

## ABSTRAK

**Siti Yuniariyah 1940410058, Strategi Pengembangan *Home Industry* Susu Kedelai Berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang, Skripsi, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam.**

Pertumbuhan industri susu kedelai telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. di Kabupaten Rembang, terdapat potensi besar untuk mengembangkan *home industry* susu kedelai sebagai salah satu upaya pemberdayaan masyarakat di Desa Demaan. Namun masih terdapat tantangan dalam mengoptimalkan potensi ini.

Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana strategi pengembangan *home industry* susu kedelai berbasis pemberdayaan masyarakat di Desa Demaan Kecamatan gunem Kabupaten Rembang. (2) Apa saja faktor penghambat dan pendukung strategi pengembangan *home industry* susu kedelai berbasis pemberdayaan masyarakat di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dengan pemilik *home industry* susu kedelai, karyawan, pedagang atau distributor dan konsumen susu kedelai. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teori analisis dari Milles dan Huberman yang mana terdiri dari tahapan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang menggunakan strategi pemberdayaan aras mikro dan aras mezzo dilakukan dengan cara: *Pertama*, Strategi melalui produk (*product*) menjual produk dalam keadaan baru matang masih hangat, proses produksi menggunakan peralatan manual, pengemasan menggunakan plastik yang di ikat karet, menciptakan varian rasa, menciptakan merek, menggunakan bahan berkualitas tanpa pengawet dan pemanis. *Kedua*, Strategi melalui promosi (*promotion*) memasang merek di setiap kemasan, memberikan *reward* atau hadiah, mengikuti pameran UMKM, dan melakukan penjualan pribadi. *Ketiga*, strategi harga (*price*) sesuai dengan kualitas produk dan wilayah pemasaran. *Keempat*, Strategi distribusi (*place*) yaitu dengan mengantarkan produk langsung ke konsumen. Faktor penghambat dan pendukung dalam pengembangan *home industry* susu kedelai. Faktor pendukung antara lain yaitu bahan baku yang mudah didapat, memiliki banyak varian rasa, citra rasa yang lebih khas, sudah memiliki merek, harga mampu bersaing, pengalaman pemiliknya serta hubungan kerjasama yang baik dengan distributor. Faktor penghambat antara lain yaitu produk tidak tahan lama, belum menggunakan alat produksi canggih, modal yang terbatas, lokasi usaha yang jauh dari pasar, kurangnya pengetahuan memanfaatkan teknologi sebagai pemasaran online, bahan baku yang naik dan persaingan dengan industry yang sama.

**Kata kunci: Strategi Pengembangan, *Home Industry* Susu Kedelai, Pemberdayaan Masyarakat**