dibuat merupakan bagian dari strategi yang ditetapkan, bagaimana organisasi bisa memenangkan pasar atau membedakan dirinya sendiri, seperti bagaimana organisasi menarik pembeli dalam spektrum yang luas. Pada dunia persaingan, kemenangan merupakan hasil diferensiasi yang dicapai melalui karakteristik barang atau jasa perusahaan berupa nama, individualisasi, keunggulan teknis, harga, kualitas atau mutu dan kehandalan, semua faktor yang dapat berkontribusi dalam persaingan.
- 4) Bagaimana langkah-langkah atau tahapan serta urutan operasi dan kecepatannya. Elemen ini disebut desain level atau *staging and pacing*. Fase-fase rencana atau pementasan menentukan waktu dan tahapan langkah-langkah strategis. Unsur keempat ini menentukan strategi, kecepatan gerakan dan fase utama, pembagian mencapai tujuan atau visi perusahaan. Langkah-langkah pengambilan keputusan ada beberapa faktor yaitu sumber daya, level kepentingan atau urgensi, kredibilitas prestasi dan hak kemenangan awal.
- 5) Tentang hasil diperoleh, melalui logika ekonomi atau keuangan logika. Pemikiran ekonomi adalah konsep yang jelas karena keuntungan berasal dari pendapatan. Apa strategi Tentu saja mereka yang sangat berhasil

atau berhasil memiliki kriteria yang sama ekonomi sebagai dasar untuk menghasilkan keuntungan dibuat.

Strategi disebut sebagai strategi pertumbuhan ketika organisasi secara sadar merancang strategi yang ditujukan guna menumbuhkan kapabilitas, dan sumber daya, yang pada akhirnya mengarah pada sikap usaha baru yang berbeda di masa depan. Organisasi sepenuhnya didefinisikan dan berada dalam tahap pengembangan.

Bryson menjelaskan bahwasannya strategi disebut strategi pemasaran jika digunakan untuk menargetkan jumlah orang yang lebih rendah dari rata-rata. Penerapan strategi ini hanya dapat dilakukan jika ruang kerja yang ditunjuk organisasi eksternal telah ditempati. Bahkan, tambahnya, sistem perencanaan formal bisa dijadikan panduan untuk merancang strategi jenis ini.²⁷

c. Fungsi Strategi

Fungsi strategi terutama untuk memastikan implementasi yang efektif dari strategi yang dikembangkan. Beberapa fungsi harus dijalankan secara bersamaan, seperti:

- 1) Berbagi tujuan (visi) juga dapat diperoleh dengan individu lain. Strategi diartikulasikan sebagai tujuan yang diinginkan dan mengkomunikasikan apa yang dilakukan, siapa yang melakukannya, bagaimana pekerjaan itu dilakukan, untuk siapa itu dilakukan, dan mengapa hasil dari tindakan tersebut mungkin berharga. Untuk menemukan, mengembangkan, dan mengevaluasi alternatif strategis, penting untuk mempertimbangkan perbandingan yang bermakna atau tepat antara kapabilitas organisasi dan faktor lingkungan di mana kapabilitas tersebut dikerahkan.
- 2) Gabungkan atau hubungkan kekuatan perusahaan dengan kemungkinan.
- 3) Manfaatkan atau menikmati kesuksesan dan keberhasilan dengan menjajaki peluang.
- 4) Lebih banyak sumber daya yang diproduksi daripada yang dikonsumsi saat ini. Selain itu, saat mengolah atau menggunakan uang dan sumber daya lainnya, penting agar mereka menghasilkan sumber daya

²⁷ Suwarsono Muhammad, *Strategi Pemerintahan* (Jakarta: Erlangga, 2012), 86.

berwujud, tidak hanya penghasilan tetapi juga reputasi, keterlibatan tenaga kerja, citra merek, juga perkembangan tidak berwujud lainnya.

- 5) Membentuk serta membimbing kegiatan perusahaan ke depan. Strategi bertujuan untuk mempersiapkan keputusan yang tepat dan sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi.
- 6) Terus-menerus merespons dan bereaksi terhadap situasi baru. Proses berkelanjutan untuk menemukan makna serta tujuan dalam mewujudkan dan memanfaatkan sumber daya dan membimbing kegiatan pendukung.²⁸

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian pengembangan Usaha

Pengembangan suatu usaha 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.²⁹

Menurut Mulyadi Nitisusantoro, 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.³⁰

Dari penjelasan di atas, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut, baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan

²⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 5-8.

²⁹ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 66.

³⁰ Mulyadi Nitisusantoro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 271.

bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas.

b. Faktor Pengembangan Usaha

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi berhasil tidaknya berwirausaha. Menurut David Bang, faktor pertumbuhan dan kesuksesan sebuah perusahaan bukan hanya tenaga kerja seorang wirausahawan, tetapi juga kecerdasan yang ia terapkan, rencanakan, dan terapkan strateginya. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha antara lain:

1) Peluang

Peluang bisa disebut keberuntungan. Dengan maksud lain, peluang merupakan sebuah kesempatan yang dapat dipergunakan guna memperoleh suatu hal yang didambakan. Lingkupan bisnis memerlukan sebuah kesempatan yang dapat mendorong kemajuan suatu bisnis.³¹ Oleh karenanya, seorang wirausahawan dituntut dapat menemukan dan membangun serta menciptakan peluang yang sesuai bagi bisnisnya.

Peluang bisnis diharuskan selaras dengan keterampilan kewirausahaan. Oleh sebab itu, seorang wirausahawan bukan hanya diwajibkan mampu membentuk kesempatan yang dinamis, namun harus mampu membentuk kesempatan bisnis yang berkelanjutan. Berdasar hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kesempatan yang baik adalah seperangkat keterampilan wirausaha, komersial, dan komersial yang solid. Peluang bisnis dibangun atas unsur kondisi transportasi, persaingan, wilayah, dan keadaan penduduk diwilayah dibangunnya bisnis.

Berdasar hal diatas, peluang dapat memberikan pengaruh terhadap kemajuan usaha. Karena adanya peluang bisnis yang baik dan berdasarkan kompetensi yang dibangun antara pengusaha dan pasar, hal ini akan memudahkan pengembangan usaha.

2) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan hal yang paling penting, baik itu suatu lembaga maupun perusahaan tidak dapat berjalan tanpa adanya organisasi. Sumber

³¹ Suryana, *Kewirausahaan "Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses"*,, 56.

daya insani adalah kunci guna menentukan kemajuan perusahaan.³²

Seluruh organisasi bisnis tentunya memerlukan sumber daya yang berkualitas, berkompeten serta memiliki kemampuan guna memenuhi tujuan organisasi. Perusahaan dengan kualitas dan kompetensi yang tinggi akan menciptakan daya saing organisasi perusahaan semakin tinggi.

Mudjiarto mengemukakan bahwa “tumbuhnya indikator suatu bisnis adalah ketika bisnis tersebut berada: a) penambahan jumlah karyawan dalam perusahaan, sejak awal berdirinya usaha; b) Memiliki karyawan yang berkualitas, handal, dan bertanggung jawab; c) SDM bekerja sesuai dengan rencana dan tujuan yang diperlukan (*quality control*)”³³

Oleh karenanya, Sumber daya yang dimiliki perusahaan akan berpengaruh terhadap kemajuan suatu bisnis. Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan salah satu hal yang digunakan guna mencapai pertumbuhan bisnis. Berdasar pada hal tersebut, Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh perusahaan merupakan hal yang tidak terpisahkan untuk kemajuan suatu bisnis.

3) Laporan Keuangan dan Administrasi

Korelasi keuangan serta administrasi yang sesuai adalah hal yang mampu mendorong kemajuan suatu bisnis. Melalui informasi dari *annual reporting* serta arsip administrasi dapat membantu pengusaha untuk merumuskan dan menciptakan kebijakan yang tepat, sesuai dan sistematis bagi perusahaan.

Transaksi keuangan dan administrasi yang dipertanyakan dianggap sebagai hambatan utama bagi pengembangan bisnis. Padahal, laporan keuangan dan manajemen menjadi acuan utama calon investor atau pemegang sumber pendanaan saat mengajukan kredit atau modal ventura.

Setiap perusahaan diharuskan menyusun laporan keuangan maupun administrasi yang baik karena

³² Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan*,, 34.

³³ Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 148.

laporan tersebut akan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya probabilitas suatu perusahaan.³⁴ Dalam mengukur keberhasilan hubungan keuangan dan administrasi, beberapa elemen harus diperhatikan, diantaranya awal mula perolehan modal, bentuk dan cara modal disalurkan, laporan administrasi, penilaian akuntansi, pembayaran, serta catatan pembelian dan penjualan.

David Bang menyatakan bahwa tanpa adanya sebuah laporan, dokumentasi, pengumpulan, dan agregasi data administrasi serta keuangan yang tepat, strategi, perencanaan, dan arahan bisnis tidak akan berfungsi sebagaimana mestinya karena hanya didasarkan pada pemikiran bisnis. Kondisi ini sangat berbahaya dan akan menghambat keberhasilan berwirausaha.³⁵ Berdasarkan pembahasan di atas, dapat memahami bahwa pelaporan keuangan dan administrasi merupakan elemen penting yang dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis.

4) Organisasi

Manajemen atau organisasi merupakan sekumpulan manusia yang saling membantu dan mendukung dalam menggapai tujuan yang sama. Guna memperoleh perkembangan perusahaan, maka diwajibkan adanya struktur manajemen yang jelas dalam suatu perusahaan guna melakukan tugasnya masing-masing. Manajemen organisasi menyediakan struktur dan tata letak untuk mewujudkan pola hubungan yang mapan antara fungsi, bagian, atau lokasi.³⁶

Kelengkapan manajemen dan divisi perusahaan bergantung dengan skala lingkup perusahaan yang diperkenalkan. Skala lingkup suatu bisnis berbanding lurus dengan organisasinya.³⁷ Sehingga semakin

³⁴ Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*,,156.

³⁵ Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 50.

³⁶ Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*,,119.

³⁷ Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*,, 101.

sempit ruang lingkup bisnis, maka struktur organisasi akan semakin kecil dan sebaliknya. Struktur organisasi adalah hal yang tidak boleh terlewatkan dalam suatu organisasi karena memiliki struktur organisasi akan memperjelas job desk masing-masing.

Beberapa hal yang dilakukan seorang pegawai ketika ada struktur manajemen diantaranya: 1) bentuk pekerjaan yang harus dikerjakan; 2) batasan pekerjaan dan hal yang berkaitan dengannya; 3) korelasi antar pegawai; 4) membentuk ikatan yang imbang namun sangat rekat.

Hendro juga mengemukakan bahwa: “Struktur organisasi merupakan salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan dan keberhasilan suatu perusahaan karena: a) terdapat jalur komunikasi antara karyawan dan manajer; b) Sistem akuntabilitas yang jelas; c) Definisi varian pekerjaan (job description); d) hubungan yang jelas antar karyawan; e) pengetahuan tentang tanggung jawab setiap karyawan; dan f) menciptakan keteraturan dalam bekerja”.³⁸

5) Perencanaan

Planning dimaknai referensi yang dapat mendorong untuk menggapai tujuan. Perencanaan merupakan sekumpulan langkah dan kegiatan guna memastikan hal apa yang dapat dan harus diperoleh dikemudian waktu. Seringnya meremehkan atau melupakan pentingnya sebuah *planning* menjadi *problem* yang umum ditemukan dalam awal pembentukan Usaha Kecil Menengah.³⁹ Banyak perusahaan kecil yang tidak membuat perencanaan usaha dan rencana untuk menghadapi keadaan darurat, dalam bisnis hal tersebut dapat mengantarkan usaha pada kegagalan.

Musrofi mengatakan bahwa “perusahaan sangat perlu memiliki visi bisnis. Banyak perusahaan kecil dan menengah tidak pernah mengetahui visi perusahaan yang sedang berkembang, visi ini harus

³⁸ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 47.

³⁹ Kristiningsih dan Adrianto Trimarjono, *Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah*, ” The 7th NCFB and Doctoral Colloquium, 2014, 9.

disertai dengan rencana jangka panjang perusahaan. Rencana bisnis (*business plan*) yang formal dan tertulis adalah alat yang tepat untuk mengendalikan bisnis dan menghentikan gangguan kewirausahaan”.⁴⁰

Ketika bekerja tanpa rencana, sama saja tidak memiliki tujuan yang jelas. Oleh karena itu, perencanaan merupakan faktor bisnis yang penting. Yuyun dan Kartib: “Faktor desain penting untuk pengembangan perusahaan jika: a) memiliki visi proyek, misi, strategi jangka panjang dan strategi jangka pendek; b) Apakah memiliki rencana pemasaran? c) memiliki rencana produk; dan d) memiliki rencana jumlah produk yang akan dijual.”⁴¹

Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa perencanaan merupakan salah satu faktor pendorong perkembangan usaha dan dapat meningkatkan kemampuan manajemen untuk mengembangkan usaha. Orientasi lokasi, perencanaan tempat kerja, sumber bahan baku, dan perencanaan praproduksi, antara lain, dipertimbangkan dalam perencanaan bisnis. Dari berbagai hal tersebut, kita bisa melihat bahwa faktor desain memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan bisnis”.

6) Pengelolaan Usaha

Manajemen bisnis merupakan administrasi dan pengelolaan aktivitas bisnis yang dilakukan menggunakan semua kegiatan guna menggapai tujuan.⁴² Manajemen adalah hal krusial dalam pengembangan bisnis, manajemen bertujuan untuk menghasilkan produk yang baik.

Berikut merupakan indikator yang diperlukan oleh setiap pengusaha,⁴³ yaitu:

- a) Kualitas yang meliputi kualitas produk, operasi serta kualitas pelayanan.
- b) Waktu yang meliputi waktu tunggu produk, tenaga kerja dan perbaikan kualitas produk.

⁴⁰ Muhammad Musrofi, *Kunci Sukses Berwirausaha* (Jakarta: PT Alex Medi Komputindo, 2004), 23.

⁴¹ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan*,,76.

⁴² Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan*,, 26.

⁴³ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*,,50.

c) Biaya yang meliputi biaya kualitas dan harganya. Ketiga indikator tersebut yaitu kualitas, waktu dan biaya harus dilaksanakan secara berkelanjutan agar sejalan dengan sasaran organisasi. Atas dasar ini, faktor ekonomi mempengaruhi perkembangan usaha. Kemampuan mengelola bisnis dengan bijak dapat membantu menghasilkan produk dengan kualitas yang maksimal serta ketepatan waktu produksi yang akan membentuk kepuasan customer.

7) Pemasaran dan Penjualan

Pemasaran adalah kegiatan utama yang dikerjakan oleh pengusaha dalam bisnis mereka guna mempertahankan profitabilitas bisnis, mengembangkan bisnis mereka dan menghasilkan keuntungan. Keberhasilan atau kegagalan dalam mencapai tujuan bergantung pada keterampilan dan pengalaman pemasaran.

Esensi ekonomi adalah jasa dan pelayanan, yang berarti bahwa terlepas dari bentuk perusahaan, struktur perusahaan dan orientasi perusahaan, harus dianggap sebagai perusahaan yang berorientasi pada layanan, karena barang atau jasa yang dihasilkan dengan demikian disampaikan kepada konsumen. Apa produsen lakukan adalah bekerja.⁴⁴

Produsen harus bisa memberikan *value* pada produk yang dibuatnya dalam strategi pemasarannya. Sangat penting untuk mendapatkan perhatian pasar. Oleh karenanya, kompetisi yang terbentuk tidaklah kompetisi kemasan produk, melainkan kompetisi guna memberikan nilai lebih pada produk dibandingkan produk pesaing.

Ketika ingin mencapai tujuan, harus memiliki strategi pemasaran, yang paling penting adalah alat perencanaan di perusahaan dengan arahan langsung untuk kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan usaha.⁴⁵ Berikut merupakan indikator strategi marketing, yakni:⁴⁶

⁴⁴ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*,,380.

⁴⁵ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan*,,75.

⁴⁶ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*,,381-382.

- a) Bukan hanya berorientasi penjualan, namun berlandaskan pada *value* produk di pasaran. Oleh karenanya, produsen dituntut mampu:
 - (1) Menaikan penilaian pelanggan akan *value* produk;
 - (2) Memanfaatkan keajaiban *advertising* atau iklan guna mengenalkan brand melalui penerapan strategi komunikasi yang mudah dipahami;
 - (3) Menarik simpati customer pada produk yang dipasarkan.
- b) Membenruk keajaiban brand melalui diferensiasi strategi dengan memperhatikan *marketing mix*, yaitu:
 - (1) Produk (*product*), yang berfokus pada kegiatan marketing. Seluruh aktivitas pemasaran lainnya dimaksudkan guna mendukung pemasaran produk. Harus diingat bahwa tidak peduli seberapa keras mencoba mempromosikan distribusi dan harga yang baik, upaya pemasaran tidak akan berhasil kecuali jika diikuti oleh kualitas produk dan ketidaksetujuan konsumen. Oleh karena itu, kualitas produk yang dijual sesuai dengan selera konsumen memerlukan perhatian yang serius.
- c) Tempat, Sebelum produsen membawa produknya ke pasar, diperlukan adanya rencana distribusi . Dalam hal ini perantara penjualan sangat penting, karena pedagang selalu bisa berpaling ke customer. Pihak ketiga dapat bertindak sebagai perantara pembelian yang baik bagi konsumen, seperti toko, kios dan lain-lain.
- d) Harga. Penetapan harga yang wajar sebanding dengan kualitas barang akan mempengaruhi pemasaran.
- e) Promosi (*promotion*) tidak dapat dipisahkan antara promosi dan produk, keduanya saling mempengaruhi dalam keberhasilan pemasaran. Dengan kata lain, harus ada keseimbangan, produk bagus yang sesuai dengan selera konsumen, dikombinasikan dengan teknik

periklanan dengan cara dan gaya yang berbeda, memberikan kontribusi yang signifikan bagi keberhasilan kegiatan pemasaran.⁴⁷

Dengan menggunakan beberapa metrik di atas, Anda dapat memahami bahwa faktor strategi pemasaran penting untuk pengembangan bisnis dengan melihat enam poin utama, yaitu relevansi periklanan, rencana pemasaran, anggaran yang digunakan untuk promosi, implementasi pemasaran, upaya peningkatan penjualan dan area pemasaran. Karena tanpa pemasaran yang baik, perkembangan bisnis terhambat.

8) Faktor Bantuan Pemerintah

Pemerintah adalah kekuasaan tertinggi dalam suatu negara dimana membuat dan menerapkan hukum - hukum. Dengan kata lain, pemerintah adalah sekelompok orang yang diberdayakan untuk menjalankan kekuasaan tertinggi di suatu negara, yang membedakan pemerintah dari entitas komersial.

Selain itu, banyak pemerintah di seluruh dunia menaruh perhatian pada pengembangan UKM untuk meningkatkan ketahanan ekonomi. Pemerintah Indonesia telah melaksanakan banyak program melalui koperasi dan usaha kecil dan menengah untuk mendorong perkembangan UKM. Dengan kata lain, pemerintah memberikan dukungan untuk mendorong pertumbuhan UKM.⁴⁸

Menurut Hendro, faktor bantuan negara berdampak karena: “Faktor ini berdampak karena kegiatan ekonomi terkait dengan: a) peraturan negara bagian dan lokal seperti pajak; b) legalitas dan lisensi; dan (c) dukungan pemerintah untuk bisnis.⁴⁹

Program-program pemerintah ini telah terbukti secara signifikan merangsang perkembangan UKM. Oleh karena itu, dukungan pemerintah sangat

⁴⁷ Buchari Alma, *Kewirausahaan*,,202-205.

⁴⁸ Muhammad Musrofi, *Kunci Sukses Berwirausaha*,,25.

⁴⁹ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*,,50.

diperlukan untuk mempercepat pengembangan usaha.⁵⁰

c. Prinsip Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi islam menurut Umar Chapra adalah sebagai suatu cabang pengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui suatu alokasi dan distribusi sumber daya alam yang langkah yang sesuai dengan maqashid, tanpa mengekang kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan makro ekonomi dan ekologi yang berkesinambungan, membentuk solidaritas keluarga, social dan jaringan moral masyarakat.⁵¹

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Sebagaimana dikutip oleh Mardani “*Hukum Bisnis Syariah*” menurut Dr. Yusuf Qardhawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalfahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta danmendapatkannya dengan bekerja. Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaf: 49: 19:

﴿وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ تَمَّا عَمِلُوا ۗ وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يَظْلَمُونَ﴾^{١٩}

Artinya: “Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.⁵²

⁵⁰ Siti Nurpuji Rahayu, “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat)” (IAIN METRO, 2017), 17-28.

⁵¹ M. Nur RIanto Al Arif, *Teori Makro Ekonomi Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 6.

⁵² Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), 19.

Dalam surat tersebut, orang-orang islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba. Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pembisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut memiliki sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh.⁵³

1) Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

2) Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pembisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non materiil (mendapat ridha dari Allah SWT).

3) Profesional

Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindari dari resiko.

4) Silaturahmi

Silaturahmi merupakan jembatan yang menghubungkan pembisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon

⁵³ Ma'rufAbdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, (Banjarmasin: Antasari Perss, 2011), 40.

pelanggannya (future market), dan bahkan dengan kompetitornya.

5) Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Dzariyat (51):56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya: “Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku”.

6) Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh

Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh hendaknya menjadi budaya pebisnis syariah. Menurut ajaran islam harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkan menjadi tabungan kita yang akan dilipat gandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga menyuburkan bisnis kita.⁵⁴ Sebagaimana Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah ayat (2): 261 :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui”.

3. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan

⁵⁴ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah ...*, 41.

prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.⁵⁵

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.⁵⁶

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.⁵⁷

Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah arus kas masuk yang berasal dari kegiatan normal perusahaan dalam penciptaan barang atau jasa yang mengakibatkan kenaikan aktiva dan penurunan kewajiban. Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:⁵⁸

⁵⁵ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006), 47.

⁵⁶ Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 132.

⁵⁷ Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.

⁵⁸ Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 150.

- 1) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- 2) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.⁵⁹

b. Sumber – sumber pendapatan

Sumber dan jenis pendapatan merupakan suatu unsur yang perlu mendapat perhatian penting sebelum membahas masalah pengakuan dan pengukuran pendapatan lebih lanjut. Kesalahan dalam menentukan sumber dan jenis pendapatan yang kurang tepat dapat mempengaruhi besarnya pendapatan yang akan diperoleh dan berhubungan erat dengan masalah pengukuran pendapatan tersebut.

Dalam membahas masalah pendapatan, pengakuan pendapatan tidak akan terlepas dari sumber dan jenis pendapatan yang akan diperoleh. Pada dasarnya pendapatan timbul dari penjualan barang atau penyerahan jasa kepada pihak lain dalam periode akuntansi tertentu. Bentuk-bentuk yang akan diterima perusahaan dapat bermacam-macam tergantung dari mana proses terjadinya pendapatan itu sendiri. Untuk pendapatan yang timbul dari proses penjualan barang dagangan dan penyerahan jasa, perusahaan dapat menerima imbalan berupa arus masuk bruto yang dapat berupa kas atau setara kas.

⁵⁹ Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.

Sedangkan pendapatan yang timbul dari pengakuan aktiva perusahaan oleh pihak lain akan menimbulkan sejumlah pendapatan yang akan diperoleh perusahaan dalam bentuk:

- 1) Bunga: pembebanan untuk penggunaan kas atau setara kas, atau jumlah terutang kepada perusahaan.
- 2) Royalty: pembebanan untuk penggunaan aktiva jangka panjang perusahaan, misal merek, paten, dan lain-lain.
- 3) Deviden: distribusi laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi mereka dari jenis modal tertentu.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sumber pendapatan dapat meliputi semua hasil yang diperoleh dari kegiatan perusahaan. Menurut Soeratno, suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar harus mempunyai pendapatan yang memadai. Pendapatan diperoleh dari beberapa sumber yaitu:⁶⁰

- 1) Pendapatan intern Yaitu pendapatan yang diperoleh dari para anggota atau dari pemegang saham (modal awal) atau semua yang bersangkutan dengan dalam perusahaan itu sendiri.
- 2) Pendapatan ekstern Yaitu pendapatan yang diperoleh dari pihak luar yang berperan atau tidaknya kelancaran kegiatan perusahaan. pendapatan ini juga bisa berasal dari bunga bank dan lain-lain.
- 3) Hasil usaha Yaitu pendapatan yang diperoleh perusahaan dari hasil aktivitas atau kegiatan perusahaan seperti pendapatan jasa dari aktivitas yang dilakukan.

c. Pendapatan dalam ekonomi islam

Manusia merupakan khalifah Allah Swt. di muka bumi. Allah Swt. telah menundukkan alam semesta ini untuk kepentingan manusia. Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu dengan bekerja. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja.

⁶⁰ Soeratno, *Teori Ekonomi dan Penerapannya*, (Jakarta: PT Gramedia, 2007), 347.

Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT menerangkan tentang sebagai karunia dari-Nya. Allah SWT menerangkan tentang harta sebagai karunia dari-Nya dan memerintahkan kepada manusia untuk bekerja dan berusaha.⁶¹ Dalam Islam, bekerja dinilai sebagai suatu kebaikan dan sebaliknya kemalasan dinilai sebagai keburukan.

Menurut Dr. Yusuf Qardawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci had jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, memenuhi kebutuhan keluarganya dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja.⁶²

Banyak ayat al-qur'an yang memerintahkan dan menjelaskan tentang bekerja, di antaranya terdapat pada surat Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأَذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranah kamu dib muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung”

Selain itu, perintah bekerja di dalam al-qur'an juga terdapat pada surat An-Nisa ayat 29:

⁶¹ Muhammad Mahmud Bably, *Kedudukan Harta Menurut Pandangan Islam*, (Jakarta: Kaam Mulia, cet. 2, 1999), 39.

⁶² Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2014), 75.

يَأْيُهَا الَّذِينَ ءَاكُنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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.”

Ekonomi Islam harus mampu menyediakan suatu cara untuk mengukur kesejahteraan ekonomi dan kesejahteraan sosial berdasarkan sistem moral dan sosial Islam. Sementara itu, untuk mengukur pendapatan nasional berdasarkan Ekonomi Islam, terdapat 4 tingkat keberhasilan perekonomian yaitu:⁶³

- 1) Pendapatan nasional harus dapat mengukur penyebaran pendapatan individu rumah tangga

Penghitungan pendapatan nasional Islami harus dapat mengenali penyebaran alamiah dari output-output perkapita tersebut karena disinilah nilai-nilai sosial dan ekonomi Islam bisa masuk. Jika penyebaran pendapatan individu secara nasional bisa dideteksi secara akurat, maka akan dengan mudah dikenali seberapa besar rakyat yang masih hidup di bawah garis kemiskinan.

- 2) Pendapatan nasional harus dapat mengukur produksi di sektor pedesaan

Tidak mudah untuk mengukur secara akurat produksi komoditas subsisten namun juga perlu satu kesepakatan untuk memasukkan angka produksi komoditas yang dikelola dari hasil produksi subsistem tersebut harus masuk ke dalam pendapatan nasional khususnya pangan.

- 3) Pendapatan nasional harus dapat mengukur kesejahteraan ekonomi Islam

Angka rata-rata tidak menyediakan informasi yang cukup untuk mengukur kesejahteraan yang

⁶³ Nurul Huda dkk, *Ekonomi Makro Islam*, (Jakarta: Kencana, 2008), 29.

sesungguhnya. Sangat penting untuk mengekspresikan kebutuhan efektif dan kebutuhan dasar akan barang dan jasa sebagai persentasi total konsumsi. Hal tersebut perlu dilakukan karena kemampuan untuk menyediakan kebutuhan dasar seperti pangan, perumahan, pelayanan kesehatan, pendidikan, air bersih, rekreasi dan pelayanan publik lainnya sesungguhnya bisa menjadi ukuran bagaimana tingkat kesejahteraan dari suatu negara.

- 4) Penghitungan pendapatan nasional sebagai ukuran dan kesejahteraan nasional Islam melalui pendugaan nilai santunan antar saudara dan sedekah

GNP adalah ukuran moneter dan tidak memasukkan transfer payment seperti sedekah. Namun harus disadari bahwa sedekah memiliki peranan yang signifikan di dalam masyarakat Islam. Ini bukanlah sekedar pemberian memiliki peran yang signifikan kepada orang lain, namun merupakan bagian dari kepatuhan dalam menjalankan kehidupan beragama.

4. Perusahaan

a. Pengertian Perusahaan

Rumusan tentang perusahaan awalnya dijabarkan dalam penjelasan Undang-Undang (Memorie van Toelichting) dan pendapat para ahli. Dalam penjelasan pembentuk Undang-Undang disebutkan perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara tidak terputus-putus, terang-terangan, dalam kedudukan tertentu mencari laba.

Molengraaff mengemukakan perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus bertindak keluar mendapatkan penghasilan, memperdagangkan barang, menyerahkan barang, mengadakan perjanjian perdagangan.⁶⁴

Pengertian perusahaan menurut Molengraaff tidak menekankan perusahaan sebagai sebuah badan usaha, melainkan hanya menyebutkan perusahaan sebagai sebuah kegiatan atau hanya terkhusus pada jenis usaha saja. Walaupun dalam pengertian tersebut telah memiliki aspek

⁶⁴ Abdul R. Salaiman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan*, (Jakarta: Kencana, 2005), 90.

hukum perusahaan yaitu berupa perjanjian dengan pihak lain.

Sedangkan pengertian perusahaan menurut Polak berpendapat bahwa suatu perusahaan baru ada apabila sebelumnya memperhitungkannya terlebih dahulu mengenai rugi dan labanya serta mencatatnya kedalam suatu pembukuan.⁶⁵

Definisi mengenai perusahaan secara jelas menurut hukum untuk pertama kali dirumuskan di dalam Pasal 1 huruf (b) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan yang ditentukan sebagai berikut: Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.⁶⁶

Selain itu, terdapat juga definisi perusahaan menurut Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan yang berbunyi: "Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia". Kedua definisi perusahaan menurut Undang-Undang tersebut mengatur tidak hanya jenis usaha yang berupa kegiatan ekonomi, tetapi juga telah mengatur mengenai bentuk usaha yang berwujud badan usaha yang didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

Menurut Undang-Undang yang berlaku, perusahaan dianggap ada jika kegiatan dalam bidang ekonomi yang dilakukan terus-menerus dan terang-terangan, terhadap pihak ketiga, dengan maksud untuk mendapat keuntungan di dalam wujud sebuah badan usaha atau wajib untuk memiliki suatu bentuk usaha.

⁶⁵ Sutantya R. Hadhiusuma dan Sumantoro, *Pengertian Pokok Hukum Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1991), 4.

⁶⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982

Berdasarkan defenisi perusahaan yang sudah dikemukakan diatas, Totok Mardikanto merumuskan bahwa dalam pengertian perusahaan tercakup 2 (dua) hal pokok yakni: Pertama, bentuk usaha berupa organisasi atau badan usaha. Kedua, jenis usaha berupa kegiatan dalam bidang perekonomian yang dilakukan secara terus-menerus oleh pengusaha untuk memperoleh keuntungan atau laba.⁶⁷

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Studi ilmiah sebelumnya telah dilakukan untuk menetapkan batas waktu studi yang ada dan untuk membuat daftar hasil studi sehingga Anda tahu bagian mana yang belum dipelajari oleh orang lain dan berbeda dengan studi yang sedang dilakukan. Berikut adalah hasil dari beberapa penelitian sebelumnya:

Tabel 2.1
Perbedaan penelitian terdahulu

No	Nama peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Hilma Yuniar Widya Ningrum, dan Deden Gandana Madjakusumah (2022)	Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan	Persoalan yang dibahas pada penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang strategi pengembangan bisnis. Dalam metode penelitiannya,	Perbedaan dari penelitian ini adalah lokasi penelitian dan tujuan penelitian, tahun penelitian, objek penelitian dan hasil penelitian, dalam penelitian ini yaitu strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT guna peningkatan penjualan pada

⁶⁷ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 7.

		Babakan Ciparay. ⁶⁸	keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif.	<i>Home Industry Amanah Jaya Mandiri.</i> Meskipun penelitian yang akan peneliti lakukan adalah strategi pengembangan home industry dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga.
2.	Vina Nurrachmawati, Widi Artini, dan Tutut Dwi Sutiknjo (2022 (Vina Nurrachmawati, 2022))	Strategi Pengembangan Home Industri Kerupuk Sadariah (Studi Kasus :Di Perusahaan Kerupuk Sadariah Jaya,Ibu Munawaroh). ⁶⁹	Persoalan yang dibahas pada penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang strategi pengembangan bisnis. Dalam metode penelitiannya, keduanya menggunakan	Perbedaanya terletak pada tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, topik penelitian dan hasil penelitian. Tentang penelitian terdahulu yaitu strategi mengembangkan agroindustry kerupuk sadariah berdasarkan analisis SWOT. Sedangkan

⁶⁸ Hilma Yuniar Widya Ningrum and Deden Gandana Madjakusumah, “Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri Di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay,” *Jurnal Riset Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2022): 29–34.

⁶⁹ Vina Nurrachmawati, Widi Artini, and Tutut Dwi Sutiknjo, “, Strategi Pengembangan Home Industri Kerupuk Sadariah (Studi Kasus : Di Perusahaan Kerupuk Sadariah Jaya,Ibu Munawaroh),” *Jurnal Ilmiah Pertanian Nasional* 2, no. 2 (2022): 13–20.

			metode penelitian kualitatif.	penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu strategi pengembangan home industry PT. Hakim Cahaya Abadi berdasarkan wawancara dengan informan.
3.	Durisa Delas Agustin, Virna Indri Cahyani, dan Sri Hardianti Sartika (2022)	Strategi Pengembangan Home Industri Hanger Kayu sebagai Peluang Wirausaha industri Kreatif di Desa Nagarakasih. ⁷⁰	Persoalan yang dibahas pada penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang strategi pengembangan bisnis. Dalam metode penelitiannya, keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya terletak pada tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, topik penelitian dan hasil penelitian. Pada penelitian terdahulu yaitu Strategi pemasaran yang diterapkan industri real estate Pak Isman, pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri <i>real estate</i> melalui pembentukan kelompok industri <i>real estate</i> , faktor internal dan

⁷⁰ Durisa Delas Agustin, Virna Indri Cahyani, and Sri Hardianti Sartika, "Strategi Pengembangan Home Industri Hanger Kayu Sebagai Peluang Wirausaha Industri Kreatif Di Desa Nagarakasih," *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 9, no. 1 (2022): 16–22.

				<p>eksternal pendukung pengembangan usaha, peluang wirausaha di bidang industri gantungan kayu industri <i>real estate</i> bidang ini. dari industri kreatif. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu mengenai strategi pengembangan home industry dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga dan peran home industry dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga menurut perspektif Islam.</p>
4.	TITIS DWI SAPUTRI (2022)	<p>Strategi Pengembangan Usaha <i>Home Industry</i> Menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Kopi Khol Di Desa Gumiwang Kecamatan</p>	<p>Persoalan yang dibahas pada penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang strategi pengembangan bisnis. Pada</p>	<p>Perbedaannya terletak pada tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, topik penelitian dan hasil penelitian. Pada penelitian terdahulu tentang strategi pengembangan usaha <i>home</i></p>

		Kejombang Kabupaten Purbalingga). ⁷¹	metode penelitian samasama menggunakan metode penelitian kualitatif.	<i>industry</i> kopi khol menggunakan metode analisis SWOT dan strategi dalam usaha <i>home industry</i> kopi khol. Sedangkan yang ingin penulis teliti yaitu strategi pengembangan <i>home industry</i> dalam menambah penghasilan rumah tangga juga peran <i>home industry</i> dalam menumbuhkan penghasilan rumah tangga menurut perspektif Islam.
5.	Abd. Syukur Lumbessy, Geralda P. Baho Seruny (2022)	Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Wine Nanas Menggunakan Analisis SWOT di Desa Gamtala Kecamatan Jailolo	Persoalan yang dibahas pada penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang strategi pengembangan	Perbedaannya terletak pada metode penelitian, pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sementara peneliti mengaplikasikan metode

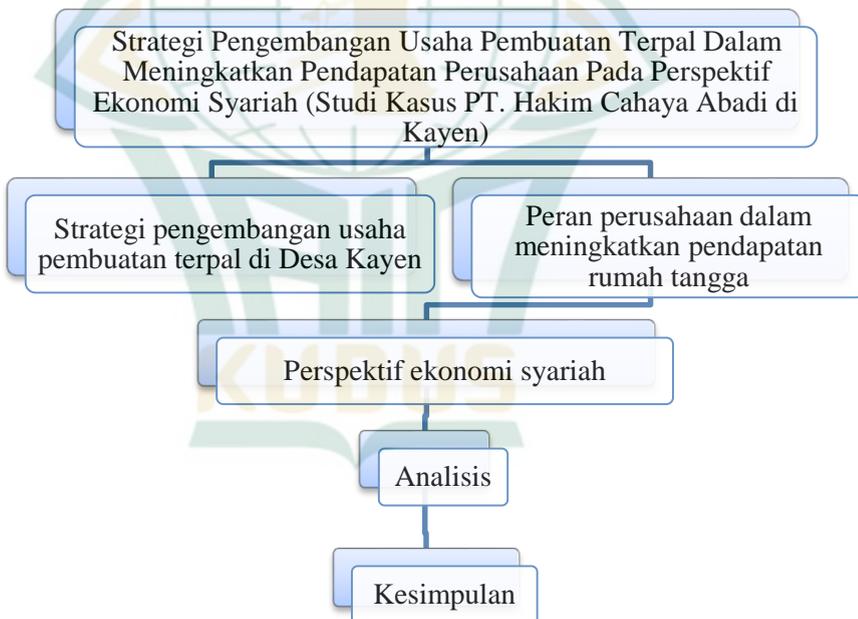
⁷¹ Titis Dwi Saputri, “Strategi Pengembangan Usah Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT(Studi Kasus Kopi Khol Di Desa Gumiwang Kecamatan Kejoombang, Kabupaten Purbalingga)” (UIN Saefuddin Zuhri Purwokerto, 2022), 60.

		Kabupaten Halimahera Barat (2022). ⁷²	n bisnis.	kualitatif, pada tahun penelitian, topik penelitian, serts hasil penelitian.
--	--	---	-----------	--

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan penelitian di lapangan, bahwa PT. Hakim Cahaya Abadi sudah berdiri cukup lama dan sudah memiliki karyawan sebanyak 15 – 50 orang dengan tingkat penjualan yang selalu meningkat setiap tahunnya. Usaha ini memiliki strategi dalam mengembangkan usahanya sehingga berperan aktif dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga. Maka dari itu, peneliti ingin melihat bagaimana strategi usaha pembuatan terpal dalam menumbuhkan ekonomi rumah tangga di desa Kayen tersebut. Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir



⁷² Abd. Syukur Lumbessy, Geralda P., and Baho Seruny, “Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Wine Nanas Menggunakan Analisis SWOT Di Desa Gamtala Kecamatan Jailolo Kabupaten Halimahera Barat,” *Jurnal Unkhair* 2, no. 1 (2022): 106–112.