

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Strategi Pengembangan Industri

a. Pengertian Strategi

Menurut George Steiner, strategi adalah strategi yang mencakup kegiatan-kegiatan penting yang dibutuhkan dalam mencapai suatu tujuan. Lafal strategi bermula dari bahasa Yunani adalah “*Strategos*” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya “*generalship*” atau suatu cara yang dilakukan oleh seorang jenderal untuk bisa memenangkan perang.¹ Menurut Steiner dan Miner, mengatakan bahwa strategi merupakan membentuk sebuah misi pada suatu perusahaan dan merumuskan kebijakan guna mewujudkan sasaran dan memastikan penerapan yang optimal hingga tujuan dan sasaran organisasi dapat.²

Strategi menurut Candler, yaitu salah satu usaha yang dipakai suatu perusahaan guna dapat mencapai suatu tujuan dengan maksud dalam jangka panjang, program yang keberlanjutan serta memprioritaskan adanya alokasi sumber daya. Sedangkan perspektif Stephanie K. Marrus, strategi merupakan suatu proses yang disusun oleh pemimpin dalam menentukan rencana supaya tujuan yang dibuat dapat tercapai dengan fokus pada tujuan jangka panjang organisasi.³

Menurut Tredjo Tripomo, “*A strategy is a roadmap for where an organization wants to go and how it intends to get there*” maksudnya adalah strategi merupakan suatu rancangan yang ingin diwujudkan atau nantinya organisasi tersebut ingin menjadi apa

¹ Rachmat, *Manajemen Strategik*, 2-3.

² Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 3-4.

³ Sesra Budio, “Strategi Manajemen Sekolah,” *Jurnal Menata* Volume 2, No. 2 (2019):58-59.

kedepannya serta bagaimana cara mewujudkan rancangan-rancangan tersebut bisa tercapai.⁴

Dari pemaparan beberapa ahli bisa diambil ringkasan jika strategi ialah sebuah rencana atau rancangan yang dibentuk guna dapat mewujudkan maksud suatu perusahaan yang ingin dicapai.'

b. Strategi Pengembangan

Pengembangan merupakan sebuah upaya guna dapat memajukan kemampuan-kemampuan teoritis, konseptual teknis ataupun moral seseorang selaras dengan kepentingan yang diinginkan.⁵ Strategi pengembangan merupakan suatu usaha yang sudah direncanakan untuk dapat memajukan potensi suatu organisasi dengan menggunakan beberapa teknik dengan menggunakan pengetahuan-pengetahuan yang berasal dari ilmu perilaku.⁶ Persoektif Brown dan Petrello, pengembangan bisnis yaitu suatu usaha dengan menghasilkan barang dan layanan yang diperlukan masyarakat, jika suatu kepentingan masyarakat semakin tinggi maka usaha tersebut juga akan meningkat pada perkembangannya guna memenuhi kepentingan masyarakat. Pandangan Tjiptono, strategi pengembangan ialah suatu dasar yang dibentuk agar dapat mewujudkan maksud perusahaan melalui pengembangan kelebihan daya saing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki, dan program marketing yang dipakai guna melayani sasaran tersebut⁷

Perspektif Kotler terdapat strategi-strategi yang dalam upaya merancang dan melaksanakan strategi pengembangan suatu usaha:

⁴ Nazarudin, *Manajemen Strategik*, (Palembang: NoerFikri Offset, 2018), 3.

⁵ Alyas dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)," *Jurnal Sosiohumaniora*, Volume 19 No. 2, (2017): 114-120.

⁶ Indra Wijaya, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: Sinar Baru, 1989), 244.

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Empat* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015), 23.

1. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler, strategi pemasaran merupakan bentuk dari gambaran serangkaian tugas guna mewujudkan, menyampaikan dan memperkenalkan barang dan layanan bagi pelanggan.⁸ Strategi pemasaran merupakan rencana untuk dapat menentukan mengenai bauran pemasaran, biaya pemasaran, alokasi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan persaingan. Strategi marketing ialah suatu rencana yang keseluruhan yang sesuai dengan bidang pemasaran agar bisa mencapai maksud marketing sebuah industri. Penetapan strategi marketing hendaknya berdasarkan pada telaah lingkungan terkait serta memahami keunggulan dan kekurangan yang dipunyai oleh perusahaan serta beberapa ancaman apa saja yang dihadapi perusahaan. Di sisi itu pula strategi marketing yang telah dilaksanakan membutuhkan penilaian terlebih dahulu apakah sudah selaras dengan keadaan sekarang.⁹

2. Strategi Inovasi

Strategi inovasi merupakan suatu cara dalam menciptakan hal-hal baru yang dapat menghasilkan nilai baru untuk konsumen atau pelanggan. Strategi inovasi menjadi alat dasar sebagai petunjuk bagi inovasi bisnis. Strategi inovasi sangat berperan penting bagi suatu usaha yang dijalankan dengan berinovasi semakin sedikit pula risiko yang akan diterima oleh perusahaan. Dengan menghasilkan inovasi-inovasi baru akan dapat memudahkan pula untuk menarik konsumen karena kita melakukan perbaikan dan perubahan secara berkala terhadap produk yang ditawarkan.¹⁰

⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 10.

⁹ Farida Yulianti, dkk., *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 9.

¹⁰ Tintin Suhaeni, "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan tangan di Kota Bandung,," *Jurnal Riset Bisnis dan Inovasi* Vol. 4 No. 1(2018): 60.

3. Strategi Produk

Dengan seiring berjalannya waktu diperlukannya perubahan sesuai dengan selera dan teknologi terbaru. Strategi produk adalah salah satu metode yang bisa dikembangkan perusahaan dalam menggunakan operasi pabrik yang berkopetensi.¹¹

4. Strategi Penetapan Harga

Harga menjadi salah satu hal yang membuat orang-orang tertarik dengan produk kita atau strategi harga yang diterapkan seperti background pada suatu produk itu sendiri. Karena kebanyakan orang jika ingin membeli suatu produk akan melihat harganya. Jadi strategi penetapan harga pada suatu usaha sangat penting untuk menarik para konsumen.

c. Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, dan Threats*)

Analisis SWOT merupakan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT adalah pengenalan runtutan kelebihan dan kekurangan perusahaan, serta potensi dan ancaman lingkungan eksternal di luar strategi, yang merupakan kombinasi paling baik dari empat faktor. Perspektif Freddy Rangkuti, analisis SWOT yaitu identifikasi terstruktur dari beragam aspek guna merumuskan strategi industri.¹² Analisis ini diacukan dalam keterkaitan atau korelasi elemen internal yakni kelebihan dan kekurangan, dengan elemen luar yakni potensi dan ancaman. Pedoman global yang sering diberikan saat merumuskan adalah memanfaatkan peluang dan kekuatan. Diharapkan analisis ini akan memungkinkan pengembangan rencana jangka panjang dengan menghilangkan atau meminimalisir ancaman dan kekurangan. Analisis ini cenderung untuk menghasilkan rencana jangka pendek, yakni rencana perbaikan. Langkah pertama dalam proses

¹¹ Nambah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Yrama Widya, 2011), 11.

¹² Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 107-108.

pengembangan strategi ialah menganalisis kelebihan, kekurangan, potensi, dan ancaman perusahaan.

Ada empat komponen pokok pada analisis SWOT, yakni :

- 1) *Strength* (S), merupakan suatu kondisi daya atau kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
- 2) *Weakness* (W), merupakan situasi kondisi kelemahan yang ada pada suatu perusahaan.
- 3) *Opportunity* (O), adalah keadaan potensi atau peluang yang bermula dari eksternal perusahaan.
- 4) *Threat* (T), merupakan suatu kondisi yang menjadi ancaman bagi suatu perusahaan yang berasal dari luar perusahaan.¹³
- 5)

Menurut George R. Terry, terdapat alternatif pemilihan strategi diambil dari 6M dalam unsur manajemen yaitu *Man* (Sumber daya manusia), *Money* (Keuangan), *Materials* (Bahan baku), *Machines* (Mesin atau peralatan), *Methods* (Metode atau Prosedur), dan *Market* (Pemasaran).¹⁴

Kekuatan serta kelemahan akan didefinisikan dalam matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Sedangkan hal-hal yang menjadi peluang dan ancaman akan tercermin dalam Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Kombinasi dua matriks melalui diagram SWOT akan mencerminkan posisi perusahaan atau dikenal sebagai penentuan posisi. Posisi itu akan digunakan untuk mengidentifikasi strategi dengan menggunakan matrik SWOT.¹⁵

¹³ Paulus Wardoyo, *Enam Alat Analisis Manajemen*, (Semarang: Semarang University Press, 2011),1.

¹⁴ Baharudin, *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, 2015), 6.

¹⁵ Paulus Wardoyo, *Enam Alat Analisis Manajemen*,2-3.

2. Industri Rumah Tangga

a. Pengertian Industri Rumah tangga

Kata industri berasal dari bahasa Inggris yaitu “*Industry*” dan berasal dari bahasa Perancis kuno yaitu “*Industrie*” yang artinya aktivitas atau kerajinan. Istilah rumah tangga dapat diartikan sebagai tempat tinggal atau segala urusan yang dilakukan di lingkungan rumah. Industri rumah tangga atau yang biasa disebut industri rumahan merupakan suatu jenis usaha yang memproduksi suatu produk atau barang dan bisa disebut dengan perusahaan kecil karena kegiatan industri rumah tangga dipusatkan di rumah.¹⁶ Menurut undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar.

Menurut Badan Pusat Statistik, industri rumah tangga merupakan suatu aktivitas yang dapat mengubah suatu barang menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, atau menjadi barang yang bernilai jual tinggi. Industri rumah tangga ialah suatu kegiatan usaha yang dilakukan di rumah dengan memanfaatkan suatu barang sehingga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan.¹⁷ Kimbal mendefinisikan, industri rumah tangga yaitu sebagai suatu kegiatan keluarga yaitu sebagai komponen-komponen konsumtif dan produktif yang pekerjaannya terdiri paling sedikit dua orang yang sama-sama menanggung pekerjaan, makanan dan tempat berlindung.¹⁸

¹⁶ Saifuddin Zuhri, “Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan,” *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Vol. 2 No. 3 (2013):48.

¹⁷ Muhammad Akbar Fatria, “Strategi Pengembangan Industri Rumah tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram),” *JOM Fekon*, Vol. 4 No. 1 (2017): 285.

¹⁸ Kimbal R. W., *Modal Sosia dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Depublish, 2015), 27.

b. Manfaat Industri Rumah Tangga

Adanya industri rumah tangga memberikan beberapa manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Dapat menyediakan lapangan pekerjaan untuk penduduk sekitar yang memerlukan pekerjaan.
2. Dapat memberikan tambahan pendapatan tidak hanya untuk para pekerja atau kepentingan keluarga saja, tetapi juga untuk anggota anggota keluarga lain.
3. Dapat menghasilkan barang-barang kebutuhan penduduk sekitar secara lebih efisien dan dengan harga yang lebih murah dibanding dengan industri lainnya.

Industri rumah tangga juga mempunyai peran penting untuk sector perekonomian yang dapat memberikan manfaat yaitu dari segi sosial yang sangat bereperan dalam perekonomian. Adapun manfaat industry rumah tangga bagi perekonomian sebagai berikut:

- 1) Membuat peluang usaha yang merata tetapi dengan biaya yang terjangkau.
- 2) Memotivasi munculnya kewirausahaan local bersamaan dapat menghemat sumber daya Negara.
- 3) Penggunaan teknologi padat karya, yang dapat memberikan kesempatan kerja yang lebih luas dibandingkan dengan dengan perusahaan yang lebih besar.¹⁹

c. Industri Rumah Tangga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Manusia didalam islam adalah khalifah atau pemimpin di muka bumi. Islam memandang bahwa bumi dengan segala isisnya merupakan amanah Allah agar digunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Dalam mencapai tujuan ini, Allah memberikan petunjuk melalui para Rasul-Nya. Petunjuk tersebut meliputi

¹⁹ Siti Syahsudarmi, “Analisis Studi kelayakan usaha Pendirian *Home Industry* (Studi Kasus Pada Home Industry “Ollanda brownies” Panam pekanbaru,” *Jurnal Ekonomi dan bisnis* Vol. 11 No. 2(2020): 217.

segala sesuatu yang dibutuhkan manusia baik aqidah, akhlak, maupun syari'ah. Begitupula didalam melakukan kegiatan perekonomian yang dilakukan dapat membawa masalah baik untuk dirinya maupun orang lain.

Kegiatan industri yang dilakukan, proses produksi dalam ilmu ekonomi diistilahkan sebagai kegiatan penciptaan manfaat (*utility*) baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Sedangkan tujuan dari produksi ialah menyediakan barang maupun jasa yang memberikan masalah maksimum bagi konsumen. Tujuan ini dapat diwujudkan dengan berbagai bentuk diantaranya adalah:²⁰

- 1) Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat
- 2) Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya
- 3) Menyediakan persediaan barang dan jasa di masa depan
- 4) Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah

Dari keempat aspek diatas, tujuan produksi yang pertama sangat jelas, yaitu memenuhi kebutuhan manusia pada tingkat moderat. Hal ini akan memberikan setidaknya dua implikasi. Pertama, produsen hanya menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan (*needs*) meskipun belum tentu merupakan keinginan (*wants*) konsumen. Barang dan jasa yang diproduksi hendaknya memiliki manfaat yang riil bagi kehidupan islami bukan sekedar memberikan kepuasan bagi konsumen. Kedua, kualitas produk tidak akan berlebihan, namun hanya sebatas menimbulkan mis-alokasi sumber daya ekonomi dan kemubadziran (*wastage*), tetapi juga menyebabkan terkurasnya sumber daya ekonomi secara cepat.

²⁰ Ifthor, Mahmudi, dan Linawati, "Teori Produksi Dalam Islam", *IQTISODINA: Jurnal Ekonomi Syariah & Hukum Islam*, Vol 5 No 1, 2022, 20.

Menurut Mannan, proses produksi usaha kerjasama antara para anggota masyarakat untuk menghasilkan barang dan jasa bagi kemaslahatan ekonomi mereka. Nilai persaudaraan, apabila diterapkan kedalam lingkungan ekonomi akan melahirkan lingkungan kerjasama, bukan persaingan. Penyebaran yang lebih luar atau sosialisasi sarana produksi, bukan konsentrasi maupun eksploitasi sumber daya alam (dan manusia) lebih lanjut.²¹ Begitupula dalam proses produksi yang dilakukan industri rumah tangga. Segala bentuk kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh industri rumah tangga juga harus memiliki manfaat, tidak hanya semata-mata memaksimalkan keuntungan sebagai motif utama meskipun sangat banyak kegiatan produktif. Tidak seperti halnya konvensional yang dalam kegiatan ekonominya hanya memaksimalkan keuntungan.

Tanggung jawab manusia sebagai khalifah adalah mengelola *resources* yang telah disediakan oleh Allah secara efektif dan efisien sehingga kesejahteraan dan keadilan dapat ditegakkan nilai universal dari ekonomi islam mengenai produksi ialah perintah untuk mencari sumber-sumber yang halal dan baik bagi produksi dan memproduksi serta memanfaatkan hasil produksi pada jalan kebaikan dan tidak mendzalimi pihak lain sehingga tidak mengacu pada kerusakan.

3. Perekonomian Dalam Perspektif Ekonomi Islam

a. Pengertian Perekonomian

Istilah perekonomian berasal dari bahasa yunani, adalah “*oikosnamos*” atau “*oikonomia*” yang artinya manajemen dalam memenuhi kebutuhan hidup dalam rumah tangga. Jadi, ekonomi merupakan pengetahuan tentang perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup dengan sarana-sarana yang terbatas yang memiliki macam-macam fungsi.²²

²¹ Mohammed Aslam Haneef, *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers), 2010, 30.

²² Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 17-18.

Perekonomian Ummat merupakan sekelompok manusia yang mempunyai susunan kehidupan, norma, adat istiadat di lingkungannya dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.²³ Menurut Adam Smith, “*Economics is the art of managing a people's and government's resources*” yang artinya Ekonomi adalah seni mengelola sumber daya rakyat dan pemerintah. Dan ekonomi menurut J.M Keynes yaitu ilmu yang berhubungan mengenai kebijaksanaan dalam upaya mengatasi masalah-masalah yang *urgen* termasuk mengenai masalah-masalah pengangguran.²⁴

Sedangkan pengertian ekonomi menurut Marshal yaitu “*Economics is the study of people going about their daily lives: it looks at the aspects of individual and group behavior that are most closely linked to achievement and the use of material resources*” yang artinya Ekonomi adalah studi tentang orang-orang yang menjalani kehidupan sehari-hari mereka yang mempelajari aspek perilaku individu dan kelompok yang paling erat kaitannya dengan pencapaian dan penggunaan sumber daya material.²⁵

b. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dalam bahasa Arab, sering disebut dengan *al-mu'amalah al-madiyah*, yang artinya suatu aturan-aturan tentang hubungan antar manusia mengenai kebutuhan hidup sehari-hari. Dan sering juga disebut dengan *al-iqtishad*, yaitu sederhana atau hemat, karena yang mengatur tentang soal kehidupan manusia yang sesederhana mungkin. Menurut Muhammad Syauqi al-Fanjari, Ekonomi Islam merupakan suatu kegiatan ekonomi yang sudah dirancang sesuai dengan prinsip-

²³ Arifin Noor, *Ilmu Sosial Dasar Untuk IAIN semua Fakultas dan Jurusan Komponen MKU*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997), 85.

²⁴ Sigit Sardjono, *Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), 16.

²⁵ Ahmad Muhammad Al-‘Assal dan Fathi Ahmad Abdul Karim, *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1999),12.

prinsip ekonomi.²⁶ Ekonomi Islam menurut M. Nur Rianto Al-Arif dan Euis Amalia, yaitu salah satu cara yang terstruktur meneliti dan mempelajari masalah-masalah ekonomi serta interaksi dan perilaku antar manusia. Menurut Muhammad Abduh al-Arabi mendefinisikan ekonomi Islam yaitu dasar-dasar ekonomi yang disimpulkan dari Al-Qur'an dan Hadist.²⁷

Ekonomi Islam menurut Khursid Ahmad dalam “*Studies in Islamic Economic (Perspectif of Islam)*”, yaitu suatu usaha yang sudah terstruktur dalam memahami masalah-masalah ekonomi serta perilaku manusia menurut syariat Islam.²⁸

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu ekonomi yang dilakukan oleh individu, kelompok, masyarakat ataupun pemerintah pada kehidupan sehari-hari untuk mengorganisasikan faktor-faktor produksi, distribusi dan memanfaatkan barang atau jasa yang dihasilkan yang sesuai dengan syariat Islam. Ekonomi Islam secara normatif, dalam ajaran Islam dan sejarah masyarakat Islam ada norma-norma yang sudah terikat dan sudah menjadi panutan masyarakat Islam.

Secara umum, ekonomi Islam merupakan suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh setiap individu dengan mewujudkan serta memelihara maqashid syariah yaitu agama, akal, jiwa dan harta yang sesuai dengan ajaran syariat Islam. Sedangkan secara khusus, ekonomi Islam yaitu suatu cabang ilmu pengetahuan yang dapat membantu mewujudkan kesejahteraan manusia tanpa adanya membatasi kebebasan individu untuk dapat mewujudkan keseimbangan makro ekonomi dan ekologi yang berkesinambungan.²⁹

²⁶ Havis Aravik, *Ekonomi Islam*, (Malang: Empat Dua Kelompok Intrans Pubshing, 2016), 2.

²⁷ Ahmad Dahlan, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2019), 65.

²⁸ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), 7.

²⁹ Alexander Thian, *Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2021), 4.

c. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Prinsip ekonomi Islam yaitu pedoman-pedoman pokok untuk bisa menciptakan struktur-struktur ekonomi yang didapat dari Al-Qur'an dan Hadist. Prinsip ekonomi ini menjadi pedoman bagi individu-individu dalam berperilaku ekonomi. Menurut Abdul Manan terdapat 3 konsep fundamental yang menjadi landasan ekonomi Islam, yaitu tauhid, kepemimpinan (khilafah) dan keadilan ('adalah).

1. Tauhid

Tauhid merupakan suatu gambaran adanya hubungan antara manusia dengan tuhan. Semua kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh seseorang akan selalu terjaga, karena kita selalu ingat bahwa Allah SWT akan selalu melihat semua kegiatan yang kita lakukan. Tauhid menjadi konsep paling mendasar, karena tauhid menjadi dasar implementasi dari semua kegiatan yang berhubungan dengan ibadah, muamalah, muasyarah maupun akhlak. Tauhid mempunyai maksud bahwa Allah adalah pemilik mutlak yang menciptakan seluruh alam semesta ini yang mempunyai tujuan dari semua yang Allah ciptakan.³⁰

2. Kepemimpinan (Khilafah)

Manusia sebagai khalifah Allah SWT memiliki tanggung jawab kepada Allah swt dan nantinya akan diberi pahala dan azab di akhirat nanti sesuai dengan apa yang manusia lakukan semsa hidupnya di dunia. konsep kepemimpinan ini perlu diperhatikan supaya memiliki rasa tanggung jawab di dunia ini dan nantinya akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak.

3. Keadilan ('Adalah)

Keadilan merupakan suatu kondisi dimana semua individu mempunyai kesamaan dalam memperoleh hak ataupun penghargaan. Nilai-nilai keadilan harus diterapkan pada setiap melakukan kegiatan ekonomi salah satunya dalam menjalankan usaha. Dan hasil

³⁰ Catharina Vista, *Ekonomi Syariah: Pengantar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Garudhawaca, 2020), 4.

dalam usaha ekonomi sebaiknya dibatasi agar tidak berlebihan dan supaya tidak ada kepemilikan pribadi agar tidak ada penimbunan harta kekayaan yang berlebihan.

Menurut Metwally, secara garis besar prinsip-prinsip ekonomi Islam antara lain:³¹

1. Semua yang ada di dunia itu semua hanyalah titipan dari Allah SWT. Manusia diharapkan supaya bisa memanfaatkan sebaik mungkin apa yang dipunya sekarang untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup. Dan juga manusia dapat mempertanggung jawabkan semua di akhirat nanti.
2. Dalam Islam kepemilikan pribadi memiliki batas-batas tertentu. Kepemilikan suatu individu dibatasi oleh kepentingan masyarakat dan Islam melarang memperoleh pendapatan yang tidak halal lebih-lebih lagi menjalankan usaha yang dapat menghancurkan orang lain.
3. Islam sangat melarang riba
4. Prinsip pertanggungjawaban akan semua perilaku ekonomi baik secara langsung ataupun tidak secara langsung. Baik ketika hidup di dunia ataupun di akhirat nanti.

d. Perekonomian Ummat Ditinjau dari Ekonomi Islam

Dalam menjalani kehidupan sebagai makhluk yang berakal dan berbudi, setiap orang bercita-cita dapat meraih kesejahteraan dalam hidupnya. Dalam perspektif Islam seluruh gerak langkah perjalanan hidup adalah untuk beribadah kepada Allah dengan berpedoman al-Qur'an dan sunnah sebagai rujukan utamanya. Peranan manusia dalam mencapai kesejahteraan didunia diantaranya diatur melalui dinamika ekonomi. Oleh sebab itu, manusia tidak akan lepas dari dinamika ekonomi yang melingkupi segala aspek kehidupan.³²

³¹ Abdul Aziz, dkk., *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Cirebon: Pustaka Elsi, 2015), 75-76.

³² Bustanul Karim, *Prinsip Pembangunan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: Diandra Keatif), 2018, 1-2.

Ekonomi umat menekankan pada keterlibatan masyarakat dalam proses maupun pemanfaatan hasil secara berkeadilan. Ekonomi umat atau ekonomi masyarakat atau ekonomi kerakyatan juga dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan oleh rakyat kebanyakan atau mayoritas dengan cara swadaya mengelola sumberdaya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan dan dikuasainya.³³ Indikator yang menonjol dari perekonomian umat adalah perilaku partisipatif dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi serta meningkatkan kapasitas sampai dengan pemberdayaan masyarakat.³⁴

Konsep perekonomian masyarakat merupakan bangunan ekonomi yang memfokuskan pada upaya mensejahterakan masyarakat sebagai individu untuk menciptakan kesejahteraan manusia, bukan menciptakan ketimpangan terlebih dahulu baru kemudian pemerataan. Perekonomian umat dalam islam harusnya menyeimbangkan prioritas dalam pertumbuhan ekonomi dengan pemerataan (*growth with equity*) dan pertumbuhan itu sendiri (*growth an sich*) sebab pertumbuhan ekonomi tidak menggambarkan kesejahteraan secara menyeluruh, terlebih apabila pendapatan dan faktor produksi banyak terpusat bagi sekelompok kecil masyarakat.³⁵ Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan dan pemerataan merupakan hal yang sangat penting dalam perekonomian umat dan harus ditingkatkan secara bersamaan, selain itu apabila terdapat kelompok masyarakat yang berpenghasilan lebih tinggi hendaknya mampu membagi pada kelompok yang pendapatannya lebih rendah sehingga terciptalah pemerataan dalam kehidupan masyarakat. Seperti dijelaskan dalam surat An-Nahl ayat 71, hal ini dapat dijadikan sebagai salah satu landasan untuk membangun

³³ Nikmatul Masruroh dan Agung Parmono, *Menggali Potensi Desa Berbasis Ekonomi Kerakyatan*, (Surabaya: Jakad Publishing), 2018, 19.

³⁴ Rukin, *Pembangaunan Perekonomian Masyarakat Desa Mandiri*, (Sidoarjo: Zifatama Jawara), 2019, 16.

³⁵ Rizal Muttaqin, "Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Islam", Maro, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 1 No 2, 2018, 120.

konsep perekonomian masyarakat dalam Islam. Adapun surat An-Nahl ayat 71 berbunyi:³⁶

وَاللَّهُ فَضَّلَ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ فِي الرِّزْقِ ۖ فَمَا الَّذِينَ فُضِّلُوا
بِرَادِي رِزْقِهِمْ عَلَى مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ فَهُمْ فِيهِ سَوَاءٌ ۗ أَفَبِنِعْمَةِ
اللَّهِ يَجْحَدُونَ

Artinya : “Dan Allah melebihkan sebahagian kamu dari sebagian yang lain dalam hal rezki, tetapi orang-orang yang dilebihkan (rezkinya itu) tidak mau memberikan rezki mereka kepada budak-budak yang mereka miliki, agar mereka sama (merasakan) rezki itu. Maka mengapa mereka mengingkari nikmat Allah.” (Q.S An-Nahl:71)

Dalam ayat diatas Allah SWT menjelaskan bahwa Allah melebihkan rezeki sebagian manusia dari sebagian yang lain. Artinya, ada manusia yang kaya, ada pula yang fakir, ada manusia yang menguasai sumber-sumber rezeki dan ada manusia yang tidak memperoleh rezeki yang mamdai bagi kehidupannya. Semua itu bertujuan agar satu sama lainnya saling menolong karena manusia merupakan makhluk yang saling membutuhkan. Ayat diatas juga menjelaskan bahwa diantara orang-orang yang diberi rezeki lebih ada yang tidak mau memberikan sedikitpun rezekinya kepada orang-orang yang bekerja padanya yang semestinya mendapat bagian dari mereka. Padahal diantara orang yang diberikan rezeki lebih dan budak-budak sama-sama berhak atas rezeki tersebut. Ayat tersebut sudah jelas dalam menjelaskan bahwa sepatasnya rezeki itu didistribusikan secara adil dan merata kepada semua pihak. Selain ayat di atas yang menjadi dasar dari konsep perekonomian masyarakat, terdapat juga pada surat Al-Hadid : 7 yang berbunyi:

³⁶ Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta : PT Sygma Examedia Arkanleema), 274.

اٰمِنُوْا بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ ۙ وَاَنْفِقُوْا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَحْلِفِيْنَ فِيْهِ ۗ
 فَالَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَاَنْفَقُوْا لَهُمْ اَجْرٌ كَبِيْرٌ ۙ

Artinya : “Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.” (Q.S Al-Hadid : 7).³⁷

Pada ayat diatas menjelaskan bahwa harta yang dimiliki manusia pada dasarnya bukan miliknya melainkan harta tersebut hanyalah titipan dari Allah SWT. Ayat diatas juga menjelaskan bahwasanya Allah SWT ingin melihat bagaimana manusia ketika diberikan titipan berupa harta dan Allah memerintahkan kepada hambanya untuk beriman dengan menginfakkan harta yang telah dititipkan kepadanya, dan Allah menjanjikan pahala yang besar apabila hambanya menginfakkan sebagian harta yang dimilikinya.

Al-Qur'an menganjurkan orang Islam agar dapat menguasai dan mengembangkan sektor dan aktivitas perekonomian dalam skala yang besar dan komprehensif, seperti industri, jasa keuangan, pertanian, perdagangan, dan lain sebagainya, yang ditunjukkan untuk tujuan dan kepentingan sesame. Dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, di dalam Al-Qur'an telah melarang umat Islam dari menggunakan metode yang dilarang seperti riba, penipuan, perjudian, penyuapan atau dengan menggunakan metode yang salah lainnya. Dan pada aspek ekonomi Islam menonjolkan kualitas termasuk solidaritas, keseimbangan, kebebasan berfikir dan tanggung jawab.

³⁷ Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahnya*, 538.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1.	Hukma Ratu Purnama dan Tri Abriana Ma'ruf Jurnal Pengabdian Bina Ukhuwah. Vol 3 Nomor 1 (2021)	Pengembangan Industri Rumah Tangga Olahan Emping Jagung Desa Sanrobe Kabupaten Takalar	Penelitian ini bertujuan untuk melakukan program pengabdian dengan melakukan upaya pemberdayaan terhadap masyarakat desa. Program pengembangan industri rumah tangga ini dilakukan agar masyarakat desa dapat meningkatkan pengetahuan serta ketrampilan dalam menjalankan usaha dalam meningkatkan pendapatan ekonomi.
<p>Persamaan: Ruang lingkupnya sama-sama membahas mengenai pengembangan industri rumah tangga.</p> <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi penelitiannya berbeda b. Obyek yang diteliti industri rumah tangga kerajinan bamboo c. Pada penelitian ini lebih menekankan pada pengembangan industri rumah tangga dengan menggunakan program pengabdian masyarakat dalam meningkatkan pendapatan ekonomi mereka 			
2.	Tati Atmayanti, Baiq Dewi Lita Andiana Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol. 5, No. 1 Juni 2021	Strategi Pengembangan Home Industry Era New Normal Pandemi Covid 19 Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama(KUBE))	Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa masih perlunya meningkatkan strategi bauran pemasaran yaitu : jenis produk yang unik, tempat usaha yang memadai, harga yang terjangkau serta melakukan promosi

		<p>“Arjanjang”Desa Selebung Ketangga, Kabupaten Lombok Timur)</p>	<p>secara online. Dan strategi pengembangan <i>home industry</i> pada KUBE “Arjanjang” pada posisi kuadran I yaitu <i>growth strategy</i> adalah meningkatkan kualitas produksi hasil olahan jantung pisang dengan memanfaatkan potensi yang dapat memberikan inovasi terbaru dalam berproduksi sehingga tercipta berbagai varian rasa, peningkatan kualitas SDM yang memadai sehingga mampu memberikan sentuhan baru pada tampilan produk, seperti pengemasan, promosi, pemanfaatan media digital dan mempunyai kemampuan dalam pengelolaan (manajemen) yang handal.</p>
	<p>Persamaan: Ruang lingkupnya sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan industri rumah tangga.</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Lokasi penelitiannya berbeda b. Pada penelitian ini lebih menekankan pada pembentukan kelompok usaha bersama untuk meningkatkan pendapatan dan hanya menggunakan strategi inovasi serta untuk strategi pemsarannya itu masih perlu ditingkatkan lagi c. Obyek penelitiannya yang berbeda 		
<p>3.</p>	<p>Nurzaman, Syamsu Hadi, Ade Rustiana</p>	<p>Strategi Pengembangan</p>	<p>Hasil penelitian ini yaitu strategi</p>

	Economic Education Analysis Journal 7 (1) (2018)	Industri Kecil (Studi Kasus Pengelolaan Keripik Sermier Super Pak Mudji).	pemasaran yang digunakan masih sederhana dengan sistem dari mulut ke mulut, proses produksi masih menggunakan alat-alat tradisional belum menggunakan tenaga listrik. Upaya yang sudah dilakukan oleh pemerintah dalam membantu masyarakat dalam melakukan pengembangan industri guna untuk menaikkan omset pada pengusaha yaitu memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM.
	<p>Persamaan: Ruang lingkungnya sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan.</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lokasi penelitiannya berbeda Penelitian ini hanya menekankan pada pengelolaan dan proses produksi saja dimana masih perlu mengembangkan inovasi produknya. 		
4.	Erna Retna Rahadjeng, Kenny Roz, Chalimatuz Sa'diyah SNHRP-II : Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian, Ke-II, 2019	Pengembangan Industri Rumah Tangga Berbasis Teknologi	Pada penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam membuat laporan keuangan berbasis komputerisasi dalam hal ini sangat penting dalam proses mengembangkan suatu industri rumah tangga

	<p>Persamaan: Ruang lingkupnya sama-sama membahas mengenai pengembangan Industri Rumah tangga.</p> <p>Perbedaan</p> <ol style="list-style-type: none"> Obyek yang diteliti berbeda yaitu usaha roti tanjung Pada penelitian ini lebih menekankan pada kemampuan dalam membuat catatan laporan keuangan dalam mengembangkan industri rumah tangga 		
5.	Ade Onny Siagian, Trisna Fajar Prasetyo Jurnal Akrab Juara Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020	Strategi Pengembangan Kompetisi Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Jombang	Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi operasional yang tepat untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) serta mengevaluasi kompetisi yang meliputi aspek operasional UKM dilakukan secara professional. Yang dimana pada penelitian ini pengelolaan Usaha Kecil Menengah (UKM) masih belum maksimal.
	<p>Persamaan: Ruang lingkupnya sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan.</p> <p>Perbedaan: Pada penelitian ini lebih menekankan pada peningkatan aspek pengelolaan operasionalnya</p>		

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan gambaran atau alur yang digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan permasalahan akan diselesaikan ke arah mana. Pada umumnya setiap industri rumah tangga memiliki dan memerlukan strategi untuk bisa bersaing dan mengembangkan industri tersebut dan pastinya setiap industri rumah tangga mempunyai permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelaku industri tersebut. Begitu pula yang dilakukan oleh industri rumah tangga dengan menganalisa strategi pengembangan dalam upaya meningkatkan perekonomian umat harus direncanakan dengan matang dan dilakukan dengan tepat oleh industri rumah tangga. Strategi yang digunakan ada dua yaitu dengan strategi pengembangan yang meliputi strategi pemasaran, strategi produk dan strategi penetapan harga serta menggunakan analisis SWOT. Apabila industri rumah tangga mampu memberikan solusi-solusi terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi serta berhasil melakukan strategi pengembangan dengan baik bukan tidak mungkin industri rumah tangga dapat membantu masyarakat dalam hal mendapatkan pendapatan serta kesejahteraan hidup masyarakat yang dapat berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat itu sendiri. Penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka berfikir sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

