

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri rumah tangga merupakan suatu usaha rumahan yang memproduksi produk barang yang mempunyai karyawan terbatas. Industri rumah tangga termasuk dalam kategori industri kecil, karena jumlah tenaga kerjanya yang kurang dari 10 orang, teknologi yang digunakan masih sederhana, menggunakan modal yang relatif kecil contohnya industri kerajinan, industri pangan. Dibandingkan dengan golongan bisnis perusahaan sedang dan besar industri rumah tangga memiliki unit usaha yang jauh lebih baik, karena industri rumah tangga dapat mengembangkan kurang lebih 99,19% dari seluruh bisnis di sektor perusahaan serta perusahaan rumah tangga mempunyai daya tahan yang kuat.¹

Industri rumah tangga mempunyai peran yang cukup penting pada perekonomian masyarakat khususnya dalam menggerakkan roda perekonomian desa. Apalagi ditengah-tengah perekonomian yang modern sekarang ini perlu menggerakkan dan mengembangkan potensi pada industri rumah tangga supaya bisa bersaing dengan industri-industri lain. Peran industri rumah tangga tidak hanya mampu meningkatkan perekonomian, tetapi industri rumah tangga juga mampu dalam menyerap sumber daya manusia. Dan secara tidak langsung industri rumah tangga dapat membuka lapangan pekerjaan untuk orang sekitar.²

Industri rumah tangga kerajinan genteng ialah satu diantara sentra industri rumah tangga kerajinan genteng yang memproduksi genteng press dari tanah liat yang ada di Kudus tepatnya ada di Desa Ngembal Kulon sekaligus melakukan pemasaran atau penjualan produk. Produk unggulan pada industri rumah tangga ini yaitu genteng mantili dan genteng kodok. Genteng merupakan sebuah bahan bangunan yang terbentuk dari tanah liat yang digunakan sebagai atap atau penutup pada rumah.

¹ Muhammad Akbar Fatria, "Strategi Pengembangan Industry Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha *Jamur Crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram)," *JOM Fekom* Vol. 4 No. 1 (2017): 284.

² Nur Fadhilah, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* (2019).

Sekarang ini dengan adanya perkembangan zaman atap rumah tidak hanya genteng tetapi banyak juga seperti asbes, seng, galvalun dan masih banyak lagi. Tetapi masih banyak orang-orang yang memilih menggunakan genteng karena memiliki kualitas yang sangat bagus dan membuat suasana rumah menjadi adem jika dibandingkan dengan yang lain. Genteng menjadi peluang bisnis yang menjanjikan karena banyaknya permintaan dari masyarakat yang ingin membangun rumah atau merenovasi rumahnya.³

Perkembangan suatu usaha tentunya memberikan suatu dampak, misalnya pada aspek biaya dan kebutuhan sarana dan prasarana. Persaingan juga tidak dapat diabaikan dengan pengembangan usaha oleh karena itu dibutuhkan kelayakan usaha untuk mengetahui tepat atau tidaknya pengembangan industri rumah tangga kerajinan genteng. Sentra industri rumah tangga kerajinan genteng biasanya dilakukan dengan sistem perorangan. Setiap pengrajin genteng memiliki alat press yang masih tradisional dan ketersediaan sumber daya manusia yang berpengalaman dan ulet pada proses produksi genteng.

Hal tersebut menjadikan perlombaan perusahaan rumah tangga yang satu dengan lainnya akan semakin ketat. Adapun dalam strategi pengembangan dalam memasarkan produknya supaya bisa tetap bertahan serta bisa bersaing untuk bisa menghadapi perubahan-perubahan yang akan datang. Pada industri rumah tangga kerajinan genteng dalam menjalankan usahanya masih sederhana dan tradisional sehingga perlu dirumuskannya strategi yang lebih komprehensif yang dapat dijadikan acuan usahanya lebih lanjut.

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*) merupakan alat yang lazimnya dipakai guna mengulas lingkungan internal dan eksternal secara bersamaan guna mendapatkan pendekatan terstruktur dan dukungan bagi keadaan pengambilan kebijakan. Faktor internal dan eksternal mempunyai keterkaitan yang kuat dalam menemukan strategi pengembangan bisnis. Daya saing industri rumah tangga kerajinan genteng di dukung oleh beberapa faktor antara lain ketersediaan tenaga kerja

³ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat : Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2009), 47.

dan dukungan lain dari warga sekitar berupa penyediaan lahan dan perizinan serta lokasi yang strategis.

Untuk memahami analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, dan Threats*) di sebuah industri rumah tangga kerajinan genteng akan mempunyai sebuah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (*Strenght, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, dan Threats*) yaitu analisis yang bersifat terstruktur dari sebuah faktor kelebihan dan kekurangan di dalam perusahaan serta adanya peluang dan ancaman yang berada diluar organisasi. Jika sudah mengetahui adanya empat kelebihan, kekurangan, peluang serta ancaman maka perusahaan rumah tangga kerajinan genteng dapat memanfaatkan keuntungan dari berbagai peluang serta dapat memperkecil atau mengatasi kelemahan yang dimiliki. Dengan menggunakan analisis SWOT hanya untuk memberikan sebuah arahan bukan untuk memecahkan suatu permasalahan.⁴

Perkembangan industri rumah tangga cukup berkembang tetapi masih terdapat beberapa kendala-kendala dalam proses pengembangannya. Adapun kendala kendala atau permasalahan yang yang dihadapi oleh pelaku industri yang yang menghambat perkembangan industri kecil genteng yaitu:

1. Modal

Modal sangat penting pada suatu industri karena merupakan komponen penting penunjang keberhasilan dalam mengembangkan usahanya. Industri rumah tangga mempunyai modal yang terbatas karena industri rumah tangga merupakan usaha yang dijalankan perorangan atau unit usaha yang sifatnya tertutup. Oleh karena itu hanya mengandalkan modal dari si pemilik saja.

2. Pemasaran

Proses pemasaran pada industri genteng di desa ngemal Kulon masih mengandalkan tengkulak atau ada juga yang melalui *word of mouth* atau penjualan melalui mulut ke mulut biasanya dilakukan ketika orang yang sudah pernah membeli barang ke kita biasanya memberitahu kepada orang lain mengenai barang atau produk kita untuk bisa orang itu membeli barang atau

⁴ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), 107.

produk tersebut kepada kita. Sekarang ini ini persaingan juga sangat ketat banyak yang menjual barang atau produk tersebut dengan harga yang lebih murah tetapi kualitas barang tersebut jauh dibanding kita serta kurangnya penggunaan teknologi dalam memasarkan produk atau barang.

3. Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia yang terbatas juga juga menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi industri rumah tangga. Industri rumah tangga yang dijalankan sebagian besar merupakan usaha keluarga yang dijalankan secara turun temurun. Dan semakin sedikit orang-orang yang berminat untuk menjalankan industri kecil dan lebih memilih untuk kerja di pabrik yang lebih besar. Dengan kualitas sumber daya manusia yang rendah, suatu industri kesulitan dalam mengikuti perkembangan teknologi baru yang dapat meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.⁵

Pada beberapa permasalahan atau kendala yang dihadapi oleh pelaku industri rumah tangga diatas. Dibutuhkannya strategi-strategi agar industri yang dijalankan tersebut bisa maju dan berkembang. Strategi menurut George Steiner, yaitu strategi yang mencakup kegiatan-kegiatan penting yang dibutuhkan dalam mencapai suatu tujuan.⁶ Maka dari itu perlunya melakukan suatu perencanaan strategi terlebih dahulu. Merencanakan suatu strategi sangat penting bagi pelaku industri karena untuk mempersiapkan persaingan dunia industri yang sangat ketat. Perencanaan strategi menurut Kotler dan Armstrong adalah proses dalam menetapkan dan mempertahankan kesesuaian strategi antara sasaran dan daya sebuah kelompok dan adanya peluang marketing yang baru berubah.⁷

⁵ Lilis Sulastri, *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*, (Bandung: LaGood's Publishing, 2016), 14.

⁶ Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2014), 2.

⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 13

Menggunakan strategi pada dunia usaha itu penting dan dalam ekonomi Islam juga tidak melarang menggunakan berbagai strategi untuk bisa memajukan usahanya. Asal tidak menggunakan cara yang salah tidak berperilaku licik, tidak melakukan kebohongan dan penipuan, tidak berbuat batil dan strategi harus terbebas dari tipu daya.⁸ Ekonomi Islam yaitu sebuah bagian ilmu sosial yang bermaksud agar bisa menyelesaikan beberapa masalah ekonomi melalui metode yang selaras dengan syariat Islam dengan terwujudnya kesejahteraan umat manusia. Ekonomi Islam diharapkan dapat melahirkan sistem perekonomian yang adil tumbuh sepadan, bermoral dan berperadaban Islam. Perekonomian Islam tidak hanya mengejar pertumbuhan semata, tetapi lebih condong terdapatnya proporsionalitas agar terwujud kesinambungan perkembangan ekonomi yang bermoral dan berperadaban Islami. Prinsip tauhid merupakan nilai dasar ekonomi islam yang diturunkan ajaran Islam. Prinsip tauhid menciptakan keyakinan adanya kebaikan sikap manusia karena keurahan Allah SWT, dan semua kegiatan manusia termasuk kegiatan ekonomi cuma dalam mengikuti arahan dari Allah SWT. Ada beberapa nilai-nilai tauhid yaitu kepemilikan, keadilan, kerja sama dalam kebaikan, pertumbuhan yang seimbang. Di setiap aktivitas ekonomi nilai keadilan harus digunakan, salah satunya dalam hal berusaha. Dan hasil dalam aktivitas ekonomi seharusnya dapat diberikan batasan supaya tidak berlebihan dan supaya tidak ada kepunyaan pribadi agar tidak ada penimbunan asset yang berlebihan.⁹

Inovasi merupakan suatu ide atau gagasan baru yang digunakan dalam sebuah usaha yang berisi terobosan-terobosan untuk mengembangkan usahanya. Untuk bisa meningkatkan kualitas suatu produk supaya mendapat keunggulan dan manfaat yang lebih baik lagi serta dapat menciptakan pasar baru dan memperluas jangkauan produk.¹⁰

⁸ Maisarah Leli, "Strategi Pemasaran Dalam Islam," *Jurnal At-Tasyri 'iy* Vol. 2 No. 1 (2019): 34.

⁹ Dadang Muljawan, Dkk., *Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2020),3-4.

¹⁰ Anang Firmansyah Dan Anita Roosmawarni, *Kewirausahaan (Dasar Dan Konsep)*, Pasuruan: Qiara Media, 2019), 151.

Industri rumah tangga di desa Ngembal Kulon sangat berkemampuan agar dapat dikembangkan. Bukan cuma memiliki potensi pada penyediaan loker, pemerataan pendapat, tetapi juga berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Industri rumah tangga lebih gampang dibangun oleh masyarakat utamanya masyarakat ekonomi menengah kebawah.¹¹ Lokasi industri juga perlu diperhatikan dalam proses pengembangan industri. Lokasi yang sesuai dapat memberikan kemudahan dalam adanya bahan baku, memudahkan mendapat tenaga kerja. Keberadaan industri rumah tangga tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sektor industri di Indonesia dan kerajinan masyarakat yang berdasarkan sejarah telah terdapat jauh lebih awal dibandingkan dengan industri modern sekarang ini. Meskipun pendapatan industri rumah tangga secara keseluruhan masih relatif kecil tetapi keberadaannya tidak signifikan selama krisis ekonomi.

Desa Ngembal Kulon adalah satu dari beberapa desa yang terdapat di Kabupaten Kudus yang mayoritas masyarakatnya bermatapencanharian sebagai pengrajin genteng. Desa Ngembal Kulon merupakan salah satu dengan penghasil genteng terbanyak. Keberadaan industri genteng di desa ngembal Kulon ini sudah ada terdapat sejak lama dan dijalankan secara turun temurun. Dan untuk sarana prasarana yang digunakan masih tradisional. Dan perkembangan industri genteng di ngembal Kulon ini cukup berkembang dan dapat membantu perekonomian masyarakat.

Untuk pembuatan genteng di desa Ngembal kulon masih terbilang sederhana, tetapi untuk kualitasnya juga sangat bagus dengan bahan baku yang berkualitas. Untuk jenis-jenis genteng yang diproduksi juga bermacam-macam dengan bentuk yang bervariasi serta harga yang bervariasi sesuai dengan kualitas genteng.

Dengan seiring berkembangnya zaman untuk agar tetap bisa mempertahankan eksistensi industri kerajinan genteng para pengrajin ada strategi yang digunakan yaitu dengan strategi pemasaran dan strategi produksi. Dengan menerapkan sistem pemasaran yang baik dapat mempunyai potensi untuk tetap mempertahankan dan meraih keuntungan. Memperluas jangkauan

¹¹ Syaiful Bakhri, *Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan IKM*, (Yogyakarta: K-Media, 2020), 6.

pemasaran, mematok harga yang tidak terlalu mahal dengan menjamin kualitas yang bagus dan menyesuaikan minat konsumen. Melakukan promosi serta menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas genteng yang dibeli.

Penelitian mengenai strategi pengembangan industri rumah tangga sudah pernah dilakukan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Hukma Ratu Purnama dan Tri Abriana Ma'ruf dengan judul "Pengembangan Industri Rumah Tangga Olahan Emping Jagung Desa Sanrobe Kabupaten Takalar," hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengembangan industri rumah tangga dilakukan dalam program pengabdian melalui pemberdayaan masyarakat desa Sanrobe.¹² Penelitian lain juga dilakukan oleh Nurzaman, Syamsu Hadi, dan Ade Rustiana dengan judul "Strategi Pengembangan Industri Kecil (Studi Kasus Pengelolaan Keripik Sermier Super Pak Mudji)," hasil penelitiannya menunjukkan adanya upaya dari pemerintah dalam membantu masyarakat mengembangkan industri yang dimilikinya melalui pelatihan bagi UMKM.¹³ Adapun penelitian lainnya juga dilakukan oleh Ade Onny Siagian dan Trisna Fajar Prasetyo dengan judul "Strategi Pengembangan Kompetisi UKM Di Kabupaten Jombang," hasilnya menunjukkan pengelolaan UKM masih belum maksimal dan diperlukasn strategi yang tepat untuk memaksimalkan UKM dengan mengelola operasionalnya.¹⁴ Dari beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa industri kecil masih banyak dilakukan evaluasi untuk mengembangkan usahanya.

Berdasarkan uraian tersebut, memberikan celah bagi peneliti untuk menelaah lebih lanjut mengenai strategi yang diterapkan dalam mengembangkan industri kecil dengan fokus penelitian ini terletak pada industri rumah tangga genteng di desa Ngembal Kulon, selain itu pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, dan Threats*)

¹² Hukma Ratu Purnama dan Tri Abriana Ma'ruf, "Pengembangan Industri Rumah Tangga Olahan Emping Jagung Desa Sanrobe Kabupaten Takalar," Vol 3 No 1, *Jurnal Pengabdian Bina Ukhuwah*, 2021.

¹³ Nurzaman, Syamsu Hadi, dan Ade Rustiana, "Strategi Pengembangan Industri Kecil (Studi Kasus Pengelolaan Keripik Sermier Super Pak Mudji)," Vol 7 No 1, *Economic Education Analysis Journal*, 2018.

¹⁴ Ade Onny Siagian dan Trisna Fajar Prasetyo, "Strategi Pengembangan Kompetisi UKM Di Kabupaten Jombang," Vol 5 No 4, *Jurnal Akrab Juara*, 2020.

sebagai alat ukur dalam menentukan tepat atau tidaknya strategi pengembangan yang diterapkan.

Adanya berbagai permasalahan-permasalahan yang sudah dijelaskan diatas seperti adanya keterbatasan modal, pemasaran serta kualitas sumber daya manusia. dan diperlukannya strategi agar industri yang dijalankan semakin maju. Serta tetap menggunakan strategi yang diperbolehkan dalam Islam. Yang tidak ada unsur penipuan dan kebohongan dan tidak berbuat batil. Oleh sebab itu peneliti tertarik guna menjalankan riset yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Ummat (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Kerajinan Genteng Desa Ngembal Kulon)”

B. Fokus Penelitian

Riset ini dimaksudkan guna diketahui seberapa tepatnya strategi pengembangan yang dipakai di industri rumah tangga genteng Desa Ngembal Kulon dalam upaya meningkatkan perekonomian ummat. Fokus pada penelitian ini berpusat di Industri Rumah Tangga Genteng Desa Ngembal Kulon dengan menekankan pada strategi pemasaran, strategi produk dan strategi penetapan harga dan memakai analisis SWOT guna diketahui kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang pada industri rumah tangga genteng di Desa Ngembal Kulon, dimana strategi pengembangan tersebut apakah tepat atau tidak diterapkan di industri rumah tangga tersebut apabila dilihat dari kondisi industri rumah tangga tersebut.

C. Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang tersebut, maka pokok permasalahan riset ini yaitu :

1. Bagaimana Kondisi Industri Rumah Tangga Yang Ada Di Desa Ngembal Kulon Pada Saat Ini?
2. Bagaimana Industri Rumah Tangga Kerajinan Genteng Desa Ngembal Kulon Dalam Meningkatkan Perekonomian Ummat?
3. Bagaimana Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Genteng Desa Ngembal Kulon Untuk Meningkatkan Perekonomian Ummat?

D. Tujuan Penelitian

Beracuan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan, maksud riset ini dijalankan diantaranya :

1. Guna diketahui Kondisi Industri Rumah Tangga Yang Ada Di Desa Ngembal Kulon Pada Saat Ini
2. Guna diketahui Industri Rumah Tangga Kerajinan Genteng Desa Ngembal Kulon Dalam Meningkatkan Perekonomian Ummat
3. Guna diketahui Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Genteng Desa Ngembal Kulon Untuk Meningkatkan Perekonomian Ummat

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan maksud riset yang telah dipaparkan, riset ini diharapkan mampu memberikan manfaat berikut ini :

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil kajian ini diharapkan bisa menambah ilmu dan memberikan referensi ilmu pengetahuan mengenai perkembangan industri rumah tangga genteng di Ngembal Kulon dan strategi-strategi dalam proses pengembangan industri rumah tangga.

2. Manfaat Secara Praktis

Faedah yang diinginkan dalam hasil riset ini adalah dapat menjadi masukan atau bahan dasar penelitian tambahan bagi pembaca tentang strategi pengembangan industri rumah tangga agar masyarakat bisa mewujudkan strategi pemasaran yang menarik untuk menjual produknya dan diharapkam dapat membuka lapangan perkerjaan yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

F. Sistematika Penulisan

Tata urutan penyusunan skripsi ditujukan agar mendapat gambar supaya riset ini bisa tertara secara runtut selaras dengan pedoman-pedoman kajian. Sistematika penyusunan skripsi tercakup dari mulai bagian pertama, bagian isi, dan bagian terakhir. Dibawah ini tata urutan yang dipakai pada riset ini yaitu:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini terdiri atas, halaman topik, halaman persembahan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, abstrak,

halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Dalam bagian isi meliputi lima bab yang merupakan bagian terpenting dari skripsi yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab satu meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, maksud riset, faedah riset, dan tata urutan penyusunan skripsi.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Pada bab kedua tercakup mengenai beberap teori yang dipakai pada penyusunan skripsi yang terkait judul riset, kajian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bagian ini meliputi ragam dan pendekatan riset, lokasi dan waktu riset, subjek kajian, sumber data, cara pengumpulan data, uji kebenaran data dan cara telaah data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini meliputi gambaran umum obyek riset data deskripsi riset, proses dan telaah data riset.

BAB V : Penutup

Pada bagian lima berisi tentang ringkasan, saran-saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir meliputi daftar pustka, lampiran meliputi transkrip wawancara, catatan pengamatan, foto dan lain sebagainya.