

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.² Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting.

Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit. Mengenai definisi strategi berikut ini akan disebutkan beberapa definisi: Menurut Alfred Chandler strategi adalah penetapan sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menurut *Kenneth Andrew* strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti

¹ Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktek, (Jakarta: GemaInsani, 2001), Cet. 1 hal: 153-157

² Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000) hal: 17

menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut. Buzzel dan Gale mengungkapkan bahwa strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.³

Menurut Konichi Ohinea strategi bisnis adalah keunggulan bersaing satu-satunya maksud perencanaan memperoleh, seefesien mungkin, kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya. Jadi, strategi perusahaan merupakan upaya mengubah kekuatan perusahaan yang sebanding dengan kekuatan pesaing-pesaingnya, dengan cara yang paling efesien. Menurut Griffin strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. (*Strategi is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals*).⁴

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajemen dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁵ Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin yang busa dalam merumuskan strategi yang digunakan. Strategi perusahaan sangat tergantung dari tujuan perusahaan, keadaan dan lingkungan yang ada. Strategi adalah keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran dan mengarah pengembangan rencana marketing yang terinci.⁶

³ Agustinus Sri Wahyudi. *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Binarupa Aksara,1996)

⁴ Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009) 339

⁵ Setyo Soedrajat, *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, (Jakarta: Ikral Mandiri Abadi,1994), 17

⁶ Philip Kotler. *Marketing Management*, (Jakarta: Pren Hallindo,1997), 8.

b. Jenis-jenis Strategi

Terdapat lima jenis strategi, yaitu:

1) Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban.

2) Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

3) Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan atau anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

4) Strategi integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan-perusahaan.

5) Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi baik konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud disini adalah perusahaan memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan dimiliki. Sementara

diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerat (korporat).⁷

c. Komponen-komponen Strategi

Mengenai komponen-komponen atau unsur-unsur dari strategi dapatlah kiranya dinyatakan bahwa suatu perusahaan harus mempunyai unsur-unsur penting sebagai berikut:

- 1) Arena, yaitu dimana perusahaan selalu aktif dalam menjalankan aktivitasnya, yang merupakan area produk pasar dimana perusahaan beroperasi seperti inti atau *core* teknologi dan penciptaan nilai.
- 2) Sarana kendaraan, yang digunakan untuk dapat mencapai dan menjangkau arena sasaran seperti pengembangan internal, aliansi, akuisisi dan *joint venture*.
- 3) Unsur pembeda, yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan sehingga perusahaan dapat menang dalam bersaing seperti mode, citra dan cepat tembus pasar (masuk pasar).
- 4) Tahap rencana, yang menggambarkan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan waktu seperti konstruksi, uji coba dan masuk pasar.
- 5) Gagasan logik, yang menggambarkan hasil akan dapat dicapai dengan logika ekonomi yang menekankan pada manfaat atau keuntungan yang dihasilkan seperti replikasi, layanan premium dan skala ekonomi.

Strategi yang dibangun dan disusun secara baik berisi pula lima komponen yaitu diantaranya sebagai berikut:

- 1) Lingkup dari suatu perusahaan untuk diperluas dari domain stratejik, yang mencakup jumlah dan jenis industri, lini produk dan segmen pasar bersaing atau rencana untuk dimasuki dari dimensi-dimensi tersebut.
- 2) Tujuan dan sasaran, dimana strategi harus dapat dirinci dalam menjalankannya pada satu atau lebih dimensi dari kinerja seperti volume, pertumbuhan, kontribusi laba atau *Return On Investment* (ROI).
- 3) Penyebaran dan pengalokasian sumber daya, dimana setiap perusahaan akan menghadapi keterbatasan

⁷ Hari Suminto, *Pemasaran Blak-blakan*, (Batam: Inter Aksara, 2002), 2

sumber daya manusia dan keuangan sehingga perlu disiapkan suatu strategi untuk menetapkan keputusan mengenai bagaimana dapat dicapainya dan dialokasikannya sumber daya tersebut di antara bisnis, produk pasar, bagian-bagian fungsional dan kegiatan atau aktivitas di dalam setiap bisnis atau produk pasar.

- 4) Pengidentifikasian keunggulan bersaing yang berkelanjutan, dengan penetapan strategi yang menspesifikasikan bagaimana perusahaan akan bersaing dalam setiap bisnis dan produk pasar di dalam bidang bisnisnya, terutama dengan mengembangkan dan mempertahankan keunggulan yang berbeda di atas atau melebihi para pesaing yang ada dan pesaing potensialnya.
- 5) Sinergi, yang dilakukan perusahaan yang saling melengkapi bisnisnya, produk pasar, penyebaran atau pengalokasian sumber daya dan saling melengkapi kompetensi serta saling memperkuat satu dengan yang lainnya. Dengan demikian perusahaan mampu meningkatkan kinerja keseluruhan guna meningkatkan kinerja bisnis yang terkait dan pada akhirnya keseluruhan bisnis perusahaan akan menjadi lebih besar lagi.⁸

d. Macam-macam Strategi

Strategi sendiri merupakan suatu kerangka kerja yang dapat digunakan untuk menyelesaikan setiap masalah dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama berkaitan dengan persaingan. Dalam pembahasan skripsi ini mengambil kelompok strategi intensif mengenai strategi-strategi Penetrasi Pasar, Pengembangan Pasar dan Pengembangan Produk adalah tiga strategi yang dikelompokkan ke dalam strategi Intensive. Disebut demikian karena strategi-strategi ini dalam implementasinya memerlukan usaha-usaha intensif untuk meningkatkan posisi persaingan usaha melalui produk-produk yang ada. ketiga strategi intensif tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1) Strategi Penetrasi Pasar

Strategi ini berusaha untuk meningkatkan market share suatu produk atau jasa melalui usaha-usaha

⁸ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013, 64.

pemasaran yang lebih besar. Strategi ini dapat diimplementasikan baik secara sendiri-sendiri atau bersama dengan strategi lain guna menambah jumlah tenaga penjual, biaya iklan, atau usaha-usaha promosi lainnya. Tujuan dari adanya strategi ini yakni untuk meningkatkan pangsa pasar dengan usaha pemasaran yang maksimal.

2) Strategi Pengembangan Pasar

Bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk atau jasa yang ada ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru. Dalam perspektif global, pengembangan pasar berskala internasional sudah banyak dilakukan oleh perusahaan. Tujuan dengan adanya strategi ini yakni untuk memperbesar pangsa pasar. Hal ini dapat dilakukan jika memiliki distribusi terjadi kelebihan kapasitas produksi, pendapatan laba yang sesuai dengan harapan, serta adanya pasar baru atau pasar belum jenuh.

3) Strategi Pengembangan Produk

Strategi ini merupakan strategi yang bertujuan agar perusahaan dapat meningkatkan penjualan dengan cara meningkatkan atau memodifikasikan produk-produk atau jasa-jasa yang ada. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memperbaiki dan mengembangkan produk yang sudah ada.⁹

2. Peningkatan Ekonomi

a. Pengertian Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan upaya peningkatan kapasitas produksi untuk mencapai penambahan output, yang diukur menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu wilayah.¹⁰

Pertumbuhan ekonomi adalah proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang. Tekanannya pada tiga aspek, yaitu: proses, output perkapita dan jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi adalah suatu proses, bukan suatu gambaran ekonomi pada suatu saat. Disini kita melihat aspek

⁹ Husein Umar, *Strategic Management In Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), 45.

¹⁰ Rahardjo Adisasmita, *“Teori-Teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan wilayah”*, cetakan pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013, 4.

dinamis dari suatu perekonomian, yaitu bagaimana suatu perekonomian berkembang atau berubah dari waktu ke waktu. Tekanannya ada pada perubahan atau perkembangan itu sendiri.¹¹

Menurut Prof. Simon Kuznets, pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan kapasitas jangka panjang dari negara yang bersangkutan untuk menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya. Kenaikan kapasitas tersebut dimungkinkan oleh adanya kemajuan atau penyesuaian penyesuaian teknologi, intitusional dan ideologi terhadap berbagai keadaan yang ada.¹²

Perkembangan ekonomi mengandung arti yang lebih luas serta mencakup perubahan pada susunan ekonomi masyarakat secara menyeluruh. Pembangunan ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan kenaikan pendapatan riil perkapita penduduk suatu negara dalam jangka panjang yang disertai oleh perbaikan sistem kelembagaan. Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses yang berarti perubahan yang terjadi terus menerus, usaha untuk menaikkan pendapatan perkapita, kenaikan pendapatan perkapita harus terus berlangsung dalam jangka panjang dan yang terakhir perbaikan sistem kelembagaan disegala bidang (misalnya ekonomi, politik, hukum, sosial, dan budaya). Sistem ini bisa ditinjau dari dua aspek yaitu: aspek perbaikan dibidang organisasi (institusi) dan perbaikan dibidang regulasi baik legal formal maupun informal.¹³

Dalam hal Ini, berarti pembangunan ekonomi merupakan suatu usaha tindakan aktif yang harus dilakukan oleh suatu negara dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita. Dengan demikian, sangat dibutuhkan peran serta masyarakat, pemerintah, dan semua elemen yang terdapat dalam suatu negara untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan.

Dari berbagai teori pertumbuhan yang ada yakni teori Harold Domar, Neoklasik, dari Solow, dan teori endogen oleh

¹¹ Boediono, "Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 4, Teori Pertumbuhan Ekonomi", BPFE, Yogyakarta, 1999, 1.

¹² Michael Todaro, *Pembangunan Ekonomi Di dunia Ketiga*, Erlangga, Jakarta, 2000, 44

¹³ Lincoln Arsyad, *Ekonomi Pembangunan*, STIE YKPN, Yogyakarta, 1999, 12

Romer, bahwasanya terdapat tiga faktor atau komponen utama dalam pertumbuhan ekonomi.¹⁴ Ketiganya adalah:

- 1) Akumulasi modal, yang meliputi semua bentuk atau jenis investasi baru yang ditanamkan pada tanah, peralatan fisik, dan modal atau sumber daya manusia.
- 2) Pertumbuhan penduduk, yang beberapa tahun selanjutnya akan memperbanyak jumlah angkatan kerja.
- 3) Kemajuan teknologi Pembangunan daerah dilaksanakan untuk mencapai tiga tujuan penting, yaitu mencapai pertumbuhan (*growth*), pemerataan (*equity*), dan keberlanjutan (*sustainability*).¹⁵
 - a) Pertumbuhan (*growth*), tujuan yang pertama adalah pertumbuhan ditentukan sampai dimana kelangkaan sumber daya dapat terjadi atas sumber daya manusia, peralatan, dan sumber daya alam dapat dialokasikan secara maksimal dan dimanfaatkan untuk meningkatkan kegiatan produktif.
 - b) Pemerataan (*equity*), dalam hal ini mempunyai implikasi dalam pencapaian pada tujuan yang ketiga, sumber daya dapat berkelanjutan maka tidak boleh terfokus hanya pada satu daerah saja sehingga manfaat yang diperoleh dari pertumbuhan dapat dinikmati semua pihak dengan adanya pemerataan.
 - c) Berkelanjutan (*sustainability*), sedangkan tujuan berkelanjutan, pembangunan daerah harus memenuhi syarat-syarat bahwa penggunaan sumber daya baik yang ditransaksikan melalui sistem pasar maupun diluar sistem pasar harus tidak melampaui kapasitas kemampuan produksi.

Pembangunan daerah dan pembangunan sektoral perlu selalu dilaksanakan dengan selaras, sehingga pembangunan sektoral yang berlangsung di daerah-daerah, benar-benar dengan potensi dan prioritas daerah. Untuk keseluruhan pembangunan, daerah juga benar-benar merupakan satu

¹⁴ Michael Todaro, *Pembangunan Ekonomi Di dunia Ketiga*, 92

¹⁵ Fitrah Afrizal, *Analisis Pengaruh Tingkat Investasi, Belanja Pemerintah dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2001-2011*, Makasar, 12.

kesatuan politik, ekonomi, sosial, budaya dan pertahanan keamanan didalam mewujudkan tujuan nasional.

3. Pemberdayaan Masyarakat

a. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Pengertian pemberdayaan yang dikemukakan oleh Mc. Ardle yang dikutip oleh Harry Hikmat yaitu sebagai proses pengambilan keputusan orang-orang yang secara konsekuen melaksanakan keputusan-keputusan yang telah diambil tersebut. Orang-orang yang telah mencapai tujuan kolektif diberdayakan melalui kemandiriannya, bahkan merupakan sebuah keharusan untuk lebih diberdayakan melalui usaha mereka sendiri dan akumulasi pengetahuan, keterampilan dan sumber daya lainnya. Hal itu dalam rangka mencapai tujuan mereka tanpa bergantung pada pertolongan eksternal. Namun pengertian yang dikemukakan oleh Mc. Ardle bukan bertujuan untuk mencapai sebuah tujuan semata, namun lebih mementingkan makna sebuah proses dalam pengambilan keputusan sebagai langkah untuk mencapai tujuan.¹⁶

Istilah lain keberdayaan dalam konteks pengembangan masyarakat adalah kemampuan individu yang bersenyawa dengan individu-individu lainnya dalam masyarakat untuk membangun keberdayaan diri mereka yang bersangkutan. Memberdayakan masyarakat adalah langkah atau proses mengupayakan unsur- unsur keberdayaan dalam masyarakat sehingga mereka mampu meningkatkan harkat dan martabat dan keluar dari sebuah ketergantungan yang mengkondisikan mereka dalam perangkap kemiskinan dan keterbelakangan, atau dengan istilah lain memandirikan masyarakat.¹⁷

Menurut Parsons yang dikutip oleh Suharto, pemberdayaan yaitu sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas, mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan-keterampilan, pengetahuan dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan orang lain yang menjadi perhatiannya. Sedangkan pendapat Ife yang dikutip oleh Suharto, pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan

¹⁶ Harry Hikmat, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat* (Bandung: Humaniora Utama Press, 2010), 3.

¹⁷ Anwar, *Manajemen Pemberdayaan Perempuan* (Bandung: Alfabeta, 2007), 1.

kekuasaan orang-orang yang lemah atau tidak beruntung. Para petani sebagai orang-orang yang lemah, diberdayakan agar mereka mampu meningkatkan kekuasaan mereka atas potensi yang mereka miliki. Kekuasaan mereka mampu keluar dari ketergantungan pada pupuk kimia dan pestisida kimia.¹⁸

Menurut Eddy Papilaya yang dikutip oleh Zubaedi, bahwa Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, dengan mendorong, memptivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkan potensi itu menjadi tindakan nyata.¹⁹ Selaras dengan yang diungkapkan oleh Zubaedi, bahwa Ginandjar Kartasasmitha menyatakan bahwa pemberdayaan adalah suatu upaya untuk membangun daya itu, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.²⁰ Pemberdayaan menurut Esrom Aritonang yaitu pemberdayaan sebagai usaha untuk mengembangkan kekuatan atau kemampuan (daya) potensi, sumberdaya masyarakat agar membela dirinya.²¹ Pemberdayaan dapat diartikan sebagai pemberi daya (*Empowerment*) atau penguatan (*Strengthening*). Masyarakat berasal dari Bahasa Inggris yaitu *society* yang berarti kawan, dan berasal dari Bahasa Arab yaitu syik yang berarti bergaul.²²

Sumodiningrat berpendapat bahwa Pemberdayaan Masyarakat harus dilakukan melalui 3 (tiga) jalur, yaitu: (1) Menciptakan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*Enabling*); (2) Menguatkan potensi dan daya yang dimiliki masyarakat (*Empowering*); (3) Memberikan perlindungan (*Protecting*). Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar mampu mewujudkan kemandirian dan melepaskan diri dari belenggu kemiskinan serta

¹⁸ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat, Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2005), 58.

¹⁹ Zubaedi, *Wacana Pembangunan Alternatif: Ragam Prespektif Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Jakarta: Ar Ruzz Media, 2007), 42.

²⁰ Ginandjar Kartasasmitha, *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: PT Pusaka Cisendo, 1996), 145.

²¹ Esrom Aritonang, dkk, *Pendampingan Komunitas Pedesaan*, (Jakarta: Sekretariat Bina Desa, 2001), 9.

²² M. Munandar Soelaeman, *Ilmu Sosial Dasar* (Bandung, PT Refika Aditama, 2009) 122

keterbelakangan.²³ Dalam konteks pembangunan desa, pemberdayaan merupakan upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam hal kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.²⁴ Pemberdayaan Masyarakat sebagai sebuah strategi sekarang telah banyak di terima bahkan telah berkembang dalam berbagai literature di dunia barat. Pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah konsep pembangunan merangkum nilai-nilai sosial dan budaya yang berkembang dinamis di masyarakat dan mencerminkan paradigm pembangunan yang bersifat *people centered* atau berpusat kepada masyarakat sebagai subjek dan pelaku pembangunan. Secara konseptual pemberdayaan masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keeterbelakangan dengan kata lain memberdayakan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat.²⁵

Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk memberdayakan masyarakat sehingga terjadi peningkatan kualitas sumberdaya manusia. Ketercapaian tujuan pemberdayaan masyarakat di pengaruhi oleh strategi yang di gunakan dalam proses pembelajaran yang melibatkan partisipasi aktif dari anggota bertujuan agar anggota tidak sekedar mengetahui informasi tetapi memahami proses yang berlangsung sehingga dapat menyalurkan informasi dan pengetahuan tersebut kepada pihak lain.²⁶

Pemberdayaan Masyarakat Menurut Ibrahim, terdapat 6 Faktor utama hambatan dalam inovasi pemberdayaan, yaitu:

- 1) Pertama kurang tepatnya perencanaan atau estimasi dalam proses difusi inovasi.

²³ Bambang Supriyono, et.all., "Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Usaha Ekonomi (Studi pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto)" *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. I, No. 4, 10-11

²⁴ Wisnu Indrajit dan Soimin, *Pemberdayaan Masyarakat dan Pembangunan*, (Malang: Intrans Publishing, 2014), 81.

²⁵ Ahmad Sururi, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pembangunan Infrastruktur Perdesaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Wanasalam Kabupaten Lebak" *Jurnal Administrasi Negara*, Vol.3 No. 2, 1-25.

²⁶ Ristinura Indrika, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Tanjung Dalam Meningkatkan Kualitas Hidup (Studi di Desa Wonokerso Tembarak Temanggung)" (Yogyakarta: Skipsi : Tidak di Terbitkan, 2013.

- 2) Kedua adanya konflik dan motivasi, disebabkan karena adanya masalah-masalah pribadi seperti pertentangan antar anggota tim pelaksana, kurang motivasi untuk bekerja dan berbagai macam sikap pribadi yang mengganggu kelancaran proses inovasi
- 3) Ketiga inovasi tidak berkembang, keempat, masalah finansial, kelima penolakan kelompok tertentu dan keenam kurang adanya hubungan sosial.²⁷

Menurut Mu'arifudin dalam artikelnya dia mengemukakan bahwa terdapat beberapa hambatan dalam pemberdayaan masyarakat, antara lain:

- 1) Bidang Permodalan

Bidang Permodalan disebabkan oleh tingkat sumberdaya manusia yang rendah dalam hal pengadministrasian modal.

- 2) Bidang produksi

Bidang produksi meliputi kepemilikan lahan yang sempit dan iklim yang tidak mendukung, kurangnya pemahaman dan kurangnya motivasi, dan yang terakhir bidang pemasaran yang terjadi ketergantungan antar kelompok lain.

b. Tujuan Pemberdayaan

Tujuan utama pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat khususnya kelompok lemah yang memiliki ketidakberdayaan, baik karena kondisi internal (misalnya persepsi mereka sendiri), maupun karena kondisi eksternal (misalnya ditindas oleh struktur sosial yang tidak adil).²⁸

Ada beberapa kelompok yang dapat dikategorikan sebagai kelompok lemah atau tidak berdaya meliputi:

- 1) Kelompok lemah secara struktural, yaitu lemah secara kelas, gender, maupun etnis.
- 2) Kelompok lemah khusus, seperti manula, anak-anak, dan remaja penyandang cacat, gay dan lesbian, masyarakat terasing.

²⁷ Ibrahim, *Inovasi Pendidikan*, (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan P2LPTK, 1998), 122.

²⁸ Soerjono Soekanto, *Sosial Suatu Pengantar*, (Jakarta, Rajawali Press, 1987), Cet. Ke @2, 75

- 3) Kelompok lemah secara personal, yakni mereka yang mengalami masalah pribadi atau keluarga.²⁹

Menurut Agus Syafi'i, tujuan pemberdayaan masyarakat adalah mendirikan masyarakat atau membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara seimbang. Karena pemberdayaan masyarakat adalah upaya memperkuat horizon pilihan bagi masyarakat. Ini berarti masyarakat diberdayakan untuk melihat dan memilih sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya. Payne mengemukakan bahwa suatu proses pemberdayaan (*empowerment*), pada intinya bertujuan: membantu klien memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menemukan tindakan yang akan ia lakukan yang berkaitan dengan diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Hal ini dilakukan melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang ia miliki, antara lain melalui transfer daya dari lingkungannya.³⁰

c. Konsep pemberdayaan dalam Islam

Konsep pemberdayaan dalam islam berkaitan dengan beberapa hal, yaitu:

- 1) Kesadaran tentang ketergantungan diri yang lemah dan yang tertindas kepada yang kuat dan yang menindas dalam masyarakat.
- 2) Kesan dari analisis tentang lemahnya posisi tawar menawar masyarakat terhadap negara dan dunia bisnis.
- 3) Paham tentang strategi untuk "lebih baik memberikan kail daripada memberikan ikan" dalam membantu yang lemah, dengan kata lain mementingkan pembinaan keswadayaan dan kemandirian. Semua itu dilakukan dengan upaya-upaya pengembangan dan pembangunan kepada peningkatan mutu sumberdaya manusia.³¹

d. Tahapan Pemberdayaan

Menurut Isbandi Rukminto Adi, pemberdayaan masyarakat memiliki 7 (tujuh) terhadap pemberdayaan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Tahap Persiapan: pada tahapan ini ada dua tahapan yang harus dikerjakan, yaitu: pertama, penyimpanan

²⁹ Edi Suharto, *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat*, 60

³⁰ Agus Ahmad Syarfi, "I, *Menejemen Masyarakat Islam*, 39.

³¹ Dawam Rahardjo, *Islam dan Transformasi Sosial, Ekonomi*, 354

petugas, yaitu tenaga pemberdayaan masyarakat yang bisa dilakukan oleh community woker, dan kedua menyiapkan lapangan yang pad dasarnya diusahakan dilakukan secara non-direktif.

- 2) Tahapan pengkajian (*assessment*): pada tahapan ini yaitu proses pengkajian dapat dilakukan secara individual melalui kelompokkelompok dalam masyarakat. Dalam hal ini petugas harus berusaha mengidentifikasi masalah kebutuhan yang dirasakan (*feel needs*) dan juga sumber daya yang dimiliki klien.
- 3) Tahap perencanaan alternatif program atau kegiatan: pada tahapan ini petugas sebagai agen perubahan (*exchange agent*) secara partisipatif mencoba melibatkan warga untuk berfikit tentang masalah yang mereka hadapi dan bagaimana cara mengatasinya. Dalam konteks ini masyarakat diharapkan dapat memikirkan beberapa alternatif program dan kegiatan yang dapat dilakukan.
- 4) Tahap pemfomalisasi rencanaaksi: pada tahapan ini agen perubahan membantu masing-masing kelompok untuk merumuskan dan menentukan program dan kegiatan apa yang mereka akan lakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Disamping itu juga petugas membantu untuk memfomalisasikan gagasan mereka kedalam bentuk tertulis, terutama bila ada kaitannya dengan pembuatan proposal kepada penyandang dana.
- 5) Tahap pelaksanaan (*implementasi*) program atau kegiatan: dalam upaya pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat peren masyarakat sebagai kader diharapkan dapat menjaga keberlangsungan program yang telah dikembangkan. Kerjasama antar petugas dan masyarakat merupakan hal penting dalam tahapan ini karena terkadang sesuatu yang sudah direncanakan dengan baik melenceng saat dilapangan.
- 6) Tahap evaluasi: evaluasi sebagai proses pengawasan dari warga dan petugas program pemberdayaan masyarakat yang sedang berjalan sebaiknya dilakukan dengan melibatkan warga. Dengan keterlibatan warga tersebut diharapkan dalam jangka waktu pendek biasanya membentuk suatu sistem komunitas untuk pengawasan secara internal dan untuk jangka panjang

- dapat membangun komunikasi masyarakat yang lebih mendirikan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.
- 7) Tahap terminasi: tahap terminasi merupakan tahapan pemutusan hubungan secara formal dengan komunitas sasaran. Dalam tahap ini diharapkan proyek harus segera berhenti.³²
- e. Tahapan Pemberdayaan Ekonomi

Menurut Ahmad Karim berpendapat bahwa ekonomi adalah ilmu yang mempelajari usaha-usaha individu maupun kelompok dalam ikatan pekerjaan sehari-hari yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh pendapatan dan bagaimana pula mempergunakan pendapatan tersebut.³³ Ekonomi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku manusia yang berhubungan dengan kebutuhan dan sumber daya yang terbatas.³⁴

Berdasarkan pengertian diatas, maka yang dimaksud dengan ekonomi yaitu suatu kebutuhan masyarakat yang di nilai dengan uang atau barang yang dapat berguna untuk kebutuhan manusia yang dapat memberikan jumlah yang besar atau banyak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sebagai sumberdaya yang sangat bermanfaat.

Menurut Ginandjar Kartasasmita pemberdayaan ekonomi rakyat adalah upaya yang merupakan pengerahan sumberdaya untuk mengembangkan potensi ekonomi rakyat untuk meningkatkan produktivitas rakyat sehingga baik sumberdaya manusia maupun sumber daya alam disekitar keberadaan rakyat dapat ditingkatkan produktivitasnya. Menurut Swasono dalam Rintuh, Cornelis dan Miar mengatakan bahwa pemberdayaan ekonomi kerakyatan mengandung maksud pembangunan ekonomi sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai agenda utama pembangunan nasional sehingga langkahlangkah yang nyata harus diupayakan agar pertumbuhan ekonomi rakyat berlangsung dengan cepat. Dengan adanya pemberdayaan ekonomi masyarakat maka diharapkan dapat meningkatkan kehidupan

³² Edi Suharto, *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat*, 63

³³ Pratiwi Mega Septiani. *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga di Dusun Satu Kecubung Desa Terbanggi Lampu Tengah.*, *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan*, (2017), 3.

³⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam*. (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2015), 2.

masyarakat kearah kehidupan yang lebih baik. Kehidupan yang lebih baik menurut Goulet pada dasarnya meliputi: kebutuhan hidup, kebutuhan harga diri, kebutuhan kebebasan. Oleh karena itu, ahli ekonomi mengemukakan bahwa sasaran pemberdayaan ekonomi masyarakat yang minimal dan harus mengutamakan apa yang disebut keperluan mutlak, syarat minimum untuk memenuhi kebutuhan pokok serta kebutuhan dasar.³⁵

Menurut Sumodiningrat, konsep pemberdayaan ekonomi secara ringkas dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Perekonomian rakyat adalah perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat. Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat adalah bahwa perekonomian nasional yang berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri. Pengertian rakyat adalah semua warga negara.
- 2) Pemberdayaan ekonomi rakyat adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala pengembangan ekonomi rakyat adalah kendala struktural, maka pemberdayaan ekonomi rakyat harus dilakukan melalui perubahan struktural.
- 3) Perubahan struktural yang dimaksud adalah perubahan dari ekonomi tradisional ke ekonomi modern, dari ekonomi lemah ke ekonomi kuat, dari ekonomi subsisten ke ekonomi pasar, dari ketergantungan ke kemandirian. Langkah-langkah proses perubahan struktur, meliputi:
 - a) Pengalokasian sumber pemberdayaan sumberdaya
 - b) Penguatan kelembagaan
 - c) Penguasaan teknologi
 - d) Pemberdayaan sumberdaya manusia.
- 4) Pemberdayaan ekonomi rakyat, tidak cukup hanya dengan peningkatan produktivitas, memberikan kesempatan berusaha yang sama, dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stimulan, tetapi

³⁵ Uly Hikmah Andini, MochamadSaleh Soeaidy, Ainul Hayat. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Dari Desa Tertinggal Menuju Desa Tidak Tertinggal* (Studi di Desa Muktiharjo Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati) Vol. 2 No. 12

- harus dijamin adanya kerjasama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah dan belum berkembang.
- 5) Kebijakannya dalam pemberdayaan ekonomi rakyat adalah:
 - a) Pemberian peluang atau akses yang lebih besar kepada aset produksi (khususnya modal)
 - b) Memperkuat posisi transaksi dan kemitraan usaha ekonomi rakyat, agar pelaku ekonomi rakyat bukan sekadar price taker
 - c) Pelayanan pendidikan dan kesehatan
 - d) Penguatan industri kecil
 - e) Mendorong munculnya wirausaha baru
 - f) Pemerataan spasial
 - 6) Kegiatan pemberdayaan masyarakat mencakup:
 - a) Peningkatan akses bantuan modal usaha
 - b) Peningkatan akses pengembangan SDM
 - c) Peningkatan akses ke sarana dan prasarana yang mendukung langsung sosial ekonomi masyarakat lokal.³⁶
- f. Pemberdayaan Ekonomi dalam Pandangan Islam
- 1) Landasan Normatif

Semua yang ada di bumi ini mengalami perubahan. Islam memandang perubahan merupakan suatu keharusan dan keniscayaan. Tetapi suatu perubahan harus berubah kearah yang lebih baik. Bahwasannya perubahan itu akan terjadi apabila suatu masyarakat itu berkeinginan untuk berubah sendiri. Masyarakat mempunyai usaha untuk merubah nasibnya agar menjadi lebih baik dan lebih sejahtera. Sementara itu kebutuhan spiritual menghendaki pembangunan moral, pemuasan kebutuhan materi, menghendaki pembangunan umat manusia dan sumber-sumber daya materi dalam suatu pola yang merata, sehingga semua kebutuhan umat manusia dapat dipenuhi secara utuh dan terwujud suatu distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil, oleh karena itu, Islam menganggap mengemis sebagai profesi yang tidak selaras dengan martabat manusia sebagai khalifatullah. Oleh sebab itu

³⁶ Erni Febrina Harahap, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Untuk Mewujudkan Ekonomi Nasional Yang Tangguh Dan Mandiri*. Vol. 3 No. 2 Mei 2012 ISSN 2086 – 5031, 86.

setiap manusia sehat yang secara fisik dan mental, diharuskan untuk menopang dirinya dan keluarganya. Hal ini tidak mungkin terwujudkan kecuali apabila tersedia fasilitas untuk melatih mereka menjadi produktif melalui pengembangan kemampuannya dan juga diberikan kesempatan untuk berwirausaha dan bekerja untuk mendapatkan gaji. Pada akhirnya pemerataan pendapatan dan kekayaan tidak hanya dikuasai oleh golongan tertentu (orang kaya).³⁷

2) Misi Pemberdayaan menurut Islam

Pemberdayaan dalam Islam mengandung tiga misi diantaranya:

- a) Misi pembangunan ekonomi dan bisnis yang berpedoman pada ukuran-ukuran ekonomi dan bisnis.
- b) Pelaksanaan etika dan ketentuan hukum syariah yang harus menjadi ciri kegiatan umat islam.
- c) Membangun kekuatan ekonomi umat Islam sehingga menjadi sumber dana pendukung dakwah Islam.³⁸

3) Konsep pemberdayaan dalam Islam

Konsep pemberdayaan dalam islam berkaitan dengan beberapa hal, yaitu:

- a) Kesadaran tentang ketergantungan diri yang lemah dan yang tertindas kepada yang kuat dan yang menindas dalam masyarakat.
- b) Kesan dari analisis tentang lemahnya posisi tawar menawar masyarakat terhadap negara dan dunia bisnis.
- c) Paham tentang strategi untuk “lebih baik memberikan kail daripada memberikan ikan” dalam membantu yang lemah, dengan kata lain mementingkan pembinaan keswadayaan dan kemandirian. Semua itu dilakukan dengan upaya-upaya pengembangan dan pembangunan kepada peningkatan mutu sumberdaya manusia.³⁹

³⁷ M. Umer Chapra, *Islam dan Pembangunan Ekonomi*, (Tazkia Institute, Jakarta), 2000, 9

³⁸ M. Dawam Rahardjo, *Islam dan Transformasi Sosial, Ekonomi, Lembaga Studi Agama dan Filsafat*, Yogyakarta, 1999, 389

³⁹ M. Dawam Rahardjo, *Islam dan Transformasi Sosial, Ekonomi*, 354

4. Petani Garam

a. Pengertian Petani Garam

Petani garam adalah produsen garam pada skala kecil yang mana hanya melakukan produksi saat musim kemarau. Negara berharap petani garam dapat memproduksi garam dengan kualitas yang tinggi sehingga dapat bersaing dengan kualitas garam impor tetapi petani garam tidak mampu membuat garam yang berkualitas tinggi sebab harga jual yang terlalu rendah. Selain itu pemerintah kesulitan dalam mengatur kebijakan harga dasar (*floor price*). Petani garam dibedakan berdasarkan kepemilikan lahan tambak, yaitu pemilik lahan, penyewa lahan, dan penggarap lahan. Pemilik lahan adalah petani yang memiliki lahan danenggarapnya sendiri. Penyewa lahan adalah petani yang tidak mempunyai lahan, dan menyewa lahan orang lain. Sedangkan penggarap lahan adalah petani yangenggarap lahan orang lain dan bagi hasil.⁴⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan penulis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	PENULIS	JUDUL	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1.	Suryati dan Husnul Hatimah (2018)	“Strategi pemberdayaan masyarakat pesisir di desa Ketapang Raya kecamatan Keruak Lombok Timur melalui program fortifikasi	Perbedaannya penelitian ini terfokus pada masyarakat pesisir.	Sama-sama membahas strategi Pemberdayaan Masyarakat.

⁴⁰ Yudha Ardhiraga dan Achma Hendra Setiawan, “Analisis Dampa Perubahan Curah Hujan, Luas Tambak Garam Dan Jumlah Petani Garam Terhadap Produksi Garam Rakyat Di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati Periode 2003-2012”, Diponegoro Journal Of Economys, no. 1 (2012): 3.

		garam”		
2.	Aisyah M. Arief (2015)	“Pemberdayaa n petani garam dalam meningkatkan ekonomi masyarakat kec. Arungkeke kab. Jeneponto”	Perbedaannya penelitian ini pada lokasi penelitian	Sama-sama membahas Pemberdayaan Petani Garam dalam meningkatkan Ekonomi Masyarakat.
3.	Nadya Apliella 2016	Dampak Progam Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat (PUGaR) Terhadap Strategi Nafkah dan Pendapatan Rumah Tangga Petani Garam.	Perbedaannya penelitian ini meneliti usaha garam terdapat strategi nafkah	Sama-sama membahas pemberdayaan petani garam

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir dapat digunakan sebagai acuan atau pedoman agar peneliti memiliki arah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kerangka berfikir dari penelitan ini adalah sebagai berikut:

TABEL 2.1
Kerangka Berfikir

