

**PENERAPAN STRATEGI BISNIS INDUSTRI RUMAH TANGGA
DALAM MENGEMBANGKAN USAHANYA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi pada Industri Pengrajin Klanting di Desa
Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)**

SKRIPSI

Oleh:

**ATIKA KAMELIA
NPM. 0842214**



**Jurusan: Syari'ah dan Ekonomi Islam
Program Studi: Ekonomi Syari'ah**

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)

JURAI SIWO METRO

1437 H / 2016 M

**PENERAPAN STRATEGI BISNIS INDUSTRI RUMAH TANGGA
DALAM MENGEMBANGKAN USAHANYA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi pada Industri Pengrajin Klanting di Desa
Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)

Oleh :

ATIKA KAMELIA

NPM. 0842214

**Jurusan: Syari'ah dan Ekonomi Islam
Program Studi: Ekonomi Syari'ah**

Pembimbing I : Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag

Pembimbing II : Elva Murdiana, M.Hum

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
JURAI SIWO METRO
1437 H / 2016 M**

**PENERAPAN STRATEGI BISNIS INDUSTRI RUMAH TANGGA
DALAM MENGEMBANGKAN USAHANYA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi pada Industri Pengrajin Kelanting di Desa
Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)**

ABSTRAK

Oleh:

ATIKA KAMELIA

Industri rumah tangga merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Industri rumah tangga menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Industri rumah tangga merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. Industri Rumah Tangga yang berada di Lampung terutama di Kabupaten Lampung Timur Kecamatan Pekalongan adalah pengrajin kelanting, pengrajin kripik pisang, pengrajin kripik singkong, pengrajin kembang goyang, pengrajin marning, dan pengrajin kue kering. Adapun yang berkembang dengan baik dan tetap eksis di antara keenam pengrajin tersebut adalah pengrajin kelanting. Adapun strategi yang dimiliki oleh para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan supaya usahanya berjalan dengan baik adalah bentuk kemasan kelanting yang menarik konsumen, bentuk kelanting yang berbeda dengan kelanting lainnya yaitu tipis, pipih melebar dan bulat, berbagai rasa, serta murah meriah sehingga para konsumen terjangkau dalam membelinya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan strategi bisnis pada Industri Rumah tangga dalam perspektif ekonomi Islam di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pakalongan Lampung Timur? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi bisnis pada Industri Rumah Tangga serta untuk mengetahui perspektif ekonomi Islam tentang penerapan strategi bisnis pada industri rumah tangga di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pakalongan Lampung Timur. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah data-data terkumpul dan dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi bisnis pada industri rumah tangga di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pekalongan Lampung Timur dalam usaha kelanting adalah: Strategi produksi, melalui pemasok bahan baku kelanting, penambahan bahan tepung, penggunaan alat produksi tradisional dan teknologi tepat guna, tempat produksi berada di belakang rumah, penggunaan tenaga kerja, pengrajin ikut serta dalam kegiatan produksi kelanting, Strategi pemasaran, peningkatan pesanan di waktu tertentu, penyesuaian harga jual, Strategi SDM (Tenaga Kerja), pembagian tugas tenaga kerja dan pemberian upah tambahan bagi tenaga kerja tetap serta Strategi permodalan yaitu modal awal berasal dari modal sendiri dan keuntungan dari penjualan yang diperoleh dari akumulasi modal. Kemudian Perspektif ekonomi Islam dalam usaha kelanting adalah: para pengrajin kelanting siap menerima resiko, para pengrajin kelanting tidak melakukan penimbunan, para pengrajin kelanting tidak monopoli, para pengrajin kelanting pelarangan interes riba, dan selalu melakukan solidaritas sosial.

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Ibu ku tersayang Sumirah dan Ayah ku tercinta Sumarsono yang dengan kasih sayangnya telah mendidik, membimbing, membina, memberikan dorongan baik moril maupun materil dan senantiasa mendo'akan dan menantikan keberhasilan dengan penuh kesabaran.
2. Adikku Nabila Izzatul Millah dan Salsa Nikma Hanny yang selalu memberikan dorongan semangat kepadaku selama aku menempu studi.
3. Almamater Syari'ah dan Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro, yang telah mendidik dan membinaku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Strata Satu (S1) Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro guna memperoleh gelar S.E.I.

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Ketua STAIN Jurai Siwo Metro sekaligus pembimbing I, dan Elva Murdiana, M.Hum, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Margiyono yang telah memberikan kesempatan untuk mengadakan penelitian. Tidak kalah pentingnya rasa sayang dan terima kasih penulis haturkan kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta yang senantiasa mendo'akan dan memberi dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan diterima dengan sepenuh hati. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Islam.

Metro, September 2016
Penulis

Atika Kamelia
NPM. 0842214

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN ABSTRAK.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORETIK	
A. Strategi Bisnis	9
1. Pengertian Strategi Bisnis.....	9
2. Model Strategi Bisnis.....	10
3. Tujuan Strategi Bisnis	14
4. Strategi Bisnis.....	15
B. Industri Rumah Tangga	22
1. Pengertian Industri Rumah Tangga.....	22
.....	
2. Indikator Industri Rumah Tangga	24

3. Pentingnya Industri Rumah Tangga.....	25
C. Konsep Usaha dalam Ekonomi Islam.....	27
1. Pengertian Usaha.....	27
2. Ekonomi Islam.....	28
3. Batasan Usaha dalam Ekonomi Islam.....	28
4. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....	33
5. Strategi Usaha dalam Ekonomi Islam.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	40
B. Sumber Data.....	41
C. Metode Pengumpulan Data	42
1. Metode Wawancara.....	42
2. Metode Observasi.....	42
3. Metode Dokumentasi.....	43
.....	
D. Teknik Analisa Data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum Hasil Penelitian.....	45
1. Sejarah Singkat Desa Gantimulyo 37C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	45
.....	
2. Letak Geografis Desa Gantimulyo 37C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	46
3. Keadaan Penduduk Desa Gantimulyo 37C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	47
4. Perangkat Desa Gantimulyo 37C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	49

B. Temuan Khusus Hasil Penelitian	50
1. Gambaran Singkat Industri Pengrajin Kelanting di Desa Gantimulyo 37C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	50
2. Strategi Bisnis Industri Pengrajin Kelanting di Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	52
a. Strategi Produksi.....	52
b. Strategi Pemasaran.....	55
c. Strategi SDM (Tenaga Kerja).....	59
3. Permodalan Industri Kelanting di Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	62
4. Pentingnya Strategi Bisnis pada Industri Kelanting di Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	64
5. Perspektif Ekonomi Islam tentang Penerapan Strategi Bisnis pada Industri Rumah Tangga di Desa Gantimulyo 37C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.....	66
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
 DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	106

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Kondisi Sosial Budaya Desa	47
2. Tabel 2 Nama Perangkat Desa Gantimulyo.....	49
3. Tabel 3 Tingkat Pendidikan Terakhir Pengrajin Kelanting.....	59
4. Tabel 4 Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja Industri Rumah Tangga Kelanting	

60

DAFTAR LAMPIRAN

No	Hlm
1. Pedoman Wawancara	78
2. Instrumen Penelitian	86
3. Kartu Bimbingan Konsultasi	92
4. Izin Research.....	101
5. Surat Tugas.....	102
6. Balasan Research.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat bimbingan skripsi
2. Surat Tugas Penelitian
3. Surat Izin Research
4. Surat Keterangan Penelitian
5. Alat Pengumpulan Data Angket Tentang Pendidikan Keluarga di Dusun
IV Kampung Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah
6. Alat Pengumpul Data Angket Tentang Pelaksanaan Ibadah Sholat Anak
Remaja di Dusun IV Kampung Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten
Lampung Tengah Tahun 2015
7. Kartu Konsultasi Bimbingan
8. Daftar Riwayat Hidup

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufiq dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulisan Proposal Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Program Strata Satu (S1) Jurusan Syari'ah STAIN Jurai Siwo Metro guna memperoleh gelar S.E.I.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Orang tua yang telah memberikan dukungan dan doanya kepada anaknya dalam penelitian ini dan semua pihak yang telah mendoakan dan membantu dalam penyelesaian proposal penelitian ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Metro, Januari 2016
Penulis

Atika Kamelia
NPM. 0842214

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORETIK	
A. Strategi Bisnis.....	9
1. Pengertian Strategi Bisnis.....	9
2. Model Strategi Bisnis.....	10
3. Tujuan Strategi Bisnis.....	14
4. Prinsip-Prinsip Strategi Bisnis.....	15
B. Industri Rumah Tangga.....	20
1. Pengertian Industri Rumah Tangga.....	20
2. Indikator Industri Rumah Tangga.....	22
3. Pentingnya Industri Rumah Tangga.....	23
C. Konsep Usaha dalam Ekonomi Islam.....	24
1. Pengertian Usaha.....	24
2. Batasan Usaha dalam Ekonomi Islam.....	24
3. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....	27
4. Strategi Usaha dalam Ekonomi Islam.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	35

B. Sumber Data.....	36
C. Metode Pengumpulan Data.....	37
1. Wawancara	37
2. Observasi	37
D. Teknik Analisa Data.....	38

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri rumah tangga merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Industri rumah tangga menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Industri rumah tangga merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana.

Industri rumah tangga mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, industri rumah tangga juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor Industri rumahan tersebut bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi.

Bila dikaitkan dengan cara pengorganisasian suatu industri, industri rumah tangga termasuk dalam kategori industri kecil yaitu, industri yang memiliki ciri-ciri modal relatif kecil, teknologi sederhana, pekerjaannya kurang dari 10 orang

biasanya dari kalangan keluarga, produknya masih sederhana, dan lokasi pemasarannya masih terbatas (berskala lokal), misalnya Industri kerajinan dan Industri makanan ringan.¹

Melalui industri rumah tangga diharapkan pembangunan ekonomi mampu memberikan dampak yang positif, oleh karenanya dalam implementasinya Industri Rumah Tangga harus mampu menyajikan dan memberikan suatu terobosan usaha sebagai bentuk strategi bisnis.

Terkait dengan strategi bisnis yang dilakukan, Philip Kotler mengemukakan bahwa strategi pemasaran adalah sebuah pola pikir pemasaran yang akan dipakai untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan, bisa berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran.²

Berdasarkan gambaran di atas, strategi bisnis memiliki peranan penting terhadap kelangsungan suatu usaha. Oleh karenanya pelaksanaan strategi bisnis oleh pelaku Industri Rumah Tangga juga tidak boleh diabaikan.

Terkait dengan keberadaan Industri Rumah Tangga yang ada di Lampung Timur, yang berkembang adalah berasal dari sektor bidang makanan dan minuman. Makanan sebagai salah satu subsektor industri rumah tangga memainkan peranan penting dalam pembangunan sektor perdagangan dan perekonomian. Salah satu daerah yang ada di Lampung khususnya di Kabupaten

¹ David, Fred R, *Manajemen Strategi Konsep*, Terjemahan oleh Alexander Sindoro, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002) dari <http://ghozali.com/2013/09/23/> di unduh tanggal 28 Januari 2016

² Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), h. 6

Lampung Timur terutama Kecamatan Pekalongan Desa Gantimulyo 37c banyak memiliki Industri Rumah Tangga yang tersebar hampir di setiap desa.

Industri Rumah Tangga yang berada di Lampung terutama di Kabupaten Lampung Timur Kecamatan Pekalongan adalah pengrajin kelanting, pengrajin kripik pisang, pengrajin kripik singkong, pengrajin kembang goyang, pengrajin marning, dan pengrajin kue kering. Adapun yang berkembang dengan baik dan tetap eksis di antara keenam pengrajin tersebut adalah pengrajin kelanting.

Menurut salah satu pemilik usaha Rumahan klaning di Gantimulyo 37c Lampung Timur Sugiarto mengungkapkan bahwa “dalam usaha kelanting strategi yang pertama adalah bentuk kelanting itu sendiri, kemudian kemasan kelanting yang menarik konsumen dan juga rasa kelanting, itu pokok utama dalam usaha kelanting dan yang terpenting harga terjangkau oleh konsumen”.³

Adapun strategi yang di miliki oleh para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan supaya usahanya berjalan dengan baik adalah bentuk kemasan kelanting yang menarik konsumen, bentuk kelanting yang berbeda dengan kelanting lainnya yaitu tipis, pipih melebar dan bulat, berbagai rasa, serta murah meriah sehingga para konsumen terjangkau dalam membelinya.⁴

Keberhasilan para pengrajin kelanting dalam memproduksi kelanting tidak terlepas dari peran pelanggan. Kekuatan utama untuk tetap mempertahankan yaitu menerapkan sistem pemasaran. Pemasaran merupakan ujung tombak dengan daerah luar yang paling besar memiliki potensi untuk mendapatkan keuntungan.

³ Wawancara dengan Bapak Sugiarto tanggal 13 Januari 2016

⁴ *Ibid*

Menurut Philip Kotler ada 4 rangsangan untuk mencapai tujuan bisnis yaitu “pengembangan produk (*Product*), penetapan harga (*Price*), pemasaran distribusi (*Place*), promosi (*Promotion*), rangsangan lain meliputi kekuatan dan kejadian penting di lingkungan konsumen: ekonomi, teknologi, politik dan budaya”.⁵

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat dijelaskan bahwa untuk mencapai tujuan dalam pemasaran, maka harus dibutuhkan 4p di atas dan juga kekuatan dan kejadian penting di sekitar lingkungan, dengan 4 p tersebut maka tujuan dalam pemasaran akan sangat menguntungkan bagi para pengrajin atau pengusaha industri rumah tangga.

Jika dikaitkan dengan perspektif ekonomi Islam bahwa usaha Industri Rumah Tangga yaitu konsumsi manusia dibatasi sampai pada tingkat yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi kehidupan manusia. Kebutuhan manusia seimbang dengan tingkat kualitas manusia agar ia mampu meningkatkan kecerdasan dan kemampuan teknologinya guna menggali sumber-sumber alam yang masih terpendam, distribusi dan sirkulasi barang dan jasa, nilai-nilai moral harus ditetapkan dan pemerataan pendapatan dilakukan dengan mengingat sumber kekayaan seseorang yang diperoleh dari usaha halal, maka zakat sebagai sarana distribusi pendapatan merupakan sarana yang ampuh.⁶

Terkait dalam bisnis Islam, konsumsi manusia dibatasi sampai pada tingkat yang dibutuhkan, nilai-nilai moral harus ditetapkan serta kekayaan yang diperoleh harus dari usaha yang halal, oleh karena itu zakat adalah sarana yang

⁵ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 200

⁶ Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 4

paling ampuh untuk distribusi pendapatan. Zakat adalah merupakan salah satu dari kewajiban umat Islam. Karena ibadah amaliyah ijtimaiah, yakni ibadah yang berkaitan dengan ekonomi keuangan dan sosial masyarakat dan merupakan salah satu dari lima rukun Islam yang mempunyai status dan fungsi penting dalam syariah Islam.⁷

Berdasarkan penjelasan dan keterangan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti penerapan yang dilakukan oleh Industri Rumah Tangga dalam mengembangkan usahanya dengan menggunakan pengembangan merk/produk, penetapan harga, pemasaran industri (*place*), dan promosi dilihat dari perspektif ekonomi Islam, sehingga dapat menghasilkan industri kelanting yang bermutu dan berkualitas tinggi serta banyak diminati oleh semua orang atau konsumen.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka terdapat permasalahan yang merinci yaitu:

1. Bagaimana penerapan strategi bisnis pada Industri Rumah tangga di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pakalongan Lampung Timur?
2. Bagaimana perspektif ekonomi Islam tentang penerapan strategi bisnis pada Industri Rumah Tangga di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pakalongan Lampung Timur?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

⁷ Yusuf Qardhawi, *Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan*, Terjemahan Syaiful Halim, (Jakarta: Gema Insani, 1990), h. 51-160

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui penerapan strategi bisnis pada Industri Rumah Tangga di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pakalongan Lampung Timur.
- b. Untuk mengetahui perspektif ekonomi Islam tentang penerapan strategi bisnis pada industri rumah tangga di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pakalongan Lampung Timur.

2. Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

- 1) Dapat memperkaya khazanah keilmuan ekonomi syari'ah khususnya praktik pada strategi bisnis suatu usaha.
- 2) Sebagai sarana sosialisasi dan kontribusi keilmuan yang dapat diterapkan oleh para Industri Rumah Tangga.

b. Praktis

- 1) Sebagai sarana sosialisasi kepada para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo 37c tentang strategi bisnis yang harus dilakukan untuk mengembangkan dan mempertahankan usahanya.
- 2) Sebagai bahan masukan bagi pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo 37c dalam mengembangkan usaha melalui strategi bisnis yang dilakukan.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan sama halnya dengan tinjauan pustaka (*prior research*) berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji.⁸ Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kajian pustaka ini, memaparkan beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan diantaranya adalah Skripsi yang dibuat oleh Syamsuri mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

“Analisis Penerapan Strategi Pemasaran pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang”. Skripsi ini membahas tentang persaingan dibidang industri rumah makan semakin ketat. Rumah makan ayam bakar Wong Solo Cabang Malang dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan di industri rumah makan.⁹

Selanjutnya adalah skripsi oleh Rif'atul Rahmaniah mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Posisi Persaingan pada Perusahaan Rokok Valas di Malang Tahun 2007”.¹⁰ Variabel penelitiannya terdiri dari faktor lingkungan internal (pemasaran, keuangan) dan faktor lingkungan eksternal (perekonomian, sosial budaya dan persaingan keamanan). Skripsi ketiga yang dibuat oleh Angipta Soma Nugraha yang berjudul “Strategi Pemasaran Keripik Tempe pada Industri

⁸ Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi, (Metro : STAIN Jurai Siwo Metro, 2011). H. 27

⁹ Syamsuri, *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang*, dari <http://www.w3.rg/16999/xhtml>. diakses pada tanggal 28 Januari 2016

¹⁰ Rif'atul Rahmaniah, *Strategi Pemasaran dalam Posisi Persaingan pada Perusahaan Rokok Valas di Malang Tahun 2007*, dari <http://www.lab4.Nikispaces.com/file> diakses pada tanggal 28 Januari 2016

Rumah Tangga di Kecamatan Baturetno Kabupaten Wonogiri”.¹¹ Adapun variabel penelitiannya adalah faktor internal dan eksternal yaitu kekuatan kualitas kerja seperti terbatasnya modal operasional dan kurang promosi, minat konsumen tinggi dan kegunaan kripik tempe bagi konsumen, serta persaingan produk antar daerah.

Berdasarkan hasil Analisis, dapat ditemukan karakter fokus kajian. Pada penulisan skripsi pertama memang memiliki kesamaan obyek kajian namun, pada skripsi yang kedua menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal. Kemudian skripsi yang ketiga sama-sama meneliti faktor internal dan eksternal, namun berbeda dengan skripsi yang kedua, skripsi ketiga membahas tentang kurangnya modal operasional, kurangnya promosi, minat konsumen tinggi, dan persaingan produk antar daerah. Sedangkan yang dilakukan dalam skripsi ini adalah tentang penerapan strategi Industri Rumah Tangga dalam mengembangkan usahanya perspektif ekonomi Islam (studi pada industri kelanting di desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pekalongan Lampung Timur).

¹¹ Angipta Soma Nugraha, *Strategi Pemasaran Kripik Tempe pada Industri Rumah Tangga di Kecamatan Baturetno Kabupaten Wonogiri*, dari [http...digilib.uns.ac.id/file](http://digilib.uns.ac.id/file) diakses pada tanggal 28 Januari 2016

BAB II

LANDASAN TEORETIK

A. Strategi Bisnis

1. Pengertian Strategi Bisnis

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Strategi merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.¹

Strategi adalah “suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan”.² Manajemen Strategi didefinisikan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan. Bisa juga didefinisikan sebagai suatu proses berkesinambungan yang membuat organisasi secara keseluruhan sesuai dengan lingkungannya.

Terdapat beberapa istilah didalam Al-Qur'an yang terkait dengan usaha bisnis. Namun dalam pendekatan fiqh keuangan, pengertian bisnis secara umum lazim disebut “dengan istilah tijarah, yaitu pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan”.³ Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat.⁴

¹ Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 57-58

² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cet. 7, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 199

³ Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2011), h. 2

⁴ Pandji Anaroga, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, h. 6

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat dijelaskan bahwa strategi bisnis adalah cara atau rencana dalam pertukaran barang jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat dengan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan dan tindakan atau program organisasi dan menentukan keunggulan kompetitif jangka panjang.

2. Model Strategi Bisnis

Model strategi untuk dapat mempersiapkan suatu strategi bisnis yang terencana dengan baik, terimplementasi dengan semestinya dan mendapatkan hasil yang optimal, berikut langkah-langkah besar untuk model strategi bisnis sebagai berikut:

- a. Pengamatan lingkungan
- b. Perumusan strategi
- c. Implementasi strategi
- d. Evaluasi dan pengendalian⁵

Keempat langkah-langkah di atas dapat dijelaskan satu persatu yaitu:

- a. Pengamatan lingkungan

Terdiri dari dua analisa yaitu analisis lingkungan eksternal dan internal.

- b. Perumusan strategi

Dimulai dari penentuan misi, kemudian menentukan tujuan, membangun strategi untuk mencapai misi dan tujuan dan pembuatan kebijakan sebagai rambu-rambu dasar untuk pembuatan keputusan bisnis.

11

- c. Implementasi strategi

⁵ Academia, *Makalah Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, dari www.academia.edu/985966/ diunduh pada Tanggal 3 Februari 2016

Pada fase ini terdiri dari tiga langkah yang terdapat di dalamnya yaitu program (aktivitas yang dibutuhkan untuk menunaikan tujuan sesuai dengan strategi yang sudah ditetapkan), anggaran (biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan program-program yang dibuat), prosedur (panduan detil untuk melakukan suatu aktivitas terkait program yang telah dibuat)

d. Evaluasi dan pengendalian

Model kinerja bisnis berada pada fase ini. Kinerja yang sudah dicapai apakah sudah sesuai dengan rencana awal ataukah justru melenceng jauh dari sasaran.

Untuk memudahkan dalam mengingat dan mengimplementasikan kaidah langkah-langkah dasar model strategi bisnis adalah sebagai berikut:

- 1) Kenali diri dari lingkungan
- 2) Siapkan bekal untuk pertarungan
- 3) Misi dan tujuan sebagai pedoman
- 4) Strategi dibuat untuk pencapaian
- 5) Kebijakan menentukan keputusan
- 6) Rancang program dan tentukan anggaran
- 7) Prosedur panduan dalam pekerjaan
- 8) Kinerja terbaik bukan halangan
- 9) Bisnis sukses mulia sebagai persembahan.⁶

Organisasi atau perusahaan yang menerapkan manajemen strategi cenderung mencapai kinerja lebih tinggi di banding dengan yang tidak. Strategi merupakan konsep multidimensional yang merangkum semua kegiatan kritis organisasi, memberikan arah dan tujuan serta memfasilitasi berbagai perubahan yang di perlukan sebagai adaptasi terhadap perubahan lingkungan. Strategi operasi merupakan salah satu cara yang dapat di

⁶ *Ibid*

kembangkan oleh perusahaan dengan cara memanfaatkan operasi pabrik untuk berkopetensi di pasar global.

Produksi/operasi seharusnya tidak hanya di anggap sebagai tempat di mana perusahaan menghasilkan barang dan jasa, namun harus pula dijadikan wadah kekuatan bersaing dalam bisnis dan sebagai wadah untuk mencapai keunggulan yang berkesinambungan. Lebih-lebih di era globalisasi ini manajemen operasi harus menjadi penggerak transformasi, agar dapat menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang baru.

Terdapat beberapa kecenderungan yang mungkin terjadi pada era globalisasi yaitu:

- a) Terjadi proses pengembangan produk yang lebih baik, lebih berkualitas, dan lebih murah
- b) Operasi pabrik dituntut menjadi komparatif maupun daya saing.⁷

Untuk mengantisipasi kecenderungan tersebut strategi operasi perlu melihat perspektif secara keseluruhan baik dalam hal fasilitas produksi, lokasi perusahaan, SDM, bahan baku, peralatan, desain produk, teknologi proses, efisiensi, produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan respon, maupun fleksibel.

Strategi operasi adalah suatu visi dan fungsi operasi yang menetapkan keseluruhan arah bagi pengambilan keputusan. Visi ini harus diintegrasikan dalam strategi bisnis. Terdapat tiga strategi bisnis generic, yaitu strategi bisnis biaya rendah, strategi bisnis diferensiasi produk, dan strategi segmentasi

⁷ *Ibid*

pasar.⁸ Ketiga strategi bisnis tersebut memiliki operasi yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa strategi operasi sangat terkait dengan strategi bisnis.

Strategi operasi adalah sebagai suatu yang terdiri dari empat komponen yaitu misi, tujuan, kemampuan khusus serta kebijakan. Keempat komponen tersebut menjelaskan tujuan operasi apa yang harus dicapai dan bagaimana seharusnya mencapai tujuan.⁹

Berdasarkan keterangan di atas bahwa strategi operasi merupakan suatu strategi fungsional yang harus berpedoman pada strategi bisnis, agar mampu menghasilkan suatu pola yang konsisten dalam keputusan-keputusan operasi.

Jadi model strategi bisnis memberikan pedoman kepada strategi operasi tentang empat elemen di atas yaitu misi, tujuan, kemampuan khusus, dan kebijakan. Keempat elemen tersebut mendapat masukan dari strategi bisnis. Analisis internal dan eksternal sehingga membentuk hubungan antara strategibisnis dan strategi operasi.

Strategi bisnis dapat bersaing dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi setiap saat menuntut perusahaan untuk melakukan penyesuaan strategi. Perubahan strategi bisnis akan mempengaruhi strategi operasi, sehingga dapat di nyatakan bahwa formulasi strategi oprasi perlu didahului dengan penetapan strategi bisnis.

3. Tujuan Strategi Bisnis

⁸ *Ibid*

⁹ *Ibid*

Adapun tujuan dari strategis bisnis adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari keuntungan/profit
- 2) Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan
- 3) Pertumbuhan perusahaan
- 4) Tanggung jawab sosial.¹⁰

Berdasarkan keempat tujuan strategis di atas dapat di jelaskan sebagai berikut:

- a) Tujuan keuntungan memegang peranan penting dalam bisnis. Keuntungan dapat dipandang dari dua sisi, yaitu keuntungan bisnis dan keuntungan ekonomis.¹¹
- b) Tujuan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan merupakan tujuan yang wajar, karena tujuan yang lain dapat dicapai hanya bila bisnis tetap bertahan hidup.
- c) Sedangkan bertumbuh merupakan suatu tujuan karena bisnis tidak dapat tetap seperti semula adanya. Seperti manusia. Bisnis juga perlu bertumbuh. Peningkatan market share, pengembangan pribadi dan individu, dan peningkatan produktivitas merupakan tujuan pertumbuhan yang penting.
- d) Pertanggungjawaban sosial yang merupakan tujuan yang penting. Bisnis, seperti manusia di masyarakat harus menerima tanggung jawab sosial mereka seperti pengendalian polusi/pencemaran lingkungan, pengapusan praktik-praktik diskriminasi, penghematan energi.

4. Strategi Bisnis

¹⁰ Pandji Anaroga, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, h. 12

¹¹ *Ibid*,

Menurut pendapat Freddy Rangkuti bahwa strategi bisnis adalah sebagai berikut:

Strategi bisnis sering disebut juga strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen yaitu strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.¹²

Berdasarkan keterangan di atas dapat dijelaskan bahwa strategi bisnis adalah sebagai berikut: strategi pemasaran, produk, distribusi, organisasi, dan keuangan. Berdasarkan kelima strategi bisnis tersebut akan dijelaskan satu persatu yaitu:

a. Strategi Produksi

Produk adalah kombinasi barang/jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.¹³

Strategi produk adalah suatu visi dari fungsi operasi yang menetapkan keseluruhan arah bagi pengambilan keputusan.¹⁴ Banyak hasil penelitian membuktikan bahwa organisasi atau perusahaan yang menerapkan manajemen satrategi cenderung mencapai kinerja lebih tinggi di banding dengan yang tidak. Sestrategi merupakan konsep multidimensional yang merangkum semua kegiatan kritis organisasi, memberikan arah dan tujuan serta memfasilitasi berbagai perubahan yang di perlukan sebagai adaptasi terhadap perubahan lingkungan.

¹² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 6

¹³ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), h. 200

¹⁴ majidbsz.wordpress.com/2015/03/31/strategi-produksi-dan-strategi-bisnis/#more-122
diakses tanggal 12/04/2016

Strategi produk merupakan salah satu cara yang dapat dikembangkan oleh perusahaan dengan cara memanfaatkan operasi pabrik untuk berkopetensi di pasar global. Produksi/operasi seharusnya tidak hanya dianggap sebagai tempat di mana perusahaan menghasilkan barang dan jasa, namun harus pula dijadikan wadah kekuatan bersaing dalam bisnis dan sebagai wadah untuk mencapai keunggulan yang berkesinambungan. Lebih-lebih di era globalisasi ini manajemen operasi harus menjadi penggerak transformasi, agar dapat menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang baru.

Terdapat beberapa kecenderungan yang mungkin terjadi pada era globalisasi, yaitu :

1. Terjadi proses pengembangan produk yang lebih baik, lebih berkualitas, lebih murah.
2. Operasi pabrik dituntut menjadi komparatif maupun daya saing.¹⁵

Strategi pemasaran produk/merk dapat dilakukan dengan cara:

- a. *New brands* adalah strategi mengenalkan produk dengan cara menggunakan merk baru untuk kategori produk lama.
- b. *Line extension* adalah sebuah strategi mengenalkan sebuah produk baru melalui atau dibawah naungan suatu produk yang memiliki merk atau brand yang telah ada sebelumnya. Product line extension terjadi saat perusahaan memperkenalkan barang tambahan didalam kategori produk yang sama dibawah nama merk yang sama, biasanya dengan ciri yang baru, seperti rasa baru, bentuk, warna, bahan-bahan yang ditambah, ukuran kemasan, dan sebagainya.
- c. *Brand extension* adalah mengembangkan sebuah produk dengankategori baru tetapi tetap merk yang sama.
- d. *Multi brands strategi* mengenalkan sebuah produk dengan cara menggunakan merk baru untuk kategori produk lama, dalam pendekatan ini produk sama saja dengan yang sebelumnya, tetapi

¹⁵ *Ibid*

merknya dibuat berbeda, dengan demikian sebuah perusahaan bisa memiliki beberapa merk produk yang sama.¹⁶

Strategi produk adalah sebagai sesuatu yang terdiri dari empat komponen, yaitu misi, tujuan, kemampuan khusus serta kebijakan. Keempat komponen tersebut menjelaskan tujuan operasi, apa yang harus dicapai dan bagaimana seharusnya mencapai tujuan tersebut. Dapat di simpulkan bahwa strategi produk merupakan suatu strategi fungsional yang harus berpedoman pada strategi bisnis, agar mampu menghasilkan suatu pola yang konsisten dalam keputusan-keputusan operasi.

b. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah merupakan elemen utama di dalam strategi bisnis yang terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, sistem distribusi dan promosi yang merupakan sebuah inti dari sistem pemasaran dalam perusahaan. Pemasaran merupakan alat merencanakan, melaksanakan, dan mengatur tujuan utama pemasaran dan strategi suatu organisasi.¹⁷ Penerapan pemasaran sebagai alat dan fungsi pemasaran ditekankan untuk mempertukarkan nilai. Nilai yang dimaksud adalah suatu yang dibutuhkan oleh pihak tertentu dan diperlukan pengorbanan untuk mendapatkan.

Strategi Pemasaran merupakan proses akhir dari rantai usaha sebuah perusahaan. Dari pemasaran yang efektiflah keuntungan akan didapat. Dalam sistem pemasaran terdapat model-model pemasaran yang dapat

¹⁶ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 200-205

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*

dipilih oleh perusahaan sebagai strategi meraih pasar sebanyak-banyaknya. Strategi pemasaran melalui pemasaran langsung yang dilakukan oleh perusahaan cukup efektif dilakukan.

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.¹⁸ Strategi merupakan dasar untuk kelanjutan kegiatan marketing yang telah direncanakan, misalnya siapa target pasar, usaha kecil membidik pelanggan, dan cara menjaga konsumen yang ada sebagai pelanggan tetap.

Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu :

1. Daur hidup produk
Strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
2. Posisi persaingan perusahaan di pasar
Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
3. Situasi ekonomi
Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.¹⁹

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan dimana biaya pemasaran, alokasi pemasaran merupakan hubungan yang erat dengan lingkungan dalam kondisi persaingan bisnis. Dan faktor utama penyebab terjadinya strategi

¹⁸ <http://blogspot.com/2015/03/strategi-pemasaran.html>, diakses tanggal 10/04/2016

¹⁹ Dirgantoro, C, *Manajemen Strategi*. (Jakarta: Grasindo, 2004), h. 49

pemasaran ada tiga yaitu daur hidup produk, posisi persaingan perusahaan di pasar, dan situasi ekonomi.

c. Strategi distribusi

Strategi distribusi adalah meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk/jasa tersedia bagi pelanggan sasaran.²⁰ Distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan agar produk dapat diperoleh dengan mudah tersedia bagi konsumen sasaran sebagian besar produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produk.

Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibutuhkan strategi yang tepat untuk menyalurkan barang atau jasa dagangannya ke tangan konsumen. Berikut ini adalah metode distribusi yang dapat dipilih oleh suatu perusahaan bisnis untuk memaksimalkan laba yaitu:

a. Strategi distribusi intensif

Distribusi intensif adalah strategi bisnis yang menempatkan produk dagangannya pada banyak retailer atau pengecer serta distributor di berbagai tempat.²¹

b. Strategi distribusi selektif

Distribusi selektif adalah suatu metode distribusi yang menyalurkan produk barang dan jasa pada daerah pemasaran tertentu dengan memilih beberapa distributor atau pengecer saja pada suatu daerah.

Diantara distributor atau pengecer akan terdapat suatu persaingan

²⁰ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 200-205

²¹ *Ibid*

untuk merebut konsumen dengan cara teknik dan strategi masing-masing.²²

c. Strategi distribusi eksklusif

Distribusi eksklusif adalah memberikan hak distribusi suatu produk pada satu dua distributor atau pengecer saja pada suatu area daerah.²³

Berdasarkan keterangan di atas bahwa strategi distribusi itu adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan agar produk dapat diperoleh dengan mudah tersedia bagi konsumen sasaran sebagian besar produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produk, dan dalam kegiatan strategi distribusi tersebut perusahaan bisnis dapat memaksimalkan laba.

d. Strategi organisasi

Strategis adalah perencanaan yang berhubungan dengan hidup organisasi atau perusahaan, Maju mundurnya organisasi atau perusahaan, Keberadaan organisasi atau perusahaan, Hasil yang akan dicapai organisasi atau perusahaan, dan Jangka waktu yang panjang.²⁴

Strategi organisasi dalam suatu perusahaan ditujukan untuk dapat dilaksanakannya suatu kegiatan secara efektif dan efisien, sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai. Kegiatan suatu perusahaan yang efektif dan efisien membutuhkan cara pengorganisasian yang baik dan tepat, terutama

²² *Ibid*

²³ *Ibid*

²⁴ Sumber web : <http://ayucintyavirayasti.blogspot.com/p/1.html?m=1> diunduh Tanggal

dengan pengaturan pembagian tugas, wewenang, dan dan tanggung jawab yang jelas dan tegas antara penjabat-penjabat dan para pelaksana atau petugas di bidang masing-masing. Di samping itu juga perlu di atur hubungan kerja penjabat-penjabat atau pimpinan-pimpinan yang ada dan didasarkan atas sistem serta prosedur kerja yang efisien.²⁵

Pembentukan suatu strategi organisasi dalam perusahaan atau usaha sangat penting dalam rangka konsep pemasaran yang terpadu (*integrated marketing*), agar pelaksanaannya dapat dikoordinasikan terarah pencapaian tujuan pemasaran.

e. Strategi keuangan

Strategi keuangan (*financial strategy*) menguji implikasi keuangan dari pilihan strategis suatu perusahaan atau unit bisnis dan mengidentifikasi tindakan keuangan yang terbaik. Strategi ini juga dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui biaya modal/dana yang lebih rendah dan kemampuan yang fleksibel untuk meningkatkan jumlah modal demi mendukung suatu strategi bisnis.

Berikut beberapa strategi keuangan yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan Keuangan, membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta mengenai kegiatan-kegiatan yang lainnya dalam periode tertentu.
2. Penganggaran Keuangan, membuat detail pengeluaran dan pemasukan
3. Pengelolaan Keuangan, penggunaan dana perusahaan secara maksimal dengan berbagai cara

²⁵ Sumber web <http://jendela-kampus.blogspot.com/2012/01/organisasi-pemasaran.html?m=1> diunduh tanggal 10 April 2016.

4. Pencapaian Keuangan, mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang digunakan untuk operasional kegiatan perusahaan.
5. Penyimpanan Keuangan, yakni dengan mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dan mengamankan dana tersebut.
6. Pengendalian Keuangan, yakni dengan melakukan evaluasi dan perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan yang berlaku di perusahaan.
7. Pemeriksaan Keuangan, dengan melakukan audit internal mengenai keuangan perusahaan yang ada untuk tidak adanya penyimpangan.
8. Pelaporan Keuangan, adalah dengan menyediakan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan dan tentunya sebagai bahan evaluasi.²⁶

Berdasarkan keterangan-keterangan di atas bahwa strategi keuangan dalam bisnis adalah pertama membuat suatu rencana masukan dan pengeluaran keuangan, penganggaran keuangan, pengelolaan keuangan, pencapaian keuangan, penyimpangan keuangan, pengendalian keuangan, pemeriksaan keuangan, dan terakhir adalah pelaporan keuangan.

B. Industri Rumah Tangga

1. Pengertian Industri Rumah Tangga

Pengertian industri bermacam-macam. Menurut UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, industri adalah “kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan

²⁶ Sumber web : <http://www.artikelsiana.com/2015/10/manajemen-keuangan-pengertian-fungsi.html?m=1> diunduh Tanggal 10 April 2016

peralatan, misal mesin”.²⁷ Industri merupakan sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berdomisili pada sebuah tempat atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi sendiri.

Sedangkan pengertian industri menurut beberapa ahli juga bermacam-macam. Menurut Teguh S. Pambudi, industri adalah sekelompok perusahaan yang bisa menghasilkan sebuah produk yang dapat saling menggantikan antara yang satu dengan yang lainnya. Menurut pendapat lain, industri adalah bagian dari sebuah proses yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi sehingga menjadi sebuah barang baru yang memiliki nilai lebih bagi kebutuhan masyarakat.²⁸

Berdasarkan beberapa pendapat di atas bahwa industri adalah sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa atau bagian dari sebuah proses mengolah barang jadi menjadi sebuah barang baru yang memiliki nilai lebih bagi kebutuhan masyarakat.

Sedangkan rumah tangga adalah “segala sesuatu yang berhubungan dengan urusan kehidupan dalam rumah, serta berhubungan atau berkenaan dengan keluarga”.²⁹ Jadi industri rumah tangga adalah sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan

²⁷ Meity Taqdir Qodratilah, *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, (Jakarta: Badan pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), h. 174

²⁸ <http://hedisasrawan.blogspot.co.id/2014/01/pengertian-industri-artikel-lengkap.html> di unduh tanggal 10/04/2016.

²⁹ Meity Taqdir Qodratilah, *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, h. 459

menghasilkan barang dan jasa dengan nilai lebih yang dilakukan di dalam rumah berkenaan dengan keluarga.

2. Indikator Industri Rumah Tangga

Usaha Industri Rumah Tangga atau Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,-.³⁰

Berdasarkan keterangan di atas dapat dijelaskan bahwa Industri Rumah Tangga memiliki kriteria seperti Modal yang digunakan relatif kecil, tenaga kerja yang digunakan tidak lebih dari 10 orang, biasanya dari anggota keluarga, peralatan yang digunakan sederhana dan bukan mesin serta bertujuan hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Dengan demikian, dalam industri rumah tangga memiliki tiga indikator yaitu usaha milik sendiri, tenaga kerja tidak lebih dari 10 orang, dan peralatan yang digunakan sederhana serta tujuannya hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari.

3. Pentingnya Industri Rumah Tangga

Peranan penting Industri Rumah Tangga yang paling penting adalah sebagai penambah lapangan kerja yang cukup untuk membantu

³⁰ http://restafebri.blogspot.co.id/2009/03/pengertian-dan-kriteria-usaha-mikro_08.html

pengurangan jumlah pengangguran yang saat ini semakin melonjak dari tahun ke tahun akibat kurangnya lapangan pekerjaan yang memadai. Lalu manfaat lainnya yaitu peningkatan keterampilan tenaga kerja yang mendapatkan pengalaman didalam industri rumah tangga tersebut.³¹

Berdasarkan keterangan di atas bahwasannya peranan industri rumah tangga yang paling penting sudah jelas yaitu untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan kreativitas para tenaga kerja. Selain itu bagi pemilik akan mendapatkan hasil yang cukup banyak karena hasil produksi industri rumah tangga sangat diminati oleh semua warga kelas menengah kebawah.

Upaya pengembangan diversifikasi usaha pertanian maka industri rumah tangga adalah sebagai salah satu kegiatan yang banyak dilakukan oleh para petani di daerah pedesaan untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Industri kecil dan rumah tangga sangatlah penting sebab dapat menyerap kelebihan tenaga kerja di sektor pertanian. Itulah sebabnya pemerintah tetap mempertahankan program-program pembinaan bagi industri kecil rumah tangga dipedasan.³²

Industri rumah tangga merupakan industri kecil yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Menggunakan teknologi sederhana atau madia.
- b. Padat karya
- c. Relatif menyerap banyak tenaga kerja
- d. Pada umumnya tumbuh secara berkelompok menurut jenisnya atau membentuk sentra.

³¹ <http://komangyoga94.blogspot.co.id/2010/04/peranan-industri-rumah-tangga.html>

³² Natelda R. Timisela, Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Pemasarannya, *Jurnal Agroforestri*, Volume 1 Nomor 3 Desember 2006

- e. Berakar dari bakat keterampilan atau bakat seni.³³

Industri rumah tangga mempunyai manfaat penting yaitu sebagai berikut:

- a) Menciptakan peluang kerja dengan pembiayaan yang relatif murah.
- b) Berperan dalam meningkatkan mobilitas tabungan domestik.
- c) Mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri besar dan sedang karena dapat menghasilkan barang yang murah dan sederhana yang biasanya tidak dihasilkan oleh industri besar dan sedang.
- d) Dapat menyediakan barang-barang yang mencapai para konsumen dengan harga murah karena letak industri kecil dan rumah tangga menyebar dan dekat dengan konsumen.³⁴

Pembangunan di bidang industri ditujukan untuk mewujudkan struktur ekonomi yang seimbang antara sektor industri dan sektor peranian. Demikian pula pembangunan sektor industri diperlukan untuk menciptakan keserasian diantara subsektor industri besar dengan subsektor industri kecil. Industri kecil terutama industri rumah tangga yang proses produksi berlangsung di dalam rumah, teknologi yang digunakan sederhana, tidak membutuhkan keterampilan khusus serta modal yang digunakan relatif kecil. Oleh karena itu industri rumah tangga sebagian besar berlokasi di dalam rumah.

C. Konsep Usaha dalam Ekonomi Islam

³³ Suratiah Ken, S. Haerani, dan Nurleni, *Marginalisasi Pekerja Wanita di Pedesaan, Studi Kasus Pekerja Wanita pada Industri Rumah Tangga Pangan di Daerah Sulawesi Selatan*. Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gaja Mada. Yogyakarta. <http://mazguru.wordpress.com/2014/11/diunduh> 12 April 2016

³⁴ Natelda R. Timisela, Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Pemasarannya, *Jurnal Agroforestri*,

1. **Pengertian Usaha**

Usaha yaitu “setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian, yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba”.³⁵

Usaha adalah suatu unit ekonomi yang melakukan aktivitas dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab dan punya kewenangan untuk mengelola usaha tersebut.

Dalam hukum bisnis syariah istilah usaha sering diartikan sebagai suatu perbuatan manusia untuk mendapatkan sumber penghidupan, meskipun usaha manusia adalah bermacam-macam, namun terpenting adalah untuk menggapai keridhaan Allah.³⁶

Berdasarkan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa usaha adalah tindakan atau kegiatan yang dilakukan setiap pengusaha dibidang perekonomian untuk mendapatkan sumber penghidupan dan yang terpenting adalah mendapat keridhaan Allah SWT.

28

2. **Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam adalah ”kumpulan norma hukum yang bersumber dari Al-Qur’an dan hadis yang mengatur urusan perekonomian umat manusia”.³⁷

³⁵ Burhanuddin, *Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2011), h. 15

³⁶ *Ibid*, h. 16

³⁷ Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, Cet. 2, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 4

Pendapat lain mengungkapkan bahwa ekonomi Islam adalah ”bidang-bidang ilmu lainnya yang tidak luput dari kajian Islam bertujuan menuntun agar manusia berada di jalan lurus (*shirat al mustaqim*)”.³⁸

Dengan demikian ekonomi dalam Islam adalah ilmu yang mempelajari segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh falah (kedamaian dan kesejahteraan dunia akherat).³⁹

Berdasarkan keterangan di atas dapat dijelaskan bahwa ekonomi Islam adalah bidang-bidang ilmu perekonomian umat manusia yang bersumber dari Al-Qur’an dan Hadis yang tujuannya untuk menuntun manusia berada di jalan lurus yaitu *shirat al mustaqim*.

3. Batasan Usaha dalam Ekonomi Islam

Batasan usaha dalam ekonomi Islam adalah sebagai berikut:

- a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)
- b. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)
- c. Kehendak bebas (*free will*)
- d. Tanggung jawab (*Responsibility*)
- e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran⁴⁰

Kelima batasan di atas akan dijelaskan satu persatu sebagai berikut:

- a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep *tauhid* yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang

³⁸ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Cet. 1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 1

³⁹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), h. 7

⁴⁰ Ahmad Mustaq, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 45

homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.⁴¹

Batasan usaha dalam suatu sistem ekonomi Islam berdasarkan konsep dasar dalam Islam yaitu kesatuan (tauhid) dan berdasarkan rujukan kepada al-Qur'an dan Sunnah adalah:

- 1) Pemenuhan kebutuhan dasar manusia meliputi pangan, sadang papan, kesehatan, dan pendidikan untuk setiap lapisan masyarakat.
- 2) Memastikan kesetaraan kesempatan untuk semua orang.
- 3) Mencegah terjadinya pemusatan kekayaan dan meminimalkan ketimpangan dana distribusi pendapatan dan kekayaan di masyarakat.
- 4) Memastikan kepada setiap orang kebebasan untuk mematuhi nilai-nilai moral.
- 5) Memastikan stabilitas dan pertumbuhan ekonomi.⁴²

Berdasarkan konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka batasan dalam bisnis atau etika menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

b. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rosulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari

⁴¹ *Ibid*

⁴² M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 13

orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi.

Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Isra ayat 35 yang berbunyi:

وَالْوِزْنَ بِالْقِسْطِ ۚ أَسْكُنُوا فِيهَا مِائَاتَ عَشْرٍ أَلْفًا عَشْرًا
وَالْوِزْنَ بِالْقِسْطِ ۚ أَسْكُنُوا فِيهَا مِائَاتَ عَشْرٍ أَلْفًا عَشْرًا
وَالْوِزْنَ بِالْقِسْطِ ۚ أَسْكُنُوا فِيهَا مِائَاتَ عَشْرٍ أَلْفًا عَشْرًا

Artinya ”Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (QS. Al-Isra : 35)⁴³

Ketika beraktivitas di dunia kerja dan bisnis Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

c. Kehendak bebas (*Free Will*)

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemaha kuasa (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-makhluk-Nya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat yang sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah.

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta : Diponegoro, 2009), h. 285

Atas segala karunia yang diberikan oleh Allah, manusia dapat berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terlepas dari qhada dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah.⁴⁴

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dalam adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

d. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanat Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhilafahan ini untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal menjalani usaha, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun di akherat kelak.

⁴⁴ M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, h. 89

Pertanggungjawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT, namun juga kepada lingkungan. Jika ekonomi konvensional, baru mengenal istilah *corporate social responsibility*, maka ekonomi Islam telah mengenalnya sejak lama.⁴⁵

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas, untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran, dalam konteks bisnis kebenaran dimaksud 33 sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses *akad* (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.⁴⁶

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

⁴⁵ *Ibid*, h. 90

⁴⁶ Ahmad Mustaq, *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 51

4. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Menurut Zainudin Ali prinsip-prinsip ekonomi syari'ah ada 5 adalah sebagai berikut:

- a. Siap menerima risiko
- b. Tidak melakukan penimbunan
- c. Tidak monopoli
- d. Pelarangan interes riba
- e. Solidaritas sosial⁴⁷

Berdasarkan pendapat di atas penulis akan menguraikan satu persatu yaitu :

1. Siap menerima risiko

Menerima risiko yang terkait dengan pekerjaan merupakan keuntungan dan manfaatnya yang diperoleh juga terkait dengan jenis pekerjaannya. Karena itu, tidak ada keuntungan/ manfaat yang diperoleh seseorang tanpa risiko. Hal ini merupakan jiwa dari prinsip “dimana ada manfaat, di situ ada risiko”.⁴⁸

Berdasarkan keterangan di atas bahwa maksud dari siap menerima risiko adalah sesuatu yang terkait baik itu keuntungan atau manfaat yang diperoleh seseorang pasti ada risikonya.

2. Tidak melakukan penimbunan

Sistem syariah tidak seorang pun yang diizinkan untuk menimbun uang, dengan kata lain hukum Islam tidak memperbolehkan uang konta (*cash*) yang menganggur tanpa dimanfaatkan.⁴⁹

⁴⁷ Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, h. 7-11

⁴⁸ *Ibid*, h. 7

⁴⁹ *Ibid*,

Terkait dalam hukum Islam melarang seseorang menimbun uang tanpa ada manfaatnya. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan sanksi bagi mereka yang menimbun uang dengan mengenakan pajak untuk uang kontan tersebut. Hal tersebut menghindari kegiatan penimbunan uang yang biasanya digunakan untuk kepentingan spekulasi. Uang yang dimiliki seseorang seharusnya digunakan untuk kepentingan jual beli (*selling and buying*) secara kontinu.

3. Tidak monopoli

Sistem ekonomi syariah tidak diperbolehkan seseorang, baik dari perorangan maupun lembaga bisnis dapat melakukan monopoli termasuk di dalam gadai syariah. Islam mendorong persaingan dalam ekonomi sebagai jiwa dari *fastabiqul khairat. Depreciation*, segala sesuatu di dunia ini mengalami depresiasi⁵⁰

Keterangan di atas menjelaskan bahwa dalam sistem syariah monopoli tidak diperbolehkan karena Islam tidak memperbolehkan menetapkan harga pada uang. Uang bukan merupakan alat penyimpan nilai. Uang bukan merupakan komoditi. Komoditi memiliki harga sedangkan uang tidak. Islam tidak memperbolehkan menetapkan harga pada uang. Jika seseorang memberikan pinjaman 5 juta rupiah kepada orang lain, maka orang tersebut mengembalikan pinjaman 5 juta rupiah bukan 5,2 juta rupiah. Uang hanyalah sebagai pelantara (alat tukar). Hal itu berarti uang sebagai alat tukar, bermakna nilainya harus dijaga agar tetap stabil.

⁵⁰ *Ibid*, h. 7-11

4. Pelarangan interes riba

Pelarangan seluruh jenis interes adalah riba termasuk bunga bank dan diharamkan (dilarang) oleh Allah SWT di dalam Al-Qur'an seperti pernyataan Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 278 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ
مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya *"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (QS Al Baqarah : 278)*⁵¹

5. Solidaritas sosial

Solidaritas sosial seorang muslim terhadap sesamanya dapat diibaratkan dalam satu tubuh. Jika satu anggota tubuh sakit, maka seluruh tubuh akan merasakan juga. Jika seseorang muslim mengalami problem kemiskinan, maka tugas kaum muslimin lainnya untuk menolong orang miskin itu (dengan cara membayar zakat, infak dan shadaqah).⁵²

Berdasarkan kepenjelasan di atas bahwa kekayaan adalah milik Allah. Apa pun harta yang telah Allah berikan pada manusia merupakan amanah dari Allah. Oleh karena itu, manusia harus menjaga amanah tersebut dengan memanfaatkannya untuk menolong sesamanya. Hal itu merupakan jiwa dari pelaksanaan zakat sehingga ditujukan untuk menanggulangi masalah sosial kaum muslimin. Siapapun yang

⁵¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 69

⁵² Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, h. 10-11

menggunakan hartanya pada jalan Allah, akan mendapatkan kompensasi di akherat sebagaimana firman Allah dalam Surah Al Muazzammil ayat 20 sebagai berikut:

... وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِّنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ أَجْرًا وَاسْتَغْفِرُوا لِلَّهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ
Artinya ...”apa pun yang kamu berikan untuk diri kamu

kebaikan, akan kamu dapatkan disisi Allah dengan balasan yang lebih baik dan lebih besar”. (QS. Al Muazzammil : 20)⁵³

Menurut pendapat Eko Suprayitno bahwasannya prinsip-prinsip ekonomi Islam itu ada delapan macam yaitu sebagai berikut:

1. Sumber daya dipandang sebagai amanah Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya haruslah bisa dipertanggungjawabkan di akherat kelak.
2. Kepemilikan pribadi diakui dalam konteks batas-batas tertentu yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat dan tidak mengakui pendapatan yang diperoleh secara tidak sah.
3. Bekerja adalah kekuatan penggerak utama kegiatan ekonomi Islam (QS 4:29).
4. Kepemilikan kekayaan tidak boleh hanya dimiliki oleh segelintir orang-orang kaya, dan harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
5. Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaannya dialokasikan untuk kepentingan orang banyak.
6. Seorang muslim harus tunduk pada Allah dan hari pertanggungjawaban di akherat (QS 2:281)
7. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab).
8. Islam melarang riba dalam segala bentuknya.⁵⁴

⁵³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 575

⁵⁴ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, h.

Berdasarkan paparan di atas bahwa prinsip-prinsip ekonomi Islam itu adalah segala sesuatu yang dianggap sebagai amanah dari Allah kepada manusia maka manusia itu harus bertanggung jawab atas amanah tersebut seperti kepemilikan pribadi yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat, bekerja, kepemilikan kekayaan, kepentingan orang banyak, zakat, dan Islam melarang riba dalam segala bentuknya.

5. Strategi Usaha dalam Ekonomi Islam

Semua aktivitas kehidupan perlu dilakukan berdasarkan perencanaan yang baik. Islam agama yang memberikan sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan. Perencanaan tidak lain memanfaatkan karunia Allah secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah-ubah, dalam arti lebih luas perencanaan menyangkut persiapan menyusun rancangan untuk setiap kegiatan ekonomi. Konsep modern tentang perencanaan yang harus dipahami dalam arti terbatas, diakui dalam Islam, karena perencanaan seperti itu mencakup pemanfaatan sumber yang disediakan oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya untuk kehidupan dan kesenangan manusia.

Pelaksanaan strategi usaha dalam Islam adalah tergantung pada prinsip syariah yang telah diakui secara universal. Hal ini berarti pelaksanaan strategi dilaksanakan melalui partisipasi sektor pemerintah dan swasta atas dasar kemitraan. Yakni terlaksana melalui prinsip abadi, yakni tenaga kerja dan pemilik modal dapat disatukan sebagai mitra,

dalam arti memperaktekkan prinsip *mudharabah* dan dengan mengkombinasikan berbagai unit produksi, proyek industri, perdagangan dan pertanian dalam kerangka perencanaan dapat diterapkan atas dasar prinsip tersebut. Pendapatan yang dihasilkan oleh usaha seperti itu dapat dibagi secara sebanding setelah dikurangi segala pengeluaran yang sah.⁵⁵

Sistem perencanaan dalam Islam, kemungkinan rugi sangat kecil karena merupakan hasil kerjasama antara sektor pemerintah dan swasta. Investasi yang sehat akan mendorong kelancaran dan kemajuan ekonomi menjadi lebih banyak. Dalam usaha atau bisnis tentu lebih dahulu menyusun perencanaan strategis untuk memberi arah terhadap kegiatan perusahaan yang menyeluruh yang harus didukung rencana pelaksanaan lebih rinci di bidang-bidang kegiatan perusahaan, dalam Islam bukanlah suatu larangan bila seorang hamba mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya. Namun dengan syarat, rencana itu tidak bertentangan dengan ajaran (syariat) Islam

Kegiatan strategi (rencana) merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan.

Strategi dalam usaha, Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan), tetapi Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga yang tidak berbohong, alias harus berkata jujur (benar). Oleh sebab itu salah satu karakter usaha

⁵⁵ Muhammad Dwi Mulia, *Majalah Pengusaha Muslim*, dari <http://pemasaran.dalam.perspektifIslam.com/> di unduh pada Tanggal 3 Februari 2016

atau berdagang yang terpenting dapat diridhoi oleh Allah SWT adalah kebenaran.⁵⁶

Pada dasarnya ada tiga unsur etika yang harus dilaksanakan oleh seorang pengusaha muslim yaitu bersifat jujur, amanat dan nasihat. Jujur artinya tidak ada unsur penipuan, amanat dan nasihat adalah bahwa seorang pengusaha dipercaya memberi yang terbaik dalam produksinya sehingga membawa kebaikan dalam penggunaannya.⁵⁷

Berdasarkan keterangan di atas dapat di simpulkan bahwa strategi usaha dalam Islam adalah *pertama* memiliki sifat jujur, artinya tidak memiliki unsur untuk menipu, *kedua* amanat, dan *ketiga* adalah nasihat. Ketiga sifat itu harus dimiliki oleh seorang produsen atau pengusaha muslim dalam menjalankan usahanya atau bisnis.

⁵⁶ *Ibid*

⁵⁷ *Ibid*

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *Field Research* atau disebut dengan penelitian lapangan artinya “Penelitian yang secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga dan masyarakat”.¹ Dalam hal ini penulis mengadakan penelitian di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pekalongan Lampung Timur tentang strategi bisnis yang dilakukan oleh pengrajin kelanting.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang dilaksanakan ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif yaitu Penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran tentang suatu peristiwa yang terjadi.²

Berdasarkan keterangan tersebut bahwa deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian yang digambarkan dengan kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang dapat diamati untuk memperoleh kesimpulan.

¹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Edisi 1, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 80

² Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), h. 23

Dalam hal ini penulis ingin melaporkan sesuatu yang aktual mengenai penerapan strategi bisnis usaha mikro kecil menengah dalam mengembangkan usahanya perspektif ekonomi Islam (studi industri pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pekalongan Lampung Timur).

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana data diperoleh.³ Secara teoritis sumber data dibedakan menjadi dua macam yaitu :

1. Sumber Primer

Sumber primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, sumber primer dalam penelitian ini adalah sumber yang didapatkan langsung dari kepala desa dan para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo Pekalongan yang berjumlah 3 orang pengrajin yaitu Sugiarto, Ponimin, dan Sulastri melalui proses wawancara dan dokumentasi..

2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber yang diperoleh secara tidak langsung berupa jumlah keterangan atau fakta dengan mempelajari bahan-bahan perpustakaan.⁴ Sumber ini diperoleh dari literatur-literatur, dan kebijakan-kebijakan serta data-data resmi yang dijadikan lokasi peneliti.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), h. 129

⁴ *Ibid*

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah “untuk mengumpulkan data yang diperoleh untuk dijelaskan terutama penggunaannya tentang apa, kepada siapa”.⁵ Peneliti menggunakan beberapa metode yaitu :

1. Metode Interview (Wawancara)

Metode interview (wawancara) adalah “suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden”.⁶ Sedangkan responden adalah orang yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan oleh penulis melalui wawancara.⁷

Metode interview ini adalah metode interview mendalam guna memperoleh data informasi langsung dari pihak-pihak terkait tentang strategi pemasaran yang dilakukan pengrajin kelanting di kalangan kecil menengah di Desa Gantimulyo 37c Pekalongan Lampung Timur. Adapun yang akan diwawancarai adalah para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo 37c Pekalongan yaitu Sugiarto, Ponimin, dan Sulastri.

2. Metode Observasi

Observasi adalah “suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan”.⁸ Observasi ini memperoleh data-data yang bisa digunakan melalui wawancara dengan kepala desa Gantimulyo dan para

⁵ Program Pascasarjana STAIN Jurai Siwo Metro, *Pedoman Penulisan Tesis*, 2013, h. 36

⁶ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), h. 39.

⁷ *Ibid*

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. 14, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 145

pengrajin kelanting. Observasi ditujukan untuk mencari data tentang penerapan strategis bisnis usaha mikro kecil menengah dalam mengembangkan usaha kelanting. Observasi dilakukan dengan cara melihat langsung strategi pengrajin kelanting dalam mengembangkan usahanya.

3. Metode Dokumentasi

“Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda an sebagainya”.⁹ Metode ini juga digunakan untuk mengetahui sejarah, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo 37c Pekalongan.

D. Teknik Analisa Data

Pada bagian ini dijelaskan mengenai teknik yang digunakan dalam mengambil data dan analisis data. Analisis data kualitatif adalah deskriptif data yang terdiri dari tiga aktivitas yang berlangsung secara bersamaan. Ketiga aktivitas tersebut adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Ketiga alur aktivitas tersebut saling keterkaitan satu dengan yang lainnya dalam analisis data.

1. Reduksi data

Aktivitas reduksi data ialah mengolah data mentah yang dikumpulkan dari hasil wawancara, dokumentasi dan observasi diringkas dan disistematisasikan agar mudah difahami dan dicermati oleh pembaca. Reduksi data ini

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, h. 206

merupakan satu bentuk analisis data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dari penelitian dapat dibuat verivikasi.¹⁰ Dalam hal ini peneliti memproses secara sistematis data-data akurat yang diperoleh terkait dengan metode pembelajaran dalam upaya internalisasi nilai-nilai ke-Islaman, sehingga dari hasil wawancara dan observasi lapangan ditambah dengan dokumentasi yang ada, skripsi ini dapat difahami dan dicermati secara mudah oleh para pembaca.

2. Penyajian data

Penyajian data dalam penelitian ini yaitu dengan menyusun informasi secara baik dan akurat untuk memperoleh beberapa kesimpulan yang valid dan merelalisasikan prosedural lanjutan. Dengan eksisnya data akurat ini secara otomatis membantu proses yang sedang terjadi, untuk diadakan analisis lebih lanjut, tentunya mengacu kepada data yang ada.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari aktivitas data. Aktivitas ini dimaksudkan untuk memberikan makna terhadap analisis, menjelaskan pola urutan dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi yang diuraikan. Di samping itu, kendati data telah disajikan bukan berarti proses analisis data sudah final, akan tetapi masih ada tahapan berikutnya yaitu penarikan kesimpulan dan verivikasi yang merupakan pernyataan singkat sekaligus merupakan jawaban dari persoalan yang dikemukakan.

¹⁰ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 193

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum Penelitian

1. Sejarah Singkat Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pakalongan Lampung Timur

Desa Gantimulyo adalah Desa Hasil Pemekaran dari Desa Gantiwarno Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Definitif dan diresmikan oleh Bupati Lampung Timur pada tanggal 6 Desember 2011, dengan jumlah penduduk 2.136 jiwa, atau 610 Kepala Keluarga. ¹

Nama Gantimulyo berasal dari kata Ganti yang berarti Berubah, dan kata Mulyo adalah Mulia. Dengan demikian Gantimulyo berarti “Berubah Mulia” yang tadinya masih jadi satu dengan Gantiwarno masih tertinggal dengan desa yang lain di Kecamatan Pekalongan, karena luasnya wilayah sama dalam mendapatkan bantuan pembangunan dengan desa-desa yang wilayahnya tidak seluas Gantiwarno. Maka dari itu masyarakat berkeinginan dan bertekad untuk pemekaran Desa. Dengan harapan dan cita-cita yang mualia untuk kemajuan desa sesuai dengan nama Desa yaitu Gantimulyo. Desa Gantimulyo juga mempunyai motto yaitu “Gantimulyo Harum, Hidup Aman Rukun Untuk Membangun”. Dengan tekad yang kuat dan kebersamaan antara warga masyarakat dan pamong desa beserta lembaga-lembaga yang ada, kami mempunyai keyakinan hari esok akan lebih baik dari hari kemarin.

¹ Hasil Dokumentasi dan Wawancara dengan Kepala Desa Margiyono Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Tanggal 11 Juli 2016

Desa Gantimulyo berada di perbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah, jarak Gantimulyo dengan pusat pemerintahan Lampung Timur cukup jauh sekitar 35 km dengan kondisi jalan banyak yang berat serta masih banyaknya jalan anah di Desa Gantimulyo menyebabkan warga Gantimulyo kesulitan mengeluarkan hasil bumi serta enggannyapara investor masuk di Desa Gantimulyo.

Wilayah Desa Gantimulyo adalah hasil pemekaran Desa Gantiwarno, dengan luas wilayah 433,56 Ha. Jumlah penduduk 2136 jiwa tersebar di lima dusun dengan 14 RT yang belum genap berumur satu tahun. Desa Gantimulyo belum memiliki sarana perkantoran dan prasarana lainnya. Kantor Desa, kantor BPD, kantor LPMD, juga kantor PKK belum ada sehingga dalam memberi pelayanan kepada warga sangatlah kurang.

2. Letak Geografis Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pakalongan Lampung Timur

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Gedung Dalam Baru Kecamatan pekalongan
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Gantiwarno Kecamatan Pekalongan
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Gantiwarno Kecamatan Pekalongan.²

² *Ibid*

3. Keadaan Penduduk Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pakalongan

Lampung Timur

Tabel 1
Kondisi Sosial Budaya Desa

No	Uraian	Jumlah	Keterangan
1	Kependudukan		
	A. Jumlah Penduduk (Jiwa)	2136	
	B. Jumlah KK	610	
	C. Jumlah Laki-Laki	1076	
	a. 0-15 Tahun	260	
	b. 16-55 Tahun	653	
	c. Di atas 55 Tahun	163	
	D. Jumlah Perempuan	1060	
	a. 0-15 Tahun	252	
	b. 16-55 Tahun	639	
	c. Di atas 55 Tahun	169	
2	Kesejahteraan Sosial		
	A. Jumlah KK Prasejahtera	215	
	B. Jumlah KK Sejahtera	133	
	C. Jumlah KK Kaya	50	
	D. Jumlah KK Sedang	110	
	E. Jumlah KK Miskin	102	
3	Tingkat Pendidikan		
	A. Tidak Tamat SD	512	
	B. SD	610	
	C. SLTP	512	
	D. SLTA	430	
	E. Diploma/Sarjana	72	
4	Mata Pencaharian		
	A. Buruh Tani	153	
	B. Petani	384	
	C. Peternak	25	
	D. Pedagang	44	
	E. Tukang Kayu	14	
	F. Tukang Batu	39	
	G. Penjahit	4	
	H. PNS	44	
	I. Pensiunan	4	

	J. TNI/Polri	1	
	K. Perangkat Desa	26	
	L. Pengrajin	7	
	M. Industri Kecil Kelanting	11	
	N. Buruh Industri	92	
	O. Lain-lain	1288	
5	Agama		
	Islam	1919	
	Katolik	36	
	Protestan	45	
	Hindu	-	
	Budha	136	

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Jumlah usia produktif lebih banyak dibanding usia anak-anak dan lansia. Perbandingan usia anak-anak, produktif, dan lansia adalah sebagai berikut: 22%, 60,8%, 17,2% dari 2136 jumlah penduduk yang berada pada kategori usia produktif laki-laki dan perempuan jumlahnya hampir sama / seimbang.
- b. Kesejahteraan: jumlah KK sedang yaitu 30% dari total KK prasejahtera 14,5% KK sejahtera 17 KK, KK kaya 7% dan KK miskin 31,5% dengan banyaknya KK prasejahtera. Inilah Desa Gantimulyo termasuk Desa Tertinggal.
- c. Tingkat Pendidikan: kesadaran tentang pentingnya pendidikan terutama pendidikan 9 tahun baru terjadi beberapa tahun ini sehingga jumlah lulusan SD dan SLTP mendominasi peringkat pertama.
- d. Mata pencaharian: mayoritas mata pencaharian penduduk adalah petani dan buruh tani, hal ini disebabkan karena sudah turun temurun sejak dulu bahwa masyarakat adalah petani dan juga minimnya tingkat

pendidikan menyebabkan masyarakat tidak punya keahlian lain dan akhirnya tidak punya pilihan lain selain menjadi buruh tani dan buruh pabrik.

- e. Agama: seluruh warga masyarakat Desa Gantimulyo adalah mayoritas muslim (Islam) dan sebagian kecil Kristen dan Budha.³

4. Perangkat Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pakalongan Lampung Timur

Tabel 2
Nama Perangkat Desa Gantimulyo

No	Nama	Jabatan
1	Margiyono	Kepala Desa
2	Afit Widiaksono, S.Sos.I	Sekretaris Desa
3	Kartiwak	Kasi Pertanian
4	Diono	Kasi Keamanan
5	Rudy Kurniawan	Kaur Pemerintahan
6	Nur Indrawati	Kaur Umum
7	Muhammad Hasan Bastri	Kaur Pembangunan
8	Agus Suyetno	Kaur Keuangan
9	Ahmad Yulianto	Kepala Dusun I
10	Suroyo	Kepala Dusun II
11	Ismail	Kepala Dusun III
12	Dimiyati	Kepala Dusun IV
13	Siswanto	Kepala Dusun V
14	Marjuki	Ketua RT 01
15	Tugino	Ketua RT 02
16	Touib Aris Munandar	Ketua RT 03
17	Ahmad Yasirudin	Ketua RT 04
18	Arsad Safei	Ketua RT 05
19	Tumiran	Ketua RT 06
20	M. Khamdani	Ketua RT 07
21	Kayadi	Ketua RT 08
22	Waspodo	Ketua RT 09
23	Sitamto	Ketua RT 10
24	Hanafi	Ketua RT 11

³ *Ibid*

25	Sudi Prayitno	Ketua RT 12
26	Surani	Ketua RT 13
27	Pei Efendi	Ketua RT 14
28	Sarudin	Ketua RT 15
29	Sarijo	Ketua RT 16
30	Sariyono	Ketua RT 17
31	Ngadiman	Ketua RT 18
32	M. Fuad Akbar	Ketua RT 19
33	Sis Aji Witono	Ketua RT 20
34	Tuyadi	Ketua RT 21. ⁴

B. Temuan Khusus Penelitian

1. Gambaran Singkat Industri Pengrajin Kelanting di Desa Gantimulyo

37 C Pekalongan Lampung Timur

Kelanting makanan terbuat dari singkong, tentu sudah tidak asing lagi. Makanan renyah tersebut bisa didapatkan di berbagai warung, toko, dan swalayan seantero Indonesia. Lampung Timur memang terkenal sebagai pusat jajanan kelanting. Tepatnya di Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan. Desa yang namanya Gantimulyo berarti “berubah mulia” itu merupakan sentra pengrajin kelanting. Ada 11 kepala keluarga (KK) yang membuka usaha kelanting di desa tersebut. Di Desa Gantimulyo terdapat 610 KK.

Usaha kelanting para pengrajin di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur kurang lebih 16 tahun. Dibenarkan oleh Bapak Sugiarto bahwa “usaha kelantingnya sudah berjalan kurang lebih 16 tahun”.⁵¹

⁴ *Ibid*

⁵ Hasil Wawancara Sugiarto pada Tanggal 13 Juli 2016

Masyarakat desa Gantimulyo tidak lepas dari mengelolah singkong untuk dijadikan kelanting. Seperti Sugiarto “di rumahnya terdapat tumpukan singkong yang sudah dikupas dan siap diolah. Bapak Sugiarto mengambil singkong dari pengepul dan petani. Harganya Rp. 800 – Rp. 2.000 per kilogram. setelah dikupas, singkong kemudian diparut”.⁶

Di dapur ukurang 10 meter x 7 meter itu sudah ada alat parud yang digerakan dengan mesin.

Singkong yang sudah dikupas dan kemudian dibersihkan itu tinggal dimasukan saja. Maka, langsung keluar ampas yang menumpuk. Ampas yang mengandung kadar air itu lalu diperas. Selanjutnya masih diparud lagi, untuk parutan kedua berbeda dari yang pertama, selain lebih halus, ampas yang keluar juga sudah kering. Proses berikutnya dikepal-kepal, kemudian di kukus. Pada proses tersebut harus lebih hati-hati, tidak boleh ceroboh dalam menyalakan api tungkunya, tidak terlalu besar juga tidak terlalu redup, yang diinginkan dalam pengukusan adalah setengah matang. Hal itu agar pengerjaan selanjutnya menjadi lebih mudah, karena masih ada proses dimolen dan dimasukan ke dalam wadah untuk dipres. Kami melakukannya dengan cara didongkrak.⁷

Semua pengrajin kelanting melakukan hal yang sama. Setelah dipres hingga keluar adonan seperti mi ukuran besar, proses berikutnya diberi bedak dari pati (tepung singkong), kemudian dirangkai sesuai dengan keinginan. Bentuk kelantingnya selain seperti angka delapan, bentuk gelang, juga ada yang seperti cincin.

Pembuatan kelanting dari mengupas hingga pembungkusan itu berlangsung selama dua hari. Setiap pengrajin minimal sekali mengelolah 1 kuintal singkong untuk dijadikan kelanting. Hasilnya hanya mencapai ¼ kuintal. Pemasaran kelanting kebanyakan di kota-kota seperti Metro, Bandar

⁶ Hasil Wawancara Sugiarto pada Tanggal 13 Juli 2016

⁷ Hasil Wawancara Sugiarto pada Tanggal 13 Juli 2016

Lampung, Kotabumi, Palembang, dan Bengkulu. Bahkan kelanting Gantimulyo sudah menembus luar Sumatera. Pesanan selalu datang dalam jumlah yang banyak.

2. Strategi Bisnis Industri Pengrajin Kelanting di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pakalongan Lampung Timur.

a. Strategi Produksi

Bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi kelanting adalah singkong. Perolehan bahan baku didapatkan dari pemasok bahan baku/pengepul yang sekaligus bertanggungjawab dalam ketersediaan bahan baku utama dan bahan baku pembantu seperti minyak goreng. Bahan baku tambahan seperti bumbu-bumbu dan penyedap rasa, pewarna makanan, dan aneka rasa makanan di dapatkan dari pasar terdekat. Perolehan bahan baku utama yang didapatkan dari pemasok bahan baku berasal dari para petani di daerah Lampung Timur seperti Kecamatan Raman Utama, Kecamatan Batanghari Nuban dan Jeparu.

Kebutuhan singkong dalam pembuatan kelanting sangat tinggi, singkong yang baik dalam pembuatan kelanting merupakan wadah kekuatan bersaing antar para pengrajin kelanting dan juga sebagai wadah keunggulan yang berkesinambungan diantara pengrajin kelanting. oleh karena itu, jika hanya mengandalkan pasokan singkong dari pengepul singkong yang berasal dari dalam desa saja tidaklah cukup. Kebanyakan para pengrajin menjalin kerjasama dengan para pengepul atau para petani yang berasal dari luar desa Gantimulyo, sebagai pemenuhan bahan baku

utama meskipun hasilnya tidak bagus seperti singkong yang berasal dari desa Gantimulyo.

Industri rumah tangga yaitu kelanting di desa Gantimulyo pada awalnya menggunakan alat yang masih sangat tradisional. Penggunaan teknologi semakin maju dan berkembang dan alat yang digunakan untuk memproduksi kelanting juga sudah mulai menggunakan mesin sebagai teknologi tepat guna yaitu dengan menggunakan mesin parut dan molen untuk penggilingan dan memperhalus bahan baku utama berupa singkong sehingga mempercepat proses produk kelanting.

Adapun alat produksi kelanting yang digunakan adalah “mesin parut, panci subluk/kukusan besar, mesin ulet (molen), penggorengan (wajan), blong, serok, dongkrak, nampan bambu (tampah), bak plastic besar (jolang), pisau lading, ceting, pisau gerak, alat pres (pipitan), strimin plastic, bak penyuci, bak limbah, dan tungku”.⁸

Tempat produksi kelanting di belakang rumah, proses produksi dari awal pamarutan sampai pada proses penggorengan dilakukan pada satu tempat atau pada dapur yang digunakan sebagai tempat produksi.⁹

Penggunaan alat produksi tradisional dan teknologi tepat guna, tempat produksi berada dibelakang rumah pengrajin kelanting, penggunaan tenaga pekerja yang memiliki keterampilan dalam proses produksi kelanting. Pengrajin ikut serta dalam kegiatan produksi kelanting,

⁸ Hasil Wawancara Sugiarto pada Tanggal 13 Juli 2016

⁹ Hasil Wawancara Sugiarto pada Tanggal 13 Juli 2016

menciptakan inovasi dalam pengemasan produk dan penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik lebih untuk menarik konsumen

Manajemen usaha kelanting dilakukan oleh pengrajin sendiri serta para pekerjanya, sehingga pengrajin mengetahui secara pasti kegiatan produksi industri kelanting. Pengrajin dapat secara langsung mengamati dan mengarahkan kepada para pekerjanya berbagai masukan agar dapat memproduksi berbagai keluaran dalam jumlah, kualitas harga, waktu dan tempat tertentu sesuai dengan permintaan konsumen.

Awal mula adanya kelanting hanya berupa kelanting bulat (0) dan berbentuk angka delapan (8) serta warna merah dan putih, untuk waktu sekarang produksi kelanting sudah berbagai varian rasa seperti rasa bawang, pedas, pedas manis, Lombok hijau, jagung bakar dan keju dengan tetap menggunakan bentuk tersebut.¹⁰

Kemasan kelanting pada industri kelanting masih menggunakan plastik polos yang berukuran besar $\frac{1}{2}$ - 1 kg/plastik dan disertakan merek dagang, dan para pengrajin hanya mementingkan produksi dan hasil produksinya dapat terjual oleh pengepul ataupun oleh pesanan yang datang dari pelanggan.¹¹ Seperti yang diungkapkan oleh Sulastri salah satu pengrajin kelanting.

“Penambahan bahan tepung mengatasi bahan baku langka dengan perbandingan yang pas dan sesuai dengan ciri khas kelanting. Cara buat

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Ponimin pada Tanggal 13 Juli 2016

¹¹ Hasil Wawancara dengan Ponimin pada Tanggal 13 Juli 2016

mengatasi kekurangan bahan baku dengan penambahan tepung, tapi harus sesuai dengan takaran supaya rasa kelanting tetap sama”.¹²

Berdasarkan keterangan di atas dapat disimpulkan strategi produksi dan pengelolaan industri kecil kelanting yaitu bahan baku terbaik yang digunakan berasal dari desa Gantimulyo melalui pemasok bahan baku/pengepul dan petani. Penambahan bahan tepung mengatasi bahan baku langka dengan perbandingan yang pas dan sesuai dengan ciri khas kelanting.

b. Strategi Pemasaran

Pemasaran kelanting dijual dengan kemasan plastik polos dan belum disertakan merek dagang, karena para pengrajin hanya mementingkan produksi dan hasil produksinya sudah dapat terjual oleh pengepul ataupun oleh pesanan yang datang dari pelanggan.

Adapun harga kelanting dipasarkan oleh pengrajin adalah sebagai berikut:

- 1) Kelanting orisinil 1 kg Rp. 15.000,-
- 2) Kelanting cincin 1 kg Rp 14.000,-
- 3) Kelanting merah putih 1 kg Rp. 14.000,-
- 4) Kelanting bumbu seperti kelanting jagung bakar, balado, keju, ayam bawang, cabe hijau 1 kg Rp. 17.000,-
- 5) Kelanting kemasan kecil Rp 3.000,-/kemasan 2 ons¹³

Senada dengan pernyataan Pominin bahwa “harga kelanting perkilonya yang ditawarkan kepada konsumen tidak begitu tinggi hanya Rp. 14.000 – Rp. 17.000,- perkilogramnya, jika dalam bungkus bukan

¹² Hasil Wawancara dengan Sulastris pada Tanggal 13 Juli 2016

¹³ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 13 Juli 2016

kiloan, harganya ada yang Rp. 5.000, Rp. 8.000, dan Rp. 14.000.¹⁴ Itu dibenarkan oleh Sulastri seorang pengrajin kelanting juga bahwa “perkilo harga kelanting adalah Rp 14.000 – 17.000,- jika dalam bungkus ada yang Rp. 5.000,- Rp. 8.000,- bahkan sampe Rp. 14.000,-“.¹⁵

Harga kelanting yang fluktuasi tersebut dapat dipengaruhi oleh naikturunnya harga bahan baku produksi utama yaitu singkong dan bahan produksi lainnya berupa minyak goreng, bumbu-bumbu serta bahan bakar. Teknik pemasaran pengrajin kelanting sebagian besar dengan cara bekerjasama dengan pengepul/konsumen seperti:

1. Harga terjangkau oleh para pengepul/konsumen
2. Distribusi yaitu menghubungkan pengrajin kelanting dengan jangkauan pasar yang lebih luas serta menjamin lakunya kelanting yang diproduksi karena pengepul pesan terlebih dahulu sesuai dengan jumlah yang akan diambil.
3. Promosi yaitu menyakinkan kepada para konsumen dengan kegiatan konsumen kelanting pada umumnya membeli kelanting dari pengrajin kelanting kemudian menjual kembali kelanting yang sudah dibeli, untuk melayani pasar dalam Kabupaten Lampung Timur maupun di luar Lampung Timur.¹⁶

Mengenai pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin kelanting, strategi pemasaran yang dilakukan pengrajin selain melalui pengepul ada juga yang memasarkan secara langsung pada pedagang eceran. “Promosi kelanting yang sudah menjadi tradisi ketika menerima pesanan hayatan masyarakat sekitar, maka produk kelanting dapat dijual secara pribadi kepada konsumen. Promosi kelanting dapat dilakukan dengan cara

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Ponimin pada Tanggal 13 Juli 2016

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Sulastri pada Tanggal 13 Juli 2016

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 13 Juli 2016

dijadikan oleh-oleh khas dari Lampung yang dibawa ke daerah perantauan”,¹⁷ ujar Ponimin salah satu pengrajin kelanting.

Promosi kelanting yang dilakukan oleh para pengrajin di Desa Gantimulyo agar kelanting terkenal di luar Lampung yaitu dengan ikut pameran-pameran yang diadakan daerah Lampung Timur maupun di luar Lampung Timur seperti di Metro bahkan di luar Lampung seperti di Jakarta dan pernah mengikuti suatu perlombaan. Hal itu di benarkan oleh Sugiarto bahwa:

pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo sering mengikuti pameran makanan ringan dan kami menyajikan usaha kami yaitu kelanting, namun ada juga pengrajin yang tidak mau mengikuti pameran karena bahan yang didapatkan sangatlah sulit, kemudian kami pernah juga mengikuti perlombaan pembuatan makanan ringan, walaupun waktu itu kami tidak ada yang mendapat juara tapi kami merasa puas dan bangga setidaknya usaha kami sudah banyak yang tahu bahwa makanan kelanting adalah makanan ringan yang tidak memiliki kadar lemak tinggi.¹⁸

“Pemerintah juga telah melakukan bantuan promosi dan kemitraan melalui pameran yang diadakan dalam acara-acara tertentu, namun masih jarang pengrajin yang mengikuti dikarenakan bahan baku yang digunakan untuk produksi sulit didapatkan.¹⁹ Hal senada diungkapkan oleh salah satu pengrajin kelanting:

Dalam memproduksi kelanting yang pertama adalah harus bisa mempromosikan dengan baik kemudian harga terjangkau oleh para konsumen sehingga usaha kelanting terus berkembang dengan baik, dan sekarang sudah banyak yang tahu tentang kelanting Gantimulyo yang terkenal dengan bentuk yang tipis bulat dengan aneka ragam

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Ponimin pada Tanggal 13 Juli 2016

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada Tanggal 13 Juli 2016

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Ponimin pada Tanggal 13 Juli 2016

rasa, bahkan sudah terkenal di luar Lampung seperti Palembang, Jambi serta Bengkulu.²⁰

Sulantri pun membenarkan ungkapan dari Sugiarto bahwa “kami pernah mengikuti perlombaan makanan ringan dan yang di lombakan adalah kelanting”.²¹

Kegiatan promosi di masa perkembangan teknologi yang semakin maju dan mempermudah masyarakat pada waktu sekarang dapat dilakukan melalui sosial media. dapat dilakukan melalui sosial media, seperti pembelian yang dilakukan lewat telepon. Daerah pemasaran kelanting masih dalam lingkup lokal dan beberapa kota yang ada di sekitar Kabupaten Lampung Timur, adapun pemesanan kelanting ke luar negeri tidak dilakukan secara formal sebagai hubungan dagang secara berlanjut.

Berdasarkan paparan di atas dirumuskan strategi pemasaran yang dilakukan para pengrajin kelanting yaitu peningkatan pesanan diwaktu tertentu dibarengi dengan menunjukkan ciri khas produk/merek dagang serta pengembangan inovasi berbagai pilihan rasa yang ditawarkan, penyesuaian harga jual dengan harga bahan baku produksi, namun tetap mempertahankan kualitas agar selalu diminati pelanggan, kerjasama pengrajin dengan pengepul/konsumen dalam mendistribusikan kelanting, promosi dengan cara bekerjasama dengan dinas terkait dan agen yang menjualkan produk lewat telepon, pemanfaatan peluang pemasaran yang
59
kerjasama dengan angkatan kerja muda yang merantau keluar kota.

c. Strategi SDM (Tenaga Kerja)

²⁰ Hasil Wawancara dengan Ponimin pada Tanggal 13 Juli 2016

²¹ Hasil Wawancara dengan Sulastri pada Tanggal 13 Juli 2016

Hasil penelitian dari tingkat pendidikan terakhir dari para pengrajin di Desa Gantimulyo adalah sebagai berikut:

Tabe 3
Tingkat Pendidikan Terakhir Pengrajin Kelanting

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Pengrajin	Presentase (%)
1	SD	6	54,55
2	SLTP	2	18,18
3	SLTA	2	18,18
4	S1	1	9,09
Jumlah		11	100% ²²

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa dari 11 responden yang diteliti sebagian besar tingkat pendidikan pengrajin kelanting mengesayam pendidikan terakhir SD yaitu sebesar 54,55%, sedangkan pengrajin kelanting yang sudah mengenyam pendidikan terakhir sebagai sarjana hanya 1 orang sebesar 9,09%. Perbedaan tingkat pendidikan pengrajin kelanting tersebut berpengaruh dalam berjalannya usaha industri kelanting. Pengrajin dengan tingkat pendidikan tinggi (S1) mampu melihat peluang yang lebih besar dan dapat memanfaatkan faktor produksi secara optimal.

Kondisi tingkat pendidikan tenaga kerja yang masih dikatakan rendah, dengan ditunjukkan dari jumlah data yang diberikan dari responden yang diteliti mengenai pendidikan tenaga kerja mereka, yaitu sebagai berikut:

60

Tabel 4
Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja Industri Rumah Tangga Kelanting

²² Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 15 Juli 2016

No	Pendidikan	Jumlah Tenaga Kerja	Presentase (%)
1	SMA	8	40
2	SMP	5	25
3	SD	4	20
4	Tidak Sekolah	3	15
Jumlah		20	100% ²³

Berdasarkan tabel di atas maka dapat terlihat bahwa tingkat pendidikan tenaga kerja pada industri kelanting sebagian besar pendidikan terakhir SMA dan sisanya SMP dan SD bahkan ada yang tidak sekolah, terlihat dari tabel di atas adalah pendidikan SMA dengan jumlah 8 orang yaitu 40%, SMP dengan jumlah 5 orang yaitu 25%, SD dengan jumlah 4 orang yaitu 20% dan yang tidak sekolah 3 orang yaitu 15%. Hal ini disebabkan karena memproduksi kelanting tidak membutuhkan tingkat pendidikan yang tinggi namun yang diperlukan adalah keterampilan dan keahlian yang didapatkan secara turun temurun.

Salah satu pengrajin kelanting mengatakan bahwa “sejak usahanya berkembang dengan baik para tenaga pekerja dari tahun ke tahun hingga sekarang sudah bertambah awal ada 3 orang sekarang sudah menjadi 20 tenaga pekerja”.²⁴

Tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi kelanting dibedakan menjadi dua yaitu tenaga kerja tetap dan tenaga sambilan. Jumlah tenaga kerja tetap dengan jumlah 2-5 orang dalam setiap industri rumah tangga dan jumlah total yang terserap dari 11 pengrajin yang diteliti adalah 3 orang. Kegiatan yang dilakukan tenaga kerja tetap berupa migit,

²³ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 15 Juli 2016

²⁴ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 15 Juli 2016

mlender, mbundel dan goring. Sebagian besar para pekerja tersebut adalah ibu rumah tangga yang bertujuan mendapatkan tambahan penghasilan.

Tenaga kerja sambilan merupakan tenaga kerja yang bekerja dengan sistem borongan. Tenaga kerja sambilan tidak hanya berasal dari desa Gantimulyo, tetapi juga berasal dari luar desa lain dalam satu wilayah kecamatan. Menurut Sulantri “kegiatan tenaga kerja sambilan yaitu dalam proses mbundel. dan ada pula pengrajin yang menggunakan tenaga kerja sambilan pada proses mlender”.²⁵

Mengatasi jumlah pengrajin kelanting yang semakin menurut pemerintah melakukan berbagai upaya seperti pemberdayaan dan pengembangan industri rumah tangga kelanting yang berada di daerah lain luar dari kecamatan Pekalongan. Pendidikan dan pelatihan bagi pengrajin kelanting dari pemerintah melalui dinas-dinas terkait seperti pelatihan desain produk kemasan dengan teknologi, manajemen keuangan, produksi *packaging* dan pelatihan pengolahan limbah air pipitan produksi kelanting menjadi bahan bakar bio gas juga sudah pernah dilaksanakan, namun karena keterbatasan an tidak telatennya pengrajin kelanting mengolah limbah air pipitan maka pengolahan limbah tersebut sudah tidak berjalan lagi. Pelatihan yang diberikan oleh pengrajin kepada tenaga kerja⁶² sebagai arahan pengrajin kepada tenaga kerjanya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh salah seorang pengrajin kelanting, sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja dengan pemberian sistem upah tambahan (bonus⁰ kepada

²⁵ Hasil Wawancara dengan Sulantri pada tanggal 15 Juli 2016

tenaga kerja yang mau bekerja dengan giat, dan ketika hari raya tiba para pekerja diberikan bingkisan yaitu sebagai berikut:

“Peningkatan kesejahteraan tenaga kerja (tenaga kerja tetap) juga dilakukan yaitu dengan cara pemberian bonus tambahan untuk tenaga kerja yang mau melakukan kerja tambahan seperti merapikan kayu bakar dan pencucian singkong, bonus ketika hari raya juga dilakukan sebagai rasa terimakasih dan motivasi agar bekerja lebih rajin”.²⁶

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara bahwa strategi sumber daya manusia (tenaga kerja) pada industri rumah tangga kelanting yaitu dengan sudah ada pembentukan kelompok industri kelanting di Desa Gantimulyo, namun tidak berjalan lancar, mengikuti dan memanfaatkan kesempatan pendidikan dan pelatihan dari pemerintah, pembagian tugas tenaga kerja memudahkan industri kelanting, penambahan jumlah tenaga kerjayang berasal dari luar wilayah Desa Gantimulyo, dan pemberian upah tambahan tenaga kerja (tenaga kerja tetap)

3. Permodalan Industri Kelanting di Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur

Modal awal yang digunakan oleh pengrajin kelanting berasal dari pribadi dan pinjaman (keluarga dan bank). Modal awal pengrajin kelanting kebanyakan berasal dari modal sendiri. “Modal awal ketika pengrajin kelanting memulai usahanya berkisar Rp1-2 juta, karena bahan baku produksi

²⁶ Hasil Wawancara dengan Sulantri pada tanggal 15 Juli 2016

kelanting dan kebutuhan lainya masih dapat terjangkau, singkong masih Rp. 800,-/kg dan sekarang sudah mencapai Rp. 2.000,-/kg”.²⁷

Itu dibenarkan oleh Sulantri bahwa “modal awal dalam pembuatan kelanting berkisar Rp. 1-2 juta, dan modal tersebut modal sendiri”.²⁸

Biaya produksi yang digunakan semakin tahun semakin bertambah dikarenakan kenaikan harga bahan-bahan dari kebutuhan produksi kelanting. Keuntungan yang diperoleh pengrajin kelanting berpengaruh terhadap nilai investasi yang digunakan dalam produksi.

Keuntungan yang didapat mencapai Rp. 5-7 juta. Keuntungan yang cukup banyak didapatkan, dan dapat dijadikan tambahan investasi bagi pengrajin kelanting yaitu ketika musim tertentu, seperti hari raya, hari libur nasional, dan saat banyaknya pesanan untuk hajatan. Kelanting banyak terjual dan banyaknya pesanan kelanting yang dipesan.²⁹

Mengembangkan usaha agar lebih besar dibutuhkan modal yang cukup besar pula, karena tidak ada bantuan modal yang diberikan oleh pemerintah, maka pengambilan resiko hutang untuk meningkatkan modal perlu dilakukan oleh pengrajin kelanting. Peminjaman hutang jatuh tempo sering dilakukan oleh pengrajin kelanting ketika menjelang hari raya.

Berdasarkan keterangan-keterangan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi permodalan yang dapat dilakukan oleh industri kelanting adalah modal awal berasal dari modal sendiri dan keuntungan dari penjualan yang diperoleh sebagai akumulasi modal, biaya upah tenagakerja berbeda sesuai dengan pembagian tugas dalam proses produksi masing-masing, tambahan modal terjadi ketika banyak hajatan dan menjelang hari raya.

²⁷ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 15 Juli 2016

²⁸ Hasil Wawancara dengan Sulantri pada tanggal 15 Juli 2016

²⁹ Hasil Wawancara dengan Sulantri pada tanggal 15 Juli 2016

4. Pentingnya Strategi Bisnis pada Industri Kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur

Strategi bisnis adalah cara atau rencana dalam pertukaran barang jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat dengan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan dan tindakan atau program organisasi dan menentukan keunggulan kompetitif jangka panjang. Strategi bisnis pada industri kelanting di Desa Gantimulyo mempunyai peran penting, seperti strategi pemasaran, dan strategi produk.

Strategi pemasaran dalam industri kelanting sangat penting dan berfungsi. *Pertama* berfungsi untuk mengkonsumsi informasi produk ke konsumen, mulai dari kelebihan produk, fitur serta berbagai detail tentang produk. *Kedua* sebagai mengatur harga, strategi produk serta promosi akan menjadi senjata ampuh untuk menghadapi persaingan bisnis. *Ketiga* membangun hubungan dengan konsumen sehingga konsumen menjadi lebih loyal. *Keempat* untuk menjaga pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Bisnis dalam jangka panjang akan sangat ditentukan oleh kekuatan merek, kualitas produk serta komunikasi pemasaran yang berkelanjutan.³⁰

Berdasarkan penjelasan di atas jelaslah bahwa strategi pemasaran dalam industri kelanting di desa Gantimulyo sangatlah penting terlihat dari cara memasarkan kelanting, mulai dari bentuk, rasa, merek, harga dan komunikasi sesama konsumen. Wawancara dengan Ponimin bahwa "usaha yang dilakukan dalam produk kelanting menggunakan strategi bisnis itu sangat penting terutama

³⁰ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 15 Juli 2016

strategi pemasaran mulai dari bentuk merek, kualitas produk, serta berkomunikasi dengan para konsumen, semua itu sangat penting untuk dilakukan oleh semua para pengrajin kelanting”.³¹

Berdasarkan keterangan di atas bahwasannya strategi bisnis itu sangat lah penting terutama dalam industri rumah tangga yaitu kelanting yang ada di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. Beberapa alasan pentingnya strategi bisnis pada industri kelanting di Desa Gantimulyo:

- a. Pemasaran bermanfaat untuk mengkomunikasikan tentang informasi produk yang dihasilkan kepada konsumen, mulai dari kelebihan, fitur serta berbagai informasi detail tentang produk.
- b. Pemasaran bermanfaat untuk menghadapi persaingan bisnis, misalnya saja strategi harga, strategi produk dan strategi promosi yang akan menjadi senjata ampuh demi memenangkan persaingan.
- c. *Marketing is a blood of company* atau disebut juga sebagai darah perusahaan tanpa memiliki strategi pemasaran yang baik maka penjualan akan sulit untuk mencapai hasil yang maksimal.
- d. Tujuan penting dengan adanya strategi pemasaran adalah untuk membangun merek. Secara sederhana konsumen akan lebih memilih merek produk yang sudah mereka ketahui atau dipercaya sebelumnya. ⁶⁶ membangun merek sangatlah penting dalam pemasaran.
- e. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk membangun hubungan dengan konsumen.

³¹ Hasil Wawancara dengan Ponimin pada tanggal 15 Juli 2016

- f. Pemasaran berperan penting untuk mengetahui apa yang terjadi keinginan konsumen
- g. Strategi pemasaran berperan penting untuk menjaga pertumbuhan usaha dalam jangka waktu panjang.
- h. Melalui strategi pemasaran yang jitu dan terobosan baru yang diciptakan, maka tidak menutup kemungkinan jika kedepannya para konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan dibandingkan dengan pesaing lainnya.³²

5. Perspektif Ekonomi Islam Tentang Penerapan Strategi Bisnis pada Industri Rumah Tangga di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pakalongan Lampung Timur.

Ekonomi Islam telah memberikan ketentuan bahwa para pelaku bisnis harus mengetahui dan memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam berbisnis agar bisnis yang dilakukan mendapatkan keberkahan dan ridho dari Allah SWT, yaitu siap menerima resiko, tidak melakukan penimbunan, tidak monopoli, melarang interes riba, dan solidaritas sosial. Seperti hadis di bawah ini yaitu:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنْ رَسُولِ
 اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
 أَنَّهُ قَالَ إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ
 مِنْهُمَا بِلْخِيَارِ مَالٍ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمِيعًا

³² Hasil Wawancara dengan Ponimin pada tanggal 15 Juli 2016

أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا الْأَخْرَفَتْبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ
وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ يَتَّبَا
يَعَاوَلَمْ يَتْرُكُوا أَحَدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ

Artinya “Dari Abdullah bin Umar Radhiyallahu Anhuma, dari Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam, beliau bersabda, ‘Jika dua orang saling berjual beli, maka masing-masing di antara keduanya mempunyai hak pilih selagi keduanya belum berpisah, dan keduanya sama-sama mempunyai hak, atau salah seorang di antara keduanya memberi pilihan kepada yang lain’. Beliau bersabda, ‘Jika salah seorang di antara keduanya memberi pilihan kepada yang lain, lalu keduanya menetapkan jual beli atas dasar pilihan itu, maka jual beli menjadi wajib’.” (HR. Bukhari Muslim)³³

Prinsip siap menerima resiko, para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo siap menerima apapun itu resikonya dalam usahanya. Seperti yang diungkapkan oleh Ponimin bahwa:

Apapun bentuk resikonya dalam usaha kelanting harus siap di terima, *pertama* mulai dari izin POM. *Kedua* label halal, kelanting di Desa Gantimulyo sudah memiliki label halal yang di keluarkan oleh MUI Kecamatan jika masa berlakunya label tersebut habis maka kami para pengrajin kelanting mengajukan perpanjangan kembali ke MUI Kecamatan. *Kedua* komposisi, bahan yang digunakan dalam pembuatan kelanting adalah singkong, jika bahannya yaitu singkong terlambat mendapatkannya, maka dalam proses pembuatan kelantingpun untuk sementara berhenti menunggu sampai bahannya ada kembali, walaupun para konsumen dalam minggunya mengambil produk kelanting, karena singkong untuk pembuatan kelanting bukan sembarang singkong harus singkong yang benar-benar baik. *Ketiga* kadar luarsa kelanting, masa waktu berakhirnya kelanting yang dipasarkan selama dua bulan, jika dalam waktu dua bulan tersebut kelanting tidak habis, maka kelanting yang di titipan di toko-toko atau supermarket harus di tarik kembali, dan itu sudah menjadi resiko para pengrajin kelanting dan harus siap menerimanya.³⁴

Prinsip tidak melakukan penimbunan memberikan penjelasan bahwa tidak seorang pun yang diizinkan untuk menimbun uang, dengan kata lain

104 ³³ Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 103-

³⁴ Hasil Wawancara dengan Ponimin pada tanggal 15 Juli 2016

hukum Islam tidak memperbolehkan uang kontan (*cash*) yang mengganggu tanpa dimanfaatkan. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan sanksi bagi mereka yang menimbun uang dengan mengenakan pajak untuk uang kontan tersebut. Hal tersebut menghindari kegiatan penimbunan uang yang biasanya digunakan untuk kepentingan spekulasi. Uang yang dimiliki seseorang seharusnya digunakan untuk kepentingan jual beli (*selling and buying*) secara kontinu. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiarto (pengrajin kelanting) bahwa:

Dalam usaha kelanting yang pertama adalah membeli singkong dari para pengebul atau petani karena memang menginginkan singkong tersebut untuk bahan baku pembuatan kelanting artinya ketika mendapatkan uang dari hasil penjualan kelanting maka uang tersebut dikembalikan lagi ke modal untuk membeli bahan baku produk kelanting, tidak mau menimbun uang hasil dari produk kelanting, jika ada lebihnya ditabung.³⁵

Sugiartopun menambahkan bahwa “dari membeli singkong, membuat proses pembuatan kelanting hingga dipasarkan selama kurang lebih satu minggu, biasanya yang lama dalam proses pengeringan kelanting, jika dalam sehari panas matahari sangat baik bisa hanya satu setengah hari saja sudah kering dan siap di goreng, tapi jika cuaca panas tidak mengizinkan maka bisa sampe dua hari atau lebih”.³⁶

Hal tersebut menyatakan bahwa orang dalam mengembangkan usahanya tidak boleh menimbun uang, karena dalam Islam tidak diperbolehkan, dan uang tersebut harus digunakan untuk kepentingan jual beli secara kontinu.

Prinsip tidak monopoli menjelaskan bahwa tidak diperbolehkan seseorang, baik dari perorangan maupun lembaga bisnis dapat melakukan monopoli. Menurut Ponimin bahwa “Di Desa Gantimulyo pengrajin kelanting

³⁵ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 15 Juli 2016

³⁶ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 15 Juli 2016

perorangan ada 5, adapun pengrajin kelanting perorangan menjual hasil kelantingnya tidak sama dengan pengrajin yang sudah besar, karena modal mereka tidak sama, kelanting yang dijualnya kira-kira lebih mahal Rp. 5.00,- dari harga pasaran”.³⁷

Berdasarkan keterangan di atas bahwa ada kondisi persaingan di antara para pengrajin kelanting, Islam mendorong persaingan dalam ekonomi sebagai jiwa dari *fastabiqul khairat. Depreciation*, segala sesuatu di dunia ini mengalami depresiasi. Dalam usaha kelanting para pengrajin harus dapat bersaing dengan baik antar para pengrajin kelanting lainnya, jika harga kelanting perkilo Rp. 14.000 – 17.000,- dijual dengan harga tersebut, jika ada konsumen yang harus berhutang terlebih dahulu harus tetap dengan harga tersebut tidak boleh lebih dari harga tersebut.

Seperti yang diungkapkan oleh Ponimin bahwa “ada beberapa konsumen yang membeli kelanting dengan cara mengambil dulu ketika kelanting sudah terjual baru membayar, dan itu saya tidak membedakan harga dari konsumen yang langsung membayar tetap semua sama”.³⁸

Prinsip selanjutnya adalah melarang interes riba, pelarangan seluruh jenis interes adalah riba termasuk bunga bank dan diharamkan (dilarang) oleh Allah SWT di dalam Al-Qur’an seperti pernyataan Al-Qur’an Sura 70 Baqarah ayat 278 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ
مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

³⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Ponimin pada tanggal 15 Juli 2016

³⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Ponimin pada tanggal 15 Juli 2016

Artinya “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (QS Al Baqarah : 278)*”³⁹

Jadi usaha kelanting jika penjualan kelanting dibayar dengan kelanting maka itu adalah riba, namun di sini terlihat bahwa para pengrajin kelanting tidak melakukan hal tersebut, menjual kelanting dengan harga yang sesuai dan tidak dibayar dengan kelanting tetap menggunakan uang sebagai alat tukar menukar.

Prinsip terakhir adalah solidaritas sosial menjelaskan bahwa seorang muslim terhadap sesamanya dapat diibaratkan dalam satu tubuh. Jika satu anggota tubuh sakit, maka seluruh tubuh akan merasakan juga. Jika seseorang muslim mengalami problem kemiskinan, maka tugas kaum muslimin lainnya untuk menolong orang miskin itu (dengan cara membayar zakat, infak dan shadaqah).

Kekayaan adalah milik Allah. Apa pun harta yang telah Allah berikan pada manusia merupakan amanah dari Allah. Oleh karena itu, manusia harus menjaga amanah tersebut dengan memanfaatkannya untuk menolong sesamanya. Hal itu merupakan jiwa dari pelaksanaan zakat sehingga ditujukan untuk menanggulangi masalah sosial kaum muslimin. Siapapun yang menggunakan hartanya pada jalan Allah, akan mendapatkan kompensasi di akherat sebagaimana firman Allah dalam Surah Al Muazzammil ayat 20 sebagai berikut:

³⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta : Diponegoro, 2009), h.

**...وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ
عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ
أَجْرًا وَاسْتَغْفِرُوا لِلَّهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ**
Artinya ...”apa pun yang kamu berikan untuk diri kamu

kebaikan, akan kamu dapatkan disisi Allah dengan balasan yang lebih baik dan lebih besar”. (QS. Al Muazzammil : 20)⁴⁰

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dilihat bahwa para pengrajin selalu mengeluarkan zakat pada tiap tahunnya, terbukti dari pernyataan dari Sugiarto bahwa “tiap tahunnya selalu mengeluarkan zakat atau infak untuk yang berhak mendapatkan, karena takut dengan azab Allah, apa yang diusahakan sebagian bukan miliknya, walaupun pendidikan rendah tetapi sedikit-sedikit mengerti tentang agama”.⁴¹

Senada dengan ungkapan Sulantri bahwa “apabila ada tetangga yang lagi sakit atau membutuhkan selalu menjenguk dan membantu, di Desa sini sikap tolong menolong atau saling membantu sesama manusia selalu terjaga dengan baik, tidak perlu memandang apakah itu kaya atau miskin semua saling tolong menolong”.⁴²

Berdasarkan beberapa ungkapan dari para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur bahwa yang dilakukan para pengrajin dalam usahanya tidak keluar dari aturan-aturan ekonomi Islam,

⁴⁰ *Ibid*, h. 575

⁴¹ Hasil Wawancara dengan Sugiarto pada tanggal 15 Juli 2016

⁴² Hasil Wawancara dengan Sulastri pada tanggal 15 Juli 2016

bahkan tolong menolong, saling menghargai selalu tertanam di dalam setiap warga.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa produksi kelanting yang dilakukan oleh para pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur telah memenuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu siap menerima resiko, tidak melakukan penimbunan, tidak monopoli, pelarangan interes riba, dan solidaritas sosial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada industri rumah tangga pada pengrajin kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi bisnis pada industri kelanting di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pekalongan Lampung Timur adalah:
 - a. Strategi produksi industri kelanting dengan cara bahan baku terbaik melalui pemasok bahan baku/pengepul singkong, penggunaan alat produksi tradisional dan teknologi tepat guna, penggunaan tenaga kerja yang memiliki keterampilan dalam proses produksi kelanting, menciptakan inovasi dalam pengemasan produk dan penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik lebih untuk menarik konsumen.
 - b. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan pengrajin dalam memasarkan usahanya yaitu peningkatan pesanan di waktu tertentu dibarengi dengan menunjukkan ciri khas produk/merek dagang serta pengembangan inovasi berbagai pilihan rasa yang ditawarkan, penyesuaian harga jual dengan harga bahan baku produksi, promosi dengan cara bekerjasama, memanfaatkan peluang pemasaran yaitu kerjasama dengan angkatan kerja muda yang merantau keluar kota.

- c. Strategi SDM (Tenaga Kerja) yang diterapkan dalam industri kelanting yaitu sudah ada pembentukan kelompok industri kelanting di Desa Gantimulyo namun tidak berjalan lancar, pembagian tugas tenaga kerja memudahkan industri kelanting, pemberian upah tambahan bagi tenaga kerja tetap.
 - d. Strategi permodalan yang dilakukan yaitu modal awal berasal dari modal sendiri dan keuntungan dari penjualan yang diperoleh dari akumulasi modal, biaya upah tenaga kerja berbeda sesuai dengan pembagian tugas dalam proses produksi masing-masing, tambahan modal terjadi ketika banyak hajatan dan menjelang hari raya.
2. Perspektif ekonomi Islam tentang penerapan strategi bisnis pada industri kelanting di Desa Gantimulyo 37c Kecamatan Pekalongan Lampung Timur adalah diperbolehkan asal para pengrajin kelanting dalam melakukan usahanya produk kelanting selalu siap menerima resiko apapun itu bentuknya, tidak melakukan penimbunan uang, tidak melakukan bentuk monopoli karena itu dilarang dalam agama Islam, tidak melakukan interes riba setiap melakukan pemasaran produk kelanting, dan selalu melakukan solidaritas sosial dalam lingkungan sekitarnya.

B. Saran

1. Bagi para pengrajin kelanting, harus mempertanggungjawaban dengan memenuhi aturan ada label, izin POM, label halal, dan komposisi.
2. Bagi pemerintah, agar lebih mengapresiasi gerakan ekonomi syariah yang dilakukan demi perbaikan perekonomian negara lewat usaha-usaha

pengembangan ekonomi mikro, kecil dan menengah. Juga dengan membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur ekonomi secara khusus agar pengoperasiannya dapat selalu berjalan sesuai syariah dan supaya tidak ada lagi usaha kecil menengah yang kandas di tengah jalan.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mustaq, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001)
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008)
- Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, (bandung: PT RajaGrafindo Persada, 2002)
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cet. 7*, (Bandung: Alfabeta, 2007)
- Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2011)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta : Diponegoro, 2009)
- Dirgantoro, C, *Manajemen Strategi*. (Jakarta: Grasindo, 2004)
- Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional, Cet. 1*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005)
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001)
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004)
- Meity Taqdir Qodratilah, *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, (Jakarta: Badan pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011)
- M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif, cet ke-2*, (Yogyakarta : UIN Maliki Pers, 2010)
- Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007)
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi, (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2011)

Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007)

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002)

Sutrisno Hadi, *Metodologi Penelitian*, Jilid 1, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2004)

Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Edisi 1, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2008)

Yusuf Qardhawi, *Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan*, Terjemahan Syaiful Halim, (Jakarta: Gema Insani, 1990)

Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009)