

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul

1. Strategi Pengembangan Usaha

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa latin yaitu “*strategia*” yang berarti seni menggunakan rencana untuk mencapai tujuan.¹ Strategi ini awalnya digunakan dalam bidang ketentaraan, namun dengan berjalannya waktu telah digunakan dalam aspek yang berbeda dengan karakteristik yang relatif sama seperti penerapannya dalam kondisi pelatihan inkubasi yang dapat dikenali dengan strategi promosi.²

Definisi pertama yang diberikan oleh Chandler menyatakan, “*Strategi*” adalah tujuan jangka panjang perusahaan serta penggunaan dan alokasi semua sumber daya yang signifikan untuk mencapai tujuannya. Homel dan Prahalad berpendapat bahwa strategi adalah prosedur inkremental (selalu meningkat) yang berkesinambungan dan dilakukan berdasarkan pandangan tentang apa yang diharapkan klien di masa depan. Oleh karena itu, perencanaan strategis selalu dimulai dari "apa yang terjadi" daripada "apa yang tidak terjadi". Kemampuan inti sangat penting untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar baru dan perilaku konsumen. Perusahaan harus menemukan kompetensi inti dalam bisnis mereka.³

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan. Rencana strategis sangat bergantung pada pengaturan untuk mencapai tujuan jangka panjang di masa depan. Karena strategi adalah rencana yang akan terjadi di masa depan dan belum dilaksanakan, itu disebut sebagai bentuk. Namun, jika diimplementasikan maka disebut strategi yang tercapai.

¹ Wahyudi Nur Nasution, *Strategi Pembelajaran*, ed. by Asrul Daulay (Medan: repository.uinsu.ac.id, 2017) <<http://repository.uinsu.ac.id/5094/1/1>. *Strategi Pembelajaran.pdf*>. 3.

² Mardikanto Totok and Sabianto Poerwoko, ‘Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik’, *Bandung: Alfabeta*, 2013. 168.

³ Zumrotul Nur Halimah, *Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Produk Busana Muslim (Studi Kasus Pada Toko Ummi Collection Kabupaten Nganjuk)* (repo.iain-tulungagung.ac.id, 2017) <<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/6668>>. 18

Selain itu, strategi berarti media, yaitu strategi menempatkan produknya di pasar.⁴

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan menjelaskan apa yang telah dicapai, di mana fokus dan bagaimana sumber daya dan Setiap produk pasar akan menerima kegiatan untuk memanfaatkan peluang dan masalah lingkungan dan memperoleh keuntungan keuntungan komparatif. Dalam buku yang berjudul Kewirausahaan, mengemukakan 5P yang mempunyai pengertian yang sama dengan strategi, yaitu:

1) Strategi adalah perencanaan (*plan*)

Strategi merupakan proses membangun kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam pelaksanaan pemasaran namun tidak terlepas dari aspek perencanaan dalam mencapai tujuan. Namun strategi tersebut tidak selalu dilaksanakan dengan metode yang sama karena strategi mengikuti perkembangan zaman. Pengalaman masa lalu juga dapat dijadikan sebagai langkah membangun strategi serupa dengan pola kerja yang telah digunakan sebelumnya.

2) Strategi adalah pola (*pattern*)

Strategi untuk masa depan yang belum diimplementasikan atau strategi yang dimaksudkan dan disebut strategi yang belum terealisasi karena sudah diterapkan oleh perusahaan.

3) Strategi adalah posisi (*position*)

Saat menerapkan *positioning* produk, seorang wirausahawan sebaiknya cenderung melihat pada satu titik fokus di mana suatu produk tertentu dapat ditemukan dan dibeli oleh pelanggan yang telah mereka targetkan sejak awal.

4) Strategi adalah perspektif (*perspective*)

Strategi ini lebih melihat dari sudut pandang internal, atau organisasi.

⁴ Syaeful Bakhti, Aabdul Aziz, and Umi Khulsum, 'Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1 No. (2019) <<https://jurnal.syekhnujrati.ac.id/index.php/dimasejati/article/view/5407>>. 64,

5) Strategi adalah permainan (*play*)

Strategi merupakan suatu gerakan khusus untuk mengalahkan lawan atau pesaing.⁵

Keberhasilan sebuah strategi bergantung pada pemahaman yang baik tentang ide-idenya, serta ide-ide terkait lainnya. Konsep-konsep ini terdiri dari:⁶

- 1) *Distinctive competence* adalah suatu tindakan yang diambil oleh suatu perusahaan untuk menjadi lebih baik daripada para pesaingnya. Perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing dianggap memiliki "*distinctive competence*". Menurut Day dan Wenshey, keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya termasuk dalam definisi kompetensi khusus suatu perusahaan. Kedua komponen ini memberi perusahaan keunggulan atas pesaingnya. Kemampuan untuk menciptakan fungsi sendiri yang lebih efisien daripada pesaing merupakan hasil dari keahlian SDM yang luar biasa. Misalnya menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih tinggi daripada produk pesaing dengan memahami keinginan konsumen secara detail dan program pemasaran harus ditingkatkan dibandingkan dengan program pesaing. Perusahaan dapat mengidentifikasi keinginan pelanggan sehingga dapat membuat strategi pemasaran yang lebih baik daripada pesaingnya.
- 2) *Competitive Advantage* merupakan tindakan khusus yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menjadi lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Strategi yang dipilih perusahaan untuk merebut peluang pasar memberikan keunggulan kompetitif. Menurut Potter, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif melalui tiga strategi yaitu kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus. Jika perusahaan dapat memberikan harga jual yang lebih rendah untuk produk dengan nilai dan kualitas yang sama, mereka dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang lebih besar daripada para pesaingnya. Perusahaan-perusahaan ini dapat mencapai harga jual yang lebih rendah karena mereka mendapat manfaat dari skala ekonomi, efisiensi produk, penggunaan teknologi, akses mudah ke bahan baku, dll. Bisnis juga

⁵ Suryana, *Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba Empat Patria, 2006). 18.

⁶ Zumrotul Nur Halimah, *Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar...*, 18-19.

dapat menerapkan strategi diferensiasi dengan mengaitkan persepsi citra merek dengan nilai-nilai tertentu bagi pelanggannya, seperti persepsi tentang kinerja produk yang unggul, inovasi produk, keunggulan, dan layanan yang lebih baik. Selain itu, untuk mendapatkan keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi pasar dan target pasar yang diharapkan, juga dapat digunakan strategi fokus.

b. Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pembangunan adalah proses, cara dan perbuatan pembangunan.⁷ Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 2002, pembangunan adalah kegiatan ilmiah dan teknologi yang bertujuan untuk mengembangkan teknologi baru atau meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada. Produk pendidikan dikembangkan dan divalidasi melalui proses yang dikenal sebagai pengembangan. Penelitian ini dilakukan dalam langkah-langkah berkala. Langkah-langkah ini termasuk mempelajari hasil penelitian tentang produk yang akan dikembangkan, mengembangkan produk berdasarkan temuan ini, melakukan uji coba di tempat yang akan digunakan produk, dan meninjau hasil uji lapangan.⁸

Pada dasarnya, pengembangan adalah usaha formal untuk pendidikan dan informal yang dilakukan dengan kesadaran, terencana, terfokus, terorganisasi, dan bertanggung jawab untuk menyampaikan, membina, mengarahkan, dan mengembangkan kepribadian inti yang proporsional, sehat, dan berpengetahuan. Kompetensi sesuai dengan kemampuan, bakat, dan keinginan sebagai penilaian atas upaya sendiri untuk meningkatkan, meningkatkan, dan berkembang ke arah harkat, kualitas, kemampuan manusia yang optimal, dan kemandirian.⁹

Pengembangan adalah sistem instruksional yang bertujuan untuk membantu siswa dalam belajar. Sistem ini terdiri dari rangkaian peristiwa yang bertujuan untuk mempengaruhi dan mendukung proses belajar internal, serta

⁷ *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, 2014).

⁸ Punaji Setyosari, 'Metode Penelitian Pengembangan', *Jakarta: Kencana*, 2013. 222.

⁹ Punaji Setyosari, 'Metode Penelitian Pengembangan...', 223.

segala upaya yang dengan sengaja menciptakan keadaan yang memungkinkan tercapainya tujuan pembelajaran.¹⁰

Dengan berbagai perspektif para ahli saat ini, dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah usaha yang dilakukan secara sadar, terencana, dan terarah untuk mencapai atau meningkatkan, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk peningkatan, dukungan, dan peningkatan kualitas untuk menciptakan kualitas yang lebih baik.

Usaha adalah aktivitas yang dilakukan secara rutin dan konsisten dengan tujuan mencapai keuntungan. Usaha ini dapat dilakukan oleh orang atau badan usaha yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan beroperasi di suatu negara. Dunia usaha yang menghasilkan barang dan jasa dapat membantu keberadaan dunia usaha dalam memenuhi kebutuhan manusia. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan usaha sebagai suatu tindakan yang menggunakan tenaga pikiran atau badan untuk mencapai suatu tujuan..

Pengembangan usaha adalah proses meningkatkan pekerjaan saat ini dan yang akan datang dengan memperluas usaha, meningkatkan produksi kegiatan ekonomi baik dari segi kualitas maupun volume, serta meningkatkan pikiran, tenaga, dan fisik untuk mencapai tujuan tertentu. Seseorang dapat menggunakan strategi berikut untuk mengembangkan bisnisnya untuk bisnisnya:¹¹

1) Strategi Produk

Strategi produk adalah upaya untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan atau mengubah jasa yang sudah ada. Strategi produk tidak hanya berkaitan dengan produk itu sendiri, tetapi juga dengan merek, label, dan atribut lainnya..

Menghadapi berbagai tantangan suatu perusahaan harus mempunyai strategi. Menurut Philip Coulter, dalam pengembangan produk, ada tiga jenis pendekatan, yaitu:

¹⁰ Sukiman, 'Pengembangan E-Book Interaktif Untuk Mendukung Pembelajaran Daring Pada Mata Kuliah Penelitian Sastra', *Education & Learning*, 2022 <<https://www.jurnal.medanresourcecenter.org/index.php/EL/article/view/381>>. 53.

¹¹ Chamim Thohari Mahfudillah, *Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food Di Era New Normal: Studi Kasus Home Industry Makanan Arab Di Kecamatan Pagelaran* (etheses.uin-malang.ac.id, 2021) <<http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/27518>>. 41-48.

- a) Strategi peningkatan kualitas: produk yang dirancang untuk meningkatkan rasa, kinerja, ketahanan, kecepatan, dan keandalan.
 - b) Strategi perbaikan gaya: untuk membuat produk lebih menarik, perusahaan dapat menawarkan berbagai warna dan tekstur serta sering mengubah gaya perakitan.
 - c) strategi peningkatan keistimewaan: bertujuan untuk menambahkan fitur baru pada produk seperti ukuran, berat, bahan, kelengkapan, penambahan, atau aksesoris yang meningkatkan keserbagunaan, keamanan, atau kenyamanan produk.¹²
- 2) Strategi Promosi
- Cara paling efektif untuk menarik dan menarik perhatian pelanggan adalah promosi. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah untuk memberi tahu pelanggan tentang berbagai jenis produk yang dijual dan mencoba menarik pelanggan baru.
- Pengusaha dapat menggunakan empat jenis alat promosi untuk mempromosikan barang atau jasa mereka. Keempat alat promosi tersebut adalah:¹³
- a) Periklanan (*advertising*). Iklan dapat dipasang di banyak media, seperti menempatkan baliho di jalan atau di lokasi strategis, mencetak pamflet yang ditempel/disebarkan di setiap pusat perbelanjaan atau tempat strategis, memasang spanduk tempat atau lokasi strategis seperti jalan, memasang iklan Melalui media cetak/elektronik seperti surat kabar, internet, radio, majalah, dll.
 - b) Promosi penjualan (*sales promotion*), dirancang untuk meningkatkan penjualan atau menambah jumlah pelanggan dengan menarik pelanggan untuk terus membeli barang yang dijual. Tergantung pada kebijakan masing-masing bisnis, laki-laki atau perempuan dapat melakukan ini.

¹² Ugin Setyani, 'Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novhita Dikelurahan Koniten Kabupaten Ponorogo', *Skripsi* (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, 2020). 20.

¹³ Abas Sunarya, dkk, *Kewirausahaan*. 257-258.

- c) Publisitas (*publicity*), adalah upaya untuk menarik pelanggan melalui pameran, bakti sosial, dan acara lainnya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan reputasi Perusahaan.
 - d) Penjualan pribadi (*Personal selling*), dilakukan melalui penjualan langsung melalui pramuniaga atau pramuniaga dari pintu ke pintu.
- 3) Strategi Penjualan/ Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Harga ditetapkan dalam mata uang. Sangat penting untuk menetapkan strategi harga, karena perlu diperhatikan bahwa mempertimbangkan harga produk berfungsi sebagai salah satu faktor yang memengaruhi perilaku atau kinerja produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi penetapan harga yang salah akan berdampak negatif pada produk yang ditawarkan dan dapat menyebabkan produk tersebut tidak laku di pasaran. Secara umum, tujuan penetapan strategi harga menurut Kasmir adalah sebagai berikut:¹⁴

- a) Produk diberi harga semurah mungkin, dan tujuannya adalah untuk menjual produk atau jasa dengan baik di pasar. Meskipun harganya rendah, masih ada keuntungan, produk tersebut akan lebih layak dibandingkan dengan harga pesaing terdekat..
- b) Untuk memaksimalkan keuntungan. Keputusan strategi penetapan harga bertujuan untuk meningkatkan penjualan, sehingga keuntungan dimaksimalkan. Harga produk bisa relatif tinggi atau rendah.
- c) Memperluas pangsa pasar. Tujuan dari strategi harga adalah untuk meningkatkan atau memperluas jumlah pelanggan. Diharapkan bahwa dengan harga yang masuk akal atau lebih murah, jumlah pelanggan akan meningkat, dan pelanggan pesaing akan semakin dekat untuk beralih ke produk yang ditawarkan oleh pedagang.

Harga barang baru dapat ditetapkan dengan cara:

- a) *Market Skimming Pricing*. Penetapan harga pasar, yaitu menetapkan harga produk awal setinggi mungkin

¹⁴ Abas Sunarya, dkk, *Kewirausahaan*. 141-143.

dengan tujuan memperoleh produk dan/atau jasa yang bermutu tinggi.

- b) *Market Penetration pricing*, yaitu menguasai pasar dengan menetapkan harga produk serendah mungkin.
- 4) Tempat dan Strategi Distribusi

Strategi tempat dan distribusi perusahaan sangat penting dan harus diperhatikan bagaimana perusahaan dapat melayani pelanggan tepat waktu, tepat jumlah, dan tepat sasaran. Ini adalah cara perusahaan mendistribusikan produk dari tempat mereka ke pelanggan akhir secara efektif dan efisien tanpa mengganggu strategi penetapan harga. Bisnis harus mengembangkan strategi distribusi yang tepat agar tidak diambil alih oleh pesaing karena keterlambatan dapat menyebabkan pelanggan beralih ke pesaing.

Distribusi adalah cara pengusaha mendistribusikan barang mereka dari produsen ke pelanggan akhir. Distribusi juga dapat didefinisikan sebagai pemilihan dan penentuan metode dan saluran distribusi yang akan digunakan untuk mendistribusikan produk. Semakin pendek saluran atau rantai distribusi yang dilalui produk, semakin efektif dan efisien produk (tepat sasaran dan tepat waktu). Jika produk terlambat didistribusikan, pesaing akan memanfaatkan peluang yang sama. Menurut Kasmir, pendekatan yang tepat untuk menentukan saluran distribusi produk memiliki beberapa fungsi, yaitu:¹⁵

- a) Fungsi Transaksional. Fungsi distribusi produk mencakup bagaimana pengusaha menghubungkan dan mengkomunikasikan produk mereka kepada pelanggan potensial. Pekerjaan ini membuat mereka mengetahui produk saat ini dan menjelaskan fitur dan manfaat dari produk tersebut.
- b) Fungsi logistik. Memindahkan dan menyortir produk, termasuk menyimpan, merawat, dan melindungi produk, adalah bagian dari pekerjaan ini. Fungsi ini penting untuk memastikan bahwa barang yang dikirim tiba tepat waktu dan tidak rusak atau berjamur.
- c) Fungsi fasilitas. Ini mencakup fungsi riset dan keuangan. Pencarian produk: mengumpulkan data tentang jumlah pelanggan, agen, dan penyalur,

¹⁵ Abas Sunarya, dkk, *Kewirausahaan*. 244-245.

sedangkan keuangan memastikan bahwa dealer atau agen memiliki uang jaminan yang cukup untuk mengirimkan produk melalui saluran distribusi dengan aman, tepat waktu, dan dalam jumlah yang tepat kepada pelanggan.

Penelitian yang sangat cermat diperlukan untuk mengidentifikasi masalah perusahaan agar dapat menemukan solusi cepat dan tepat untuk menyelesaikan masalah perusahaan. Berikut adalah beberapa pertimbangan yang harus diambil saat mengambil keputusan, antara lain:¹⁶

1) Kekuatan (*Stranght*)

Kekuatan adalah komponen yang dapat menjadi keunggulan perusahaan atau produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan, dan berbeda dari produk lain, yang memungkinkan Anda membuatnya lebih kuat dari pesaingnya. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang membuat perusahaan berbeda dari pesaingnya. Kekuatan dapat berasal dari sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor lainnya.

2) Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan dapat berupa fasilitas, sumber keuangan, kemampuan manajerial, keterampilan pemasaran, dan reputasi merek. Kelemahan juga dapat berupa kekurangan atau keterbatasan sumber daya, keterampilan, atau kemampuan yang menghambat kinerja bisnis.

3) Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai keadaan yang menguntungkan bagi bisnis.

4) Ancaman (*treatment*)

Ancaman adalah komponen lingkungan yang tidak menguntungkan bagi suatu perusahaan yang tidak ditangani akan menghalangi perusahaan saat ini dan di masa mendatang. Ancaman terbesar terhadap posisi perusahaan adalah ancaman. Kesuksesan bisnis dapat terancam oleh pesaing baru, pertumbuhan pasar

¹⁶ Syaeful Bakhri, Aabdul Aziz, and Umi Khulsum, 'Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry...', 68-69.

yang lambat, peningkatan daya tawar pemasok atau pembeli penting, perubahan teknologi, dan peraturan baru atau yang direvisi.

2. Pemberdayaan Masyarakat

a. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Pengertian pemberdayaan telah dikemukakan oleh banyak ahli. Jika dilihat dari dasar kata “daya” merupakan kata bawah dan tambahan “ber” yang berarti kekuatan. Kekuasaan mirip dengan power atau kekuatan, dalam artian power adalah kepunyaan atau kekuasaan.¹⁷

Sebenarnya, definisi pemberdayaan berbeda-beda tergantung pada situasi sosial saat ini. Metode pemberdayaan berbeda di setiap komunitas, tergantung pada situasi. Sulit untuk memberikan definisi yang tepat untuk kata pemberdayaan karena konsepnya berbeda-beda tergantung pada situasi.

Menurut Adams, pemberdayaan berarti cara yang digunakan oleh individu, kelompok, atau masyarakat untuk memiliki kemampuan untuk mengelola lingkungan mereka dan mencapai tujuan mereka sendiri, sehingga mampu bekerja dan saling membantu untuk mencapai tujuan. kualitas maksimal. dari kehidupan.¹⁸

Konsep pemberdayaan masyarakat mengacu pada kesadaran akan pentingnya peran partisipasi masyarakat dalam proses pemberdayaan. Pada awalnya, masyarakat hanyalah objek, tetapi seiring waktu mereka menjadi subjek dalam pembangunan dan pemberdayaan masyarakat.¹⁹ Dengan kata lain, tidak hanya keberhasilan strategi atau kegiatan pemberdayaan masyarakat ditentukan oleh pelaksananya, tetapi juga oleh tindakan entitas yang diberdayakan untuk memperbaiki cuaca dan kondisi.

¹⁷ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana Dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2016)
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=L8u2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=zubaedi+pengembangan+masyarakat+wacana+dan+praktik&ots=EDiA17Qa_x&sig=-4zkcs6UsJjebGnNQK8YAc_zkA>. 38.

¹⁸ Ulfi Putra Sany, ‘Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Al Qur’an’, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 2019
<<https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/3989>>. 34.

¹⁹ Maryani Dedeh and Ruth Roselin Nainggolan, ‘Pemberdayaan Masyarakat’, *Yogyakarta: Deepublish*, 2019. 1.

Menurut Islam, pemberdayaan adalah kemampuan seseorang untuk meningkatkan keadaan masyarakat menjadi lebih baik. Dari perspektif Islam, pemberdayaan adalah proses yang tak henti-hentinya yang bertujuan untuk mengubah manusia untuk menjadi lebih baik dan lebih terarah. Dalam surah Ar-1'1Rad ayat 11, Al-Qur'an menyatakan:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”.²⁰

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa kita harus melakukan perubahan dengan kesadaran kita sendiri jika kita ingin melakukan perubahan. Dalam konsep pemberdayaan masyarakat, perubahan diperlukan untuk memungkinkan masyarakat untuk berkembang dan menjadi masyarakat yang mandiri. Pemberdayaan juga memerlukan tindakan nyata atau tindakan dalam melaksanakannya.²¹

Allah memberkahi kepada Anda apa yang Anda miliki. Al-Qur'an menyebutkan dalam surat Al-Zukhruf ayat 32 mengatakan bahwa manusia adalah makhluk asosiatif yang saling bergantung dan mendapat manfaat dari satu sama lain, yaitu yang berbunyi:

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ
الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ
وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya: Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kamilah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia ini, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka di atas yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mengambil manfaat dari

²⁰ Al Qur'an Ar- Ra'd ayat 11, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*.

²¹ Bambang Sugeng Dwiyanto and Jemadi, 'Pemberdayaan Masyarakat Dan Pengembangan Kapasitas Dalam Penanggulangan Kemiskinan Melalui PNPMM Mandiri Perkotaan', *Jurnal Maksipreneur: Manajemen*, 2013 <<http://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/87>>. 39.

yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.²²

Ayat ini menunjukkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan manusia, seseorang memiliki derajat yang lebih tinggi daripada yang lain. Ayat ini mendorong orang untuk membantu satu sama lain dan menghindari diskriminasi. Ayat-ayat ini dimaksudkan untuk mendorong masyarakat untuk terus meningkatkan taraf hidupnya dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Karena setiap orang memiliki banyak potensi dalam hidupnya.²³

Tujuan pemberdayaan masyarakat ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional (PROPENAS) 2000-2004 dan Program Pembangunan Daerah (BAPPEDA) untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat melalui penguatan badan dan lembaga masyarakat setempat dan penyelesaian kekurangan. Perlindungan sosial bagi warga negara, meningkatkan kesejahteraan mereka. Senior Citizens untuk membantu orang-orang di bawah mereka meningkatkan kehidupan ekonomi, sosial, dan politik mereka.

Melalui kegiatan-kegiatan yang memungkinkan terciptanya kesejahteraan rakyat, yaitu keadaan terpenuhinya keinginan-keinginan dasar penduduk berupa kepuasan sandang, pangan, papan, kesehatan, pendidikan dan pekerjaan. Menurut Friedlander, interpretasi kesejahteraan sosial, sistem layanan dan institusi sosial yang dirancang untuk membantu individu atau kelompok mencapai standar hidup yang nyaman dan sehat serta menciptakan hubungan interpersonal dan sosial yang memungkinkan mereka mencapainya. Tingkatkan kesejahteraannya semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan masyarakatnya.²⁴

²² *Al-Qur'an Surah Az-Zukhruf Ayat 32.*

²³ Ulfy Putra Sany, 'Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Al Qur'an', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 2019. 36.

²⁴ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009) <<http://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=7745&lokasi=lokal>>. 57.

b. Aspek Pemberdayaan Masyarakat

Syamsudin RS menyatakan bahwa tiga kompleks pemberdayaan penting untuk diperjuangkan, yaitu:²⁵

- 1) Pemberdayaan dari perspektif rohani, atau dimensi spiritual. Dalam situasi ini, terjadi kemerosotan moral dan perubahan dalam nilai-nilai masyarakat Islam, yang sangat menggoyahkan kesadaran Islam. Akibatnya, penguatan jiwa dan moral harus digalakkan.
- 2) Pemberdayaan Intelektual, terlihat bahwa umat Islam Indonesia tertinggal jauh dari kemajuan teknologi saat ini, karena itu diperlukan perjuangan besar untuk pemberdayaan intelektual.
- 3) Pemberdayaan ekonomi. Pemberdayaan finansial. Harus diakui bahwa mayoritas umat Islam hidup dalam kemiskinan dan keterbelakangan, terutama di Indonesia. Untuk mengatasinya, tentu saja dalam masyarakat itu sendiri, dimulai dari sistem ekonomi yang diawasi pemerintah. Untuk mengatasi masalah ini, tentu saja dalam masyarakat itu sendiri, dimulai dari sistem ekonomi pemerintah, yang memungkinkan masyarakat untuk mengikuti keinginan dan kemampuan pemerintah dalam membuat kebijakan ekonomi. Akibatnya, untuk keluar dari ketimpangan dan himpitan yang disebabkan oleh perlambatan ekonomi, strategi dan kebijakan diperlukan.

c. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Masyarakat selalu menjadi pelaku utama dalam pemberdayaan masyarakat, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Singkatnya, masyarakat berhasil jika mereka dapat menemukan dan memecahkan masalah secara mandiri. Di sini, mandiri berarti bahwa masyarakat memahami tingkat kondisi yang diperlukan untuk tatanan hidup dan secara sadar bekerja sama untuk mencapainya.²⁶

konsep pemberdayaan dapat dilihat dari tiga perspektif, yaitu:²⁷

²⁵ Dian Iskandar Jaelani, 'Pemberdayaan Ekonomi Umat Dalam Perspektif Islam (Sebuah Upaya Dan Strategi)', *Eksyar*, Volume 01, (2014) <<https://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/eksyar/article/view/15/20>>. 19.

²⁶ Afriyani, *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry*. 28.

²⁷ Moh Ali Aziz, 'Dakwah Pemberdayaan Masyarakat', *Yogyakarta: Pustaka Pesantren*, 2009. 70.

- 1) Pemberdayaan melalui pembuatan lingkungan yang berkembang.
- 2) Pemberdayaan untuk meningkatkan kekuatan ekonomi masyarakat. Peningkatan pendidikan dan kesehatan, serta akses ke sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, tenaga kerja, dan pasar, adalah upaya utama yang dilakukan untuk memaksimalkan potensi tersebut.
- 3) Pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi kerakyatan melalui perlindungan dan pencegahan persaingan yang tidak seimbang serta membangun solidaritas dan kerja sama antara yang sudah maju dan yang belum.

Konsep kunci untuk pemberdayaan masyarakat adalah sebagaimana memposisikan masyarakat pada posisi pelaku pembangunan yang aktif, bukan penerima yang pasif. Pemberdayaan pada dasarnya adalah upaya untuk menciptakan lingkungan struktural yang adil dan beradab bagi semua orang, baik dalam keluarga, masyarakat, negara, daerah, maupun internasional, serta dalam bidang politik, ekonomi, dan lainnya.²⁸

Dalam proses pemberdayaan masyarakat harus diikuti, di mana masyarakat secara bertahap akan memperoleh kemampuan tersebut. Untuk menghasilkan masyarakat yang dapat berdiri sendiri, tahapan-tahapan ini diperlukan, yaitu:²⁹

- 1) Pada tahap penyadaran, fasilitator masyarakat dapat menciptakan lingkungan yang baik dan mendorong mereka untuk meningkatkan kesadaran akan kondisi mereka saat itu, dan dengan semangat seperti itu kami berharap mereka dapat dapat mencapai ini. Masyarakat pada kesadaran, agar masyarakat lebih menyadari lingkungannya dan percaya bahwa mereka membutuhkan pengetahuan dan kemampuan untuk menjadi lebih baik dan memperbaiki keadaan saat ini.
- 2) Tahap pelatihan, proses transfer pengetahuan, keterampilan dan kemampuan dapat dilakukan dengan baik. Dengan cara ini, masyarakat akan memperoleh

²⁸ Moh Ali Aziz, 'Dakwah Pemberdayaan Masyarakat'. 71..

²⁹ Afriyani, *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry*. 29-

pengetahuan dan keterampilan baru yang nantinya akan dikaitkan dengan kebutuhan kebutuhan saat ini, sehingga Anda dapat berperan dalam pengembangan.

- 3) Tahap kemandirian, Pada tahap ini, kemandirian masyarakat dibantu dengan menyiapkan masyarakat untuk mengelola aktivitasnya sendiri. Faktor internal dan eksternal sangat erat berkaitan dengan proses pemberdayaan masyarakat. Dalam kaitan ini, meskipun faktor internal sangat penting sebagai bentuk pengorganisasian diri masyarakat, kita juga perlu memperhatikan faktor eksternal. Salah satu faktor eksternal dalam pemberdayaan masyarakat adalah tim fasilitator multidisiplin yang mendampingi proses. Tim ini sangat aktif pada awal proses, tetapi lambat laun peran mereka akan berkurang sehingga masyarakat dapat melakukan kegiatannya secara mandiri.

d. Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Najiyati dkk, empat prinsip umum yang digunakan dalam program pemberdayaan adalah keberlanjutan, kemandirian/keswadayaan, kesetaraan, dan partisipasi.³⁰

1) Kesetaraan

Kata kesetaraan berasal dari “setara” atau padanannya yang berarti sama derajat, kedudukan atau pangkat. Kesetaraan atau persamaan mengacu pada memiliki tingkat yang sama, sikap yang sama tidak lebih rendah dari satu sama lain. Salah satu prinsip utama yang diperlukan untuk pemberdayaan masyarakat, yang harus diakui secara kolektif, adalah kesetaraan. Dalam hal ini, ini mengacu pada kesetaraan situasi atau persamaan antara masyarakat dan lembaga yang mengelola program pemberdayaan masyarakat, serta antara pihak-pihak yang terlibat dalam program pembangunan. Pihak-pihak yang terlibat tidak memiliki dominasi posisi atau subordinasi

³⁰ Sri Najiyati, Agus Asmana, and I Nyoman N Suryadiputra, ‘Pemberdayaan Masyarakat Di Sekitar Lahan Gambut’, *Wetlands International, Indonesia Programme*, 2005 <[https://www.wetlands.or.id/PDF/buku/Buku Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut.pdf](https://www.wetlands.or.id/PDF/buku/Buku%20Pemberdayaan%20Masyarakat%20di%20Lahan%20Gambut.pdf)>. 55-59.

posisi. Semuanya dibangun dan dijalankan berdasarkan kesamaan status dan posisi..

Dalam hal ini, kesetaraan berlaku untuk laki-laki dan perempuan, tua dan muda. Semua orang di masyarakat memiliki hak, kewajiban, dan tanggung jawab yang sama karena mereka dianggap setara.

2) Partisipatif

inti utama pemberdayaan masyarakat adalah partisipasi. Namun demikian, partisipasi masyarakat tidak dapat disebut memberdayakan jika tidak ada unsur memberi kekuasaan atau bagian dari kekuasaan dan mendorong pemberdayaan lebih lanjut.

Program pemberdayaan yang dapat mendorong kemandirian masyarakat memerlukan partisipasi masyarakat, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi.

3) Keswadayaan atau kemandirian

Kemandirian berarti mengutamakan kemampuan masyarakat daripada meminta bantuan orang lain. Konsep ini melihat orang yang tidak berdaya sebagai orang yang memiliki sedikit kemampuan, bukan tidak memiliki kemampuan.

Pendampingan dan dukungan dalam proses pemberdayaan meningkatkan kapasitas dan kemandirian, meskipun hasilnya hanya dapat diperoleh dalam jangka panjang. Sumber daya utama untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian berasal dari masyarakat sendiri, sedangkan dukungan dan bantuan ini hanya bersifat katalitik. Swasembada adalah kemampuan dan swasembada yang diperoleh dari sumber daya masyarakat. Oleh karena itu, kemandirian atau keswadayaan adalah prinsip utama pemberdayaan masyarakat.

4) Berkelanjutan

Pemberdayaan masyarakat adalah proses yang berlangsung, konsisten, dan berkelanjutan, dan bukanlah sekadar implementasi program pembangunan. Penting untuk dicatat bahwa banyak program pemberdayaan masyarakat

terbatas pada program pembangunan karena waktu dan dana mereka terbatas. Pelaksana dan masyarakat tidak tahu bagaimana program akan berakhir.

Meskipun pada awalnya fasilitator memiliki lebih banyak kendali daripada masyarakat, peran kawan akan secara bertahap dan pasti berkurang karena masyarakat sudah mampu mengatur aktivitasnya sendiri. Program pemberdayaan harus dirancang agar bertahan lama.

e. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Pada umumnya pemberdayaan berlangsung secara berkelompok. Dimana pemberdayaan terjadi dalam hubungan individu antara pekerja sosial dan klien dalam pengaturan bantuan individu. Dalam keadaan yang berbeda, memungkinkan teknologi bisa diimplementasikan secara individu, meskipun masih terkait dengan grup, maksudnya adalah untuk menghubungkan klien ke sistem atau sumber di luar dirinya. Pemberdayaan ini dilaksanakan melalui tiga dimensi pemberdayaan (*empowering setting*), yaitu:³¹

1) Arus makro

Karena tujuan perubahan diarahkan pada ekosistem yang lebih luas, arus makro adalah pendekatan yang sering disebut sebagai strategi sistem yang signifikan. Beberapa strategi yang digunakan dalam pendekatan ini adalah perumusan kebijakan, perencanaan kampanye sosial, kerja sosial, lobi, pengorganisasian masyarakat, dan manajemen konflik. percaya bahwa pelanggan memiliki kemampuan untuk memahami kondisi pribadi dan membuat keputusan yang tepat untuk dilakukan.

2) Arus mezzo

Arus mezzo adalah penerapan pemberdayaan sekelompok klien sebagai metode intervensi. Strategi dinamika kelompok biasanya digunakan dalam pengajaran dan pelatihan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, keterampilan, dan sikap klien sehingga mereka

³¹ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. 66-67.

memiliki kemampuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi.

3) Arus mikro

Arus mikro adalah pelaksanaan pemberdayaan klien secara individu melalui pendampingan, konseling, pengendalian stres, dan intervensi bencana untuk membantu klien menjalankan tanggung jawabnya. Model ini dikenal sebagai pendekatan berpusat pada tugas.

Secara umum, empat strategi umum untuk pengembangan masyarakat yaitu:

- 1) *The growth strategy*, bertujuan untuk secara cepat meningkatkan nilai ekonomi dengan meningkatkan pendapatan perkapita, produktivitas, dan kapasitas konsumsi masyarakat.
 - 2) *The welfare strategy*, strategi kesejahteraan bertujuan untuk meningkatkan atau memperbaiki kesejahteraan rakyat.
 - 3) *The responsive strategy*, dimana masyarakat menanggapi dengan memenuhi kebutuhan untuk kesejahteraan.
 - 4) *The intregated or holistic strategy*, adanya peran keikutsertaan masyarakat.³²
- f. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

Tujuan utama pemberdayaan masyarakat adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberi mereka kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka melalui pelatihan mandiri. Berikut ini adalah tujuan pemberdayaan masyarakat menurut Mardikanto, yaitu:³³

1) Perbaikan kelembagaan

Perbaikan prosedur/kegiatan dapat meningkatkan organisasi termasuk mengembangkan kemitraan bisnis. Perusahaan yang baik akan mendorong orang-orang di sekitarnya untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan perusahaan, sehingga fungsi perusahaan dapat berjalan, tujuan perusahaan

³² Aziz. 8-9.

³³ Maryani Dedeh and Ruth Roselin Nainggolan, 'Pemberdayaan Masyarakat'.

dapat dengan mudah tercapai, dan tujuan yang telah dirancang dapat dengan mudah dicapai.

2) Perbaiki usaha

Selain meningkatkan usaha, diharapkan juga memberikan dampak positif bagi bisnis lembaga usaha, sehingga dapat memberikan kepuasan dan manfaat bagi anggota lembaga dan masyarakat sekitar. Artinya memajukan usaha berarti juga memajukan usaha, mengembangkan usaha, dan usaha juga berkembang dan sebaliknya, sehingga bisnis dapat memenuhi semua kebutuhan masyarakat yang terlibat.

3) Perbaiki pendapatan

Diharapkan dengan membaiknya usaha tersebut akan berdampak pada peningkatan penghasilan. Oleh karena itu, usaha yang dijalankan dengan baik diharapkan dapat menghasilkan peningkatan pendapatan masyarakat.

4) Perbaiki lingkungan

Dalam upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, lingkungan saat ini banyak mengalami kerusakan. Masyarakat harus mendapatkan uang yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya, dan jika terjadi kemiskinan maka dimungkinkan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dengan memanfaatkan alam yang dapat merusak lingkungan. Akibatnya, pendapatan yang cukup juga akan menguntungkan lingkungan.

5) Perbaiki kehidupan

Beberapa indikator atau faktor dapat digunakan untuk menunjukkan tingkat kehidupan masyarakat, seperti tingkat kesehatan, pendidikan, pendapatan, dan daya beli rumah tangga.. Oleh karena itu diharapkan bahwa pendapatan dan lingkungan yang lebih baik akan mengarah pada peningkatan kondisi hidup keluarga dan masyarakat secara keseluruhan.

6) Perbaiki masyarakat

Kehidupan baik kelompok masyarakat terdiri dari kehidupan baik setiap keluarga,

kehidupan ini dibantu oleh lingkungan sosial dan fisik yang lebih baik, yang mengubah kualitas hidup masyarakat.

g. Faktor Pendukung Pemberdayaan Masyarakat

Untuk mendorong pemberdayaan masyarakat, diperlukan faktor pendorong. Faktor-faktor ini adalah sebagai berikut:³⁴

1) Sumber daya manusia

Setiap program pemberdayaan ekonomi melibatkan perkembangan sumber daya manusia yang merupakan komponen yang sangat penting dari program tersebut. Oleh karena itu, dalam program pemberdayaan ekonomi, pengembangan Sumber daya manusia perlu diberi perhatian khusus. Ini karena Sumber daya manusia adalah komponen utama dalam memperkuat perekonomian.

2) Sumber daya alam

Dalam proses pemberdayaan ekonomi, sumber daya alam merupakan salah satu sumber daya pembangunan terpenting yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Sumber daya alam ini telah dieksploitasi sejak zaman kuno, dari kehidupan Badui hingga era industrialisasi.

3) Permodalan

Modal merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh masyarakat secara keseluruhan. Namun, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam hal permodalan, yaitu bagaimana pemberian modal dapat mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) tanpa meningkatkan ketergantungan masyarakat.

4) Prasarana produksi dan pemasaran

Untuk meningkatkan hasil dan pertumbuhan perusahaan, pemasaran dan produksi harus didorong. Jika hasil produksinya tidak dikomersialkan, maka usahanya akan sia-sia.

³⁴ Afriyani, *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry...*, 33-34.

Dengan demikian, ketersediaan infrastruktur produksi dan pemasaran merupakan elemen penting lain dari pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi. Ketersediaan infrastruktur pemasaran serupa dengan transportasi dari tempat pabrik ke pasar akan memangkas rantai pemasaran dan, pada akhirnya, dapat meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap pengusaha mikro, mikro, dan menengah. Artinya, memiliki infrastruktur produksi dan pemasaran yang tersedia sangat penting untuk menggerakkan bisnis ke arah yang lebih maju dari sudut pandang pemberdayaan ekonomi.

3. Home Industry

a. Pengertian *home industry*

Home adalah kata yang berarti rumah atau lokasi tinggal, atau tempat lahir seseorang. sedangkan, *industri* adalah usaha atau kegiatan mengubah bahan baku atau barang setengah jadi menjadi produk akhir dengan tujuan memperoleh keuntungan.³⁵

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 menyatakan bahwa *home industry* adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Hayman menyatakan bahwa *home industri* adalah kegiatan ekonomi skala kecil yang tradisional dan informal dalam arti tidak terdaftar, belum terdaftar, dan tidak berbadan hukum.³⁶

Karena jenis bisnis ini dijalankan secara rumahan atau terpusat, mereka disebut sebagai usaha kecil. Oleh karena itu, *home industry* adalah unit bisnis kecil yang berkembang dalam sektor industri atau bisnis tertentu. Usaha-usaha ini biasanya hanya menggunakan satu atau dua rumah untuk beroperasi, atau sebagai pusat industri

³⁵ Afriyani, *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry...*, 35.

³⁶ Agiet Mutiara Rengganis and others, 'Mengembangkan Home Industri Keripik Jambu Kristal Sebagai Produk Khas Tunggal Desa Tanjung Anom', *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1.4 (2022) <<https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i4.939>>. 199.

dan administrasi, dan juga melakukan pemasaran secara bersamaan.³⁷

Dalam hal modal dan tenaga kerja yang diserap, jelas lebih kecil daripada perusahaan besar lainnya di Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, usaha kecil didefinisikan sebagai perusahaan dengan kekayaan bersih tidak lebih dari Rp. 200.000.000. Tanpa tanah dan bangunan komersial dengan omset tahunan tidak lebih dari Rs. 1.000.000.000.

Kegiatan ekonomi rumah industri biasanya dilakukan oleh keluarga sendiri dengan mempekerjakan orang-orang di lingkungan mereka. Meskipun bisnis ini kecil, ia secara tidak langsung memberikan pekerjaan kepada tetangga dan kerabatnya. Oleh karena itu, Usaha kecil ini berkontribusi pada program pemerintah untuk mengurangi pengangguran, yang berarti jumlah orang miskin akan secara bertahap berkurang.³⁸

Secara umum, tujuan pembangunan *home industri* adalah untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara adil dan merata dengan memanfaatkan dana, hasil pertanian, dan sumber daya alam, dengan menjaga keseimbangan dan kelestarian lingkungan, dan secara bertahap meningkatkan pertumbuhan ekonomi untuk menciptakan basis pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat dan luas, dan menghasilkan nilai tambahan khususnya untuk pertumbuhan industri.

Dengan berkembangnya industri rumahan banyak keuntungan yang diperoleh, karena industri rumahan memberikan dampak yang sangat besar dalam peningkatan perekonomian umum. Dengan adanya industri rumahan diharapkan dapat dicapai dengan mempercepat pertumbuhan ekonomi masyarakat. yaitu tepatnya dalam konteks meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. *Home industry* dibangun untuk memungkinkan

³⁷ Arif Fadiati and Dedi Purwana, 'Menjadi Wirausaha Sukses', Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011. 60.

³⁸ Saifuddin Zuhri, 'Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan', *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol 2, No (2013) <<https://v2.publishing-widyagama.ac.id/index.php/jma/article/view/249>>. 48.

perekonomian bertahan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.³⁹

b. Tujuan dan Manfaat *home industry*

Tujuan utama *home industri* adalah untuk mencapai keuntungan dan kelangsungan bisnis karena tujuan utama bisnis adalah untuk memperoleh keuntungan yang optimal dengan pengorbanan yang efektif. Oleh karena itu, pekerjaan yang dilakukan di rumah juga memiliki tujuan yang sama.⁴⁰

Selain itu, juga bertujuan untuk memastikan bahwa upaya terus dilakukan, dan tetap konsisten dalam situasi apa pun, meskipun dirasa persaingan di dunia bisnis sangat ketat. Untuk menjaga keberlangsungan bisnis maka harus terus menjaga kepuasan pelanggan dengan menciptakan produk dengan kualitas terbaik dan layanan optimal untuk pasar sasaran.⁴¹

Usaha kecil atau *home industry* juga bertujuan untuk menambah lapangan kerja, terutama untuk menampung tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat atau keluarga. Oleh karena itu, usaha kecil juga dapat dianggap sebagai usaha produksi berskala besar dengan tujuan utama menghasilkan lebih banyak uang bagi perekonomian rumah tangga secara keseluruhan. Nilai tambah bruto yang tinggi hanya dapat dicapai melalui kombinasi peningkatan produktivitas pekerja di semua sektor ekonomi dan jumlah pekerja yang lebih besar.

Industri kecil memainkan peran penting dalam perekonomian nasional. Mereka tidak hanya melakukan hal-hal secara ekonomi, tetapi mereka juga memberikan manfaat sosial, yang juga berkontribusi pada perekonomian. Keuntungan dari sektor bisnis kecil ini adalah:⁴²

³⁹ Fahmi Riyansyah, Dang Eif Saeful Amin, and Rohmanur Aziz, 'Pemberdayaan Home Industry Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat', *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol 3, No. (2018). 89.

⁴⁰ Suparyanto, *Kewirausahaan : Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil*, cet 3 (bandung: Alfabeta, 2016). 178.

⁴¹ Suparyanto, *Kewirausahaan : Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil*. 178.

⁴² Harimurti Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*, cet. 1 (Yogyakarta: BPFE yogyakarta, 2001). 5.

- 1) aIndustri kecil memiliki kemampuan untuk menciptakan banyak peluang bisnis dengan pembiayaan yang relatif rendah.
- 2) Industri kecil memainkan peran penting dalam meningkatkan dan menggerakkan tabungan domestik.
- 3) Industri kecil menempati posisi penting berbeda dengan industri besar dan menengah.

Di negara berkembang, usaha kecil dianggap sebagai bisnis yang tepat karena:⁴³

- 1) Usaha kecil mempertahankan sumber daya negara sekaligus mendorong kewirausahaan lokal.
- 2) Usaha kecil menciptakan lebih banyak pekerjaan daripada perusahaan besar karena penggunaan teknologi padat karya.
- 3) Bisnis kecil dapat dengan cepat disiapkan, dijalankan, dan dilunasi

c. Karakteristik *home industry*

Subanar menyebutkan karekteristik dari home industri yaitu:⁴⁴

- 1) Industri ekstraktif yang biasanya menghasilkan barang jadi dari barang setengah jadi.
- 2) industri yang dikategorikan berdasarkan jumlah tenaga kerja dari 1 hingga 19 orang. Jumlah tenaga kerja yang paling tinggi terkait dengan kompleksitas organisasi dan kebutuhan dana,
- 3) Industri ini tidak bergantung pada kondisi tertentu seperti pasar, bahan baku, dan tenaga kerja karena kebutuhan tenaga kerja yang kecil. Industri ini tidak tergantung pada kondisi tempat. karena manajemen administrasi, teknologi rendah, dan tidak membutuhkan tenaga terampil. Artinya, rumah tangga dan tempat industri kecil sangat fleksibel.
- 4) industri yang mengubah produk setengah jadi menjadi produk jadi, yang dipengaruhi oleh kemudahan pengolahannya dibandingkan dengan industri besar dan menengah.
- 5) *Home industry*, termasuk industri ringan. Dalam hal ini, komoditas yang dihasilkan adalah komoditas

⁴³ Harimurti Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*. 20-22.

⁴⁴ Harimurti Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*. 42.

- sederhana dan tidak kompleks yang tidak memerlukan proses kompleks dan teknologi canggih.
- 6) Sebagian besar pemilik industri rumahan terdiri dari orang-orang dari kalangan menengah ke bawah yang tidak memiliki modal atau aset yang diperlukan untuk membangunnya. karena mendapatkan bantuan dari bank, sistem permodalannya mandiri dan dibiayai sendiri.
 - 7) Dari segi manajemen, industri rumahan adalah sektor yang dimiliki oleh individu dengan sistem manajemen sederhana dan,
 - 8) Sistem keuangan dan manajemen di industri ini tidak kompleks. karena lebih banyak keluarga di dalamnya.
- d. Jenis-jenis *home industry*
- Usaha rumah tangga atau usaha kecil ini bergerak dalam tiga bidang: produksi, perdagangan, dan jasa. Beberapa jenis bisnis di bidang produksi, perdagangan, dan jasa adalah sebagai berikut:⁴⁵
- 1) Bidang usaha produksi

Ini mencakup manajemen sumber daya alam, produk pertanian dan peternakan, serta pengolahan bahan mentah menjadi produk siap pakai. Dalam mengelola lini produk bisnis, banyak hal yang harus diperhatikan. Ini termasuk lokasi, kualitas, desain, dan kreativitas pengembangan produk, serta hubungan dengan pemasok dan distributor. Contoh industri seperti pembuatan tas, makanan, sepatu, dan lainnya.
 - 2) Bidang usaha perdagangan

Bidang ini terdiri dari dua bagian: bisnis retail dan bisnis distributor. Bisnis retail terdiri dari retail toko dan retail tidak bertoko. Toko ritel termasuk toko serba ada seperti toko kelontong, supermarket, dan department store. sedangkan retail out of store seperti pedagang kaki lima, sales (penjualan produk melalui distribusi katalog) dan lain-lain. Pengiriman produk, penjualan produk ke

⁴⁵ Rusydi Ananda and Tien Rafida, *Pengantar Kewirausahaan: Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship* (repository.uinsu.ac.id, 2016) <[http://repository.uinsu.ac.id/3581/12/REVISI BUKU KEWIRAUSAHAAN.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/3581/12/REVISI%20BUKU%20KEWIRAUSAHAAN.pdf)>. 53-73.

pabrik, dan transaksi truk adalah contoh bisnis distribusi.

3) Bidang usaha jasa

Mereka mencakup layanan konstruksi seperti pemasangan AC, penyewaan alat konstruksi, pembangunan gedung dan instalasi listrik, perbankan, asuransi, properti, transportasi, pengiriman (JNT, JNE, TIKI), perawatan kesehatan, layanan profesional, dan lainnya.

e. Keunggulan dan Kelemahan *Home Industry*

Pada kenyataannya *home industry* sekarang ini sangat layak serta mampu mengantisipasi ketidakpastian ekonomi yang dapat menyebabkan inflasi dan banyak penyebab lainnya. Tanpa bantuan dan perlindungan, *home industry* bisa meningkatkan nilai uang asing negara. Sementara itu, sektor *home industry* informal dapat berfungsi sebagai pendukung ekonomi masyarakat lapisan bawah. Bisnis kecil, secara umum baik perseorangan ataupun koperasi, memiliki beberapa keunggulan yang menarik, seperti:⁴⁶

- 1) Pemilik juga bisa menjadi manajer yang bekerja sendiri dan mengelola bisnis mereka dengan cara mereka sendiri.
- 2) Sebagian besar dari mereka dapat menciptakan pekerjaan baru, inovasi, sumber daya, dan produk dan jasa baru.
- 3) Pemilik bisnis menanggung risiko bisnis.
- 4) Pertumbuhan yang tidak teratur, lambat, dan kadang-kadang cepat.
- 5) Meskipun fleksibel dalam jangka pendek, fluktuasi biasanya tidak memiliki rencana untuk masa depan.
- 6) Mandiri dalam menentukan biaya produksi barang atau jasa yang diproduksi oleh bisnisnya.
- 7) Prosedur hukumnya tidak kompleks..
- 8) Pajaknya relatif rendah karena pajak bumi dan bangunan, pajak individu atau kontraktor, dan bukan pajak Perusahaan.
- 9) Berhubungan dengan pihak ketiga swasta

⁴⁶ Harimurti Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*. 6-10

- 10) Mudah dalam proses pendirian karena hanya membutuhkan modal.
- 11) Mudah diselesaikan kapan saja jika majikan menginginkannya.
- 12) Sangat mudah bagi pemilik untuk mengelola waktu mereka sendiri dan bebas.
- 13) Pemilik dapat menerima semua keuntungan.
- 14) Secara umum, Anda memiliki kecenderungan untuk bertahan atau survive.
- 15) Merupakan jenis perusahaan yang paling cocok untuk mengelola produk baru, layanan, atau proyek unggulan atau belum pernah dilakukan sebelumnya, sehingga memiliki inovasi terkini saat memulai bisnis.
- 16) Berbagai kemudahan tersedia untuk mendukung kebijakan dan regulasi pemerintah yang mendukung pertumbuhan usaha kecil di Indonesia..
- 17) Setiap saat, variasi bisnis meningkat, dan pasar konsumen terus dieksplorasi oleh pengelola bisnis melalui inovasi dan inovasi mereka.
- 18) Tidak memerlukan investasi yang sangat besar, tenaga kerja yang tidak berpendidikan, fasilitas produksi, atau kebutuhan lainnya yang mahal.

Pengelola industri kecil dapat menghadapi banyak tantangan, beberapa di antaranya terkait dengan faktor internal industri rumahan dan banyak faktor eksternal seperti:

- 1) Secara umum, pengelola Bisnis kecil merasa tidak perlu atau bahkan tidak pernah melakukan studi kelayakan, riset pasar, atau analisis perputaran kas, serta berbagai studi yang diperlukan untuk sebuah bisnis.
- 2) Sistem perencanaan tidak memiliki rencana dalam jangka panjang, sistem akuntansi yang sangat nyaman, kebutuhan anggaran, modal, struktur organisasi dan pendelegasian wewenang. Selain alat-alat manajerial lainnya (perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pekerjaan) yang secara umum selalu dibutuhkan dalam sebuah perusahaan bisnis.
- 3) Kurangnya informasi bisnis, hanya menunjukkan semangat dan intuisi manajer, dan promosi yang lemah.

- 4) Kurangnya pembinaan berupa teknis pelaksanaan kegiatan operasional dan pengawasan kualitas pekerjaan dan produk seringkali bertentangan dengan perintah atau perintah yang berujung pada penolakan klaim atau produk.
- 5) Ada banyak biaya di luar kendali yang tidak terduga dan hutang yang tidak berguna, dan mereka juga tidak diwajibkan ketentuan standar dan pembukuan standar seperti umumnya.
- 6) Kadang-kadang, dan manajer sering memiliki banyak pekerjaan atau karyawan yang bekerja di luar jam kerja normal.
- 7) Kesulitan dengan modal kerja dan tidak tahu berapa biaya yang dibutuhkan untuk modal kerja, yang mengakibatkan perencanaan kas yang buruk.
- 8) Terlalu banyak stok barang, terutama barang yang salah atau tidak laku di pasar.
- 9) Kekayaan pribadi pemilik usaha bertanggung jawab atas risiko dan utang kepada pihak ke tiga.
- 10) Program pengendalian dan perencanaan tidak ada atau tidak ada sama sekali.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh orang lain dan sebanding dengan penelitian yang akan dilakukan. Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan. Dengan mengetahui persamaan dan perbedaan dapat menunjukkan orisinalitas penelitian tersebut. mengenai strategi pengembangan susu kedelai berbasis pengembangan masyarakat di Desa Desaam Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, studi ini bukan yang pertama ada penelitian sebelumnya yang sejenis. Berikut ini adalah daftar penelitian yang mungkin dikumpulkan oleh penulis:

1. Penelitian yang di tulis Suci Dwi Cahyani, Nurul Imamah, Susi Tri Wahyuni dalam jurnal *Bharanomics* yang diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia. Dengan judul "*Strategi Pengembangan Pengelolaan Susu kedelai di Desa Modopuro Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto*" menjelaskan bahwa strategi perlu dilakukan untuk

mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Pada usaha susu kedelai di Desa Maduporo menggunakan strategi inovasi dan penetrasi pasar untuk menjual produk yang sudah ada di pasar. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar produk. *Home industri* susu kedelai meningkatkan pendapatan keluarga, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁴⁷

Oleh karena itu, hal yang paling mendasar yang membedakan penelitian ini dari peneliti yang akan datang adalah subjek yang dikaji. Karya skripsi peneliti berfokus pada strategi pengembangan *home industry* susu kedelai berbasis pemberdayaan masyarakat di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang, sedangkan artikel Suci Dwi Cahyani berfokus pada strategi pengembangan pengelolaan susu kedelai di Desa Modopuro Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto. Selain itu, tujuan rumusan masalah tidak sama dalam penelitian ini. Selain itu, ada beberapa persamaan antara penelitian ini dan skripsi peneliti: keduanya menggunakan strategi pengembangan yang sama dan menggunakan metodologi kualitatif.

2. Penelitian yang di tulis Syaeful Bakhriil, Abdul Aziz, Ummi Khulsum dalam jurnal dimasejati, dengan judul “*Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas manajemen *home industry* Kue Gapit Sampurna Jaya melalui pengembangan strategi usaha yang tepat dan akurat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode kualitatif bersifat deskriptif. Alat analisis yang digunakan adalah melalui analisis SWOT yang digunakan untuk membantu menemukan berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk membuat strategi perusahaan.⁴⁸

⁴⁷ Suci dewi Cahyani, Nurul Imamah, and Suci Tri Wahyuni, ‘Strategi Pengembangan Pengelolahan Susu kedelai Di Desa Modopuro Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto’, ed. by Anggraeni Rahmasari, *Bharanomics*, Vol 3, No (2022) <<http://journal.febubhara-sby.org/bharanomics>>.

⁴⁸ Syaeful Bakhri, Aabdul Aziz, and Umi Khulsum, ‘Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon’, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1 No. (2019).

Oleh karena itu, hal yang paling penting yang membedakan penelitian ini dari yang akan dilakukan adalah pada obyek dan subyek penelitiannya. Karya skripsi penelitian berfokus pada Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan *Home Industry* Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus kepada strategi pengembangan *home industry* yang berbasis pemberdayaan masyarakat khususnya *home industry* susu kedelai di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang. Selain itu tujuan masalah juga berbeda dalam penelitian ini. Sedangkan yang menjadi persamaan antara penelitian tersebut dengan skripsi peneliti adalah kesamaan kajian yaitu strategi pengembangan *home industry* dan kesamaan dalam metodologi penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

3. Penelitian yang di tulis Sumiarti dan Susilawati dalam jurnal *COMM-EDU* (Community Education Journal), dengan judul “*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Usaha Home Industry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*”. penelitian ini menjelaskan pemberdayaan masyarakat merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan potensi dan kemampuan yang dimiliki oleh individu atau masyarakat sehingga mereka dapat meningkatkan taraf hidupnya di masyarakat. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pemaparan secara deskripsi. Teknik dan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut bahwa home industry kerudung yang berada di wiayah Kp. Kihapit Timur RT 03 RW 20 Kelurahan Leuwigajah Kecamatan Cimahi Selatan, dapat memberdayakan masyarakat sekitarnya terutama ibu-ibu rumah tangga, dapat membantu masyarakat yang berekonomi rendah dalam meningkatkan taraf hidupnya dan juga dapat mengurangi pengangguran.⁴⁹

Oleh karena itu, hal yang paling mendasar yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak apada obyek dan subyek penelitiannya. Karya skripsi peneliti berfokus pada

⁴⁹ Suminartini and Susilawati, ‘Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Usaha Home Industry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat’, *COMM-EDU*, Volume.3 N (2020).

pemberdayaan ibu-ibu atau masyarakat sekitar *home industry* dengan mengembangkan skill yang dimiliki masing-masing agar dimanfaatkan yang akan berdampak pada meningkatnya perekonomian mereka. Sedangkan penelitian yang akan di teliti ini fokus kepada strategi pengembangan *home industry* yang berbasis pemberdayaan masyarakat khususnya *home industry* susu kedelai di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten rembang. Selain itu tujuan pembahasan masalah juga berbeda dalam penelitian tersebut. Sedangkan yang menjadi persamaan antara penelitian tersebut dengan skripsi peneliti adalah kesamaan kajian yaitu pemberdayaan masyarakat melalui *home industry* dan kesamaan dalam metodologi penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

4. Penelitian yang di tulis oleh Ajat Saputra, Afif Nurseha, Dewi Syatia Lestari, Hani Fitriani dan Kirey Marladillah dalam jurnal *Indonesian Collaboration Journal of Community Services* dengan judul “*Pemberdayakan Masyarakat Melalui Home Industri keripik Kaca di Desa Pasangrahan, Kecamatan Kasomalang, Kabupaten Subang*” menjelaskan bahwa keberadaan *home industry* keripik kaca di Desa pasangrahan memberikan dampak yang baik buat masyarakat yang tinggal di sekitar *home industry*. Industri rumahan ini memberikan pengaruh yang baik bagi ibu-ibu rumah tangga yang membuat mereka memperoleh keterampilan. Setiap operasi kegiatan *home industry* tangga meliputi distribusi bahan baku, manajemen, proses pembuatan keripik kaca, pemasangan label atau merek dagang, pengemasan dan pemasaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif.⁵⁰

Oleh karena itu hal yang paling mendasar yang membedakan penelitian dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada obyek dan subyek penelitian. Penelitian oleh zulkifli berfokus pada menganalisis alternatif strategi pengembangan dan memilih strategi yang tepat untuk diterapkan pada *home industri* roti Ariefanti yang

⁵⁰ Ajat Saputra and others, ‘4. Pemberdayaan Masyarakat melalui Usaha Home Industry keripik Kaca di Desa Pasangrahan Kecamatan Kasomalang kabupaten Subang’, *Indonesian Collaboration Journal of Community Services*, Volume 2, (2022) <<https://doi.org/https://doi.org/10.53067/icjcs.v2i1>>.

berada di Kabupaten Bone Bolango. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan fokus pada strategi pengembangan *home industry* yang berbasis pemberdayaan masyarakat khususnya pemilik usaha agar usaha *home industry* ini tetap berjalan. *Home industry* ini sebagai wadah untuk memberdayakan masyarakat khususnya pekerja yang bekerja di *home industry* susu kedelai di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang. Selain itu tujuan pembahasan masalah juga berbeda dalam penelitian tersebut. Sedangkan yang menjadi persamaan antara penelitian tersebut dengan skripsi peneliti adalah kesamaan kajian yaitu strategi pengembangan untuk *home industry* dan kesamaan dalam metodologi penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

5. Penelitian yang ditulis oleh Zulkifli Bau dalam skripsi jurusan Agribisnis fakultas pertanian Universitas Negeri Gorontalo, dengan judul “*Strategi Pengembangan Home Industri Roti Di UKM Ariefanti Kabupaten Bone Bolango*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan *home industri* roti Ariefanti yang berada di Kabupaten Bone Bolango, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha industri roti, menganalisis alternatif strategi pengembangan dan memilih strategi yang tepat untuk segera diterapkan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa untuk mengembangkan usaha ini perusahaan harus dapat lebih memfokuskan dengan menjaga kualitas dan melakukan diversifikasi produk baik dari segi rasa dan bentuk produk untuk mempertahankan peluang dengan adanya pelanggan yang tetap setia mengkonsumsi produk ini. Serta menggunakan dan memanfaatkan teknologi terkini dalam melakukan pengembangan usaha ini.⁵¹

Oleh karena itu hal yang paling mendasar yang membedakan penelitian dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada obyek dan subyek penelitian. Penelitian oleh zulkifli berfokus pada menganalisis alternatif strategi pengembangan dan memilih strategi yang tepat

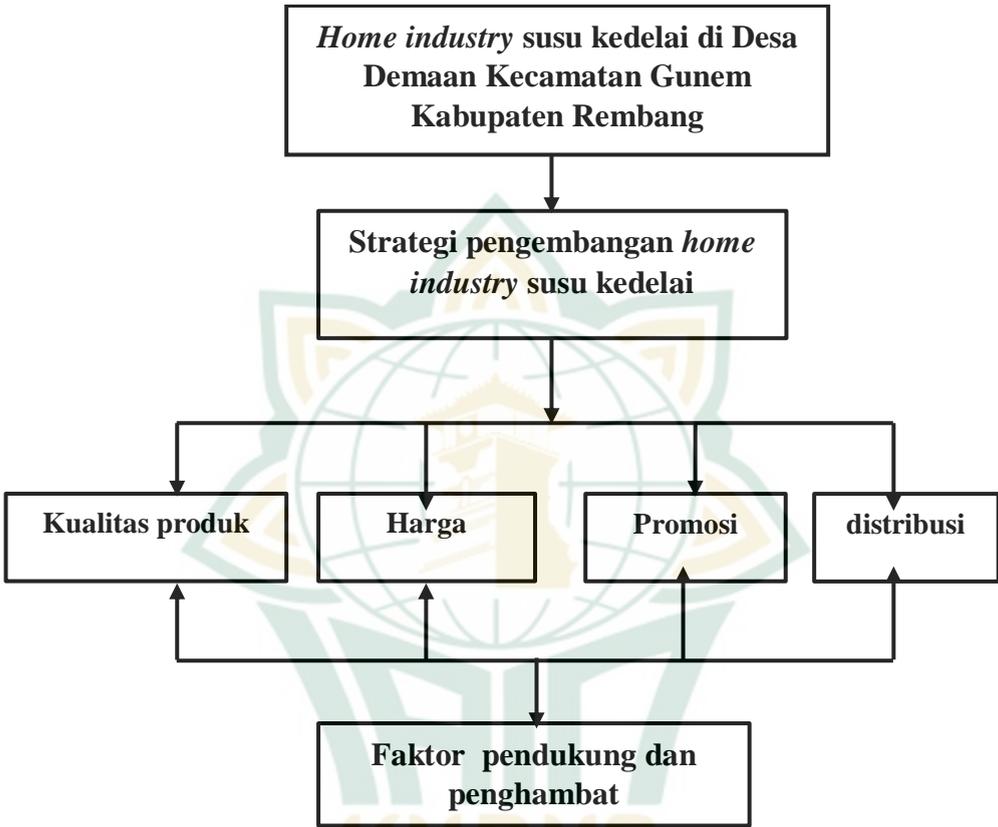
⁵¹ Zulkifli Bau, ‘Strategi Pengembangan Home Industri Roti Di UKM Ariefanti Kabupaten Bone Bolango’, *Skripsi*, 2015
<<https://repository.ung.ac.id/skripsi/show/614410094/strategi-pengembangan-home-industri-rotidi-ukm-quotariefantiquot-kabupaten-bonebolango.html>>.

untuk diterapkan pada *home industri* roti Ariefanti yang berada di Kabupaten Bone Bolango. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan fokus pada strategi pengembangan *home industri* yang berbasis pemberdayaan masyarakat khususnya pemilik usaha agar usaha *home industri* ini tetap berjalan. *Home industri* ini sebagai wadah untuk memberdayakan masyarakat khususnya pekerja yang bekerja di *home industri* susu kedelai di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang. Selain itu tujuan pembahasan masalah juga berbeda dalam penelitian tersebut. Sedangkan yang menjadi persamaan antara penelitian tersebut dengan skripsi peneliti adalah kesamaan kajian yaitu strategi pengembangan untuk *home industri* dan kesamaan dalam metodologi penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan teori tersebut dapat kita gambarkan mengenai proses strategi pengembangan *home industri* susu kedelai berbasis pemberdayaan masyarakat di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang. Berikut kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian.

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir



Ada beberapa alasan mengapa pemberdayaan masyarakat sangat penting, antara lain bagaimana memanfaatkan sumber daya bersama masyarakat secara optimal dan membuat masyarakat berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi. Salah satu metode yang mungkin digunakan untuk melaksanakan pemberdayaan adalah dengan menciptakan wirausaha di bidang industri rumahan (*home industry*). Melihat besarnya pengaruh *home industry* terhadap kesejahteraan masyarakat, salah satu *home industry* yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat adalah *home industry* susu kedelai. Susu kedelai, yang murah dan memiliki nilai gizi tinggi, baik untuk orang tua maupun anak-anak, menjadi pilihan yang baik untuk memulai bisnis susu kedelai. Selain itu, karena harga susu sapi alami jauh lebih mahal daripada susu kedelai, selain itu produk susu kedelai buatan sendiri dapat meningkatkan gizi Anda.

Pentingnya peran strategi dalam pengembangan usaha *home industry* susu kedelai di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang adalah banyaknya pesaing usaha, sehingga pelaku usaha harus menentukan strategi pasar dengan sasaran yang tepat, mampu mengembangkan usahanya. Strategi dan tujuan yang baik dalam mengembangkan usaha dapat meningkatkan pendapatan usaha dan kemampuan bersaing dengan usaha lain.

Ada beberapa strategi pengembangan bisnis yang dapat digunakan oleh *home industry* susu kedelai untuk bisnis mereka, yaitu pertama, strategi produk. Strategi produk adalah upaya untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan atau mengubah jasa yang sudah ada, seperti menambahkan merek, label, dll. Kedua, strategi harga melalui harga dimana harga telah menjadi komponen paling penting yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan. Ketiga, promosi penjualan harus dibuat semenarik mungkin untuk mencapai tujuan meningkatkan penjualan atau menarik pelanggan baru. Hal ini diharapkan volume penjualan akan meningkat. Ke empat, distribusi merupakan aktivitas yang memungkinkan suatu produk, baik barang maupun jasa, dikirim dari satu lokasi ke lokasi lain sehingga dapat didistribusikan secara luas.

Kegiatan usaha *home industry* tidak jauh dari faktor pendukung dan penghambat, yang berkontribusi pada kegagalan atau kelancaran usaha. Ketika membuat keputusan untuk mengembangkan bisnis berbasis *home industry* susu kedelai di desa Demaan, pertimbangkan faktor-faktor yang mendukung dan menghalangi pertumbuhan bisnis tersebut. Cara untuk mengatasi masalah yang muncul dalam masing-masing *home industri* adalah dengan mengidentifikasi kekurangan dalam kinerja, kemudian

mengevaluasi semua kegiatan, dan menemukan solusi atau solusi untuk meningkatkan kinerja di masa depan.

