

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DITINJAU DARI  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan  
Lampung Timur)**

**Oleh:**

**DEWI PUJI LESTARI  
NPM. 1903010022**



**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2023 M**

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DITINJAU DARI  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan  
Lampung Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Sebagai Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**DEWI PUJI LESTARI**  
NPM. 1903010022

Pembimbing: Yudhistira Ardana, M.E.K

Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1444 H / 2023 M**

## NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk di Munqosyahkan**

Kepada Yth,  
Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di-  
Metro

*Assalamu'alaikum, Wr.Wb*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka Skripsi saudara :

Nama : DEWI PUJI LESTARI  
NPM : 1903010022  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di Munqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum, Wr.Wb*

Metro, Mei 2023  
Dosen Pembimbing,



**Yudhistira Ardana, M.E.K**  
NIP.1989060222020121011

## PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DITINJAU DARI  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Desa  
Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)

Nama : DEWI PUJI LESTARI

NPM : 1903010022

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Mei 2023  
Dosen Pembimbing,



**Yudhistira Ardana, M.E.K**  
NIP.1989060222020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Inngmulyo Metro Timur Kota MetroLampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Faksimili (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No: B-2363/In-28.3/0/PP.00.9/06/2023

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur) disusun oleh: Dewi Puji Lestari, NPM: 1903010022, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa, 13 Juni 2023

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Yudhistira Ardana M.E.K  
Penguji I : Putri Swastika, M.I.F, Ph.D.  
Penguji II : Diana AMbarwati, M.E.Sy  
Sekretaris : Agus Alimuddin, M.E



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H**  
NIP. 19720611 199803 2 001

## ABSTRAK

# STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)

Oleh :

**DEWI PUJI LESTARI**  
**NPM. 1903010022**

Industri rumah tangga yang banyak meningkatkan pendapatan adalah industri yang bergerak di bidang makanan. Saat ini sudah banyak industri rumah tangga di bidang makanan yang berdiri tetapi belum mampu mengembangkan usahanya, maka dari itu untuk mempertahankan industri rumah tangga sangat dibutuhkan strategi pengembangan yang dapat dilihat dari cara mengelola sumber daya yang ada secara maksimal dan sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun sifat penelitiannya bersifat deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data primer pemilik industri, pekerja, dan konsumen pada industri yang ada di desa Gantimulyo dan juga data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan industri makanan desa Gantimulyo adalah strategi intensif penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Setelah dilakukan analisa dapat disimpulkan alternatif strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk diterapkan dalam mengembangkan industri yang ada di desa Gantimulyo yaitu strategi intensif pengembangan produk dan strategi integrasi ke depan. Dalam perspektif ekonomi Islam industri yang ada di desa Gantimulyo mengembangkan usahanya dengan niat beribadah kepada Allah SWT, menerapkan akhlak yang baik, melaksanakan zakat infaq shodaqoh, namun belum terealisasikan sikap disiplin terlihat dari pemilik dan pekerja yang belum konsisten dan disiplin dalam pekerjaannya.

**Kata Kunci** : *Strategi Pengembangan, Industri Rumah Tangga, Perspektif Ekonomi Islam*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEWI PUJI LESTARI  
NPM : 1903010022  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Mei 2023  
Yang Menyatakan,



Dewi Puji Lestari  
NPM. 1903010022

## MOTTO

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ۖ وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۚ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ ۗ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ۝٣

Artinya: “Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu”. (QS. At Talaq: 2-3)



## **PERSEMBAHAN**

Tiada kata yang pantas di ucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Saya persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih saya yang tulus kepada :

1. Kedua orangtua tercinta Ayah Hadi dan Ibu Watini yang telah mendidik, mendoakan, memotivasi, menyemangati saya baik secara moril maupun material dan berkorban demi masa depan saya.
2. Saudara tercinta Agus Purwanto, dan Purwanti, serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan saya.
3. Dosen pembimbing Bapak Yudhistira Ardana. M.E.K yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penelitian skripsi ini.
4. Segenap Dosen IAIN Metro yang membimbing serta memberi arahan kepada saya sehingga sapat menyelesaikan studi Strata-1 di jurusan Ekonomi Syariah.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan saya, Risa Yustika, Devi ayu Sapitri, Risky Annisa, Agung Prayoga, dan teman-teman di program studi Ekonomi Syariah terkhusus angkatan 2019, teman senasib seperjuangan yang telah memberikan kehangatan pertemanan.
6. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung memberi bantuan, motifasi, dan sarannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Almamater tercinta IAIN Metro Lampung.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Swt. Berkat Rahmad, Hidayah, dan Karunia-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)’. Skripsi ini merupakan salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 di jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr.Hj. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
  2. Ibu Siti Zulaikha, S.Ag., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
  3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah, sekaligus Pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi kepada peneliti.
  4. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
- Namun peneliti menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan, karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari

berbagai pihak untuk menyempurnakannya. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Metro, 16 Maret 2023  
Peneliti,



Dewi Puji Lestari  
NPM. 1903010022

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ORISINITAS PENELITIAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Penelitian Relevan .....	8

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Strategi pengembangan.....	12
1. Pengertian Strategi Pengembangan .....	12
2. Strategi Pengembangan Usaha.....	13
3. Jenis-jenis Strategi Pengembangan Usaha.....	17
4. Faktor-faktor Strategi Pengembangan Usaha .....	22
5. Komponen Perencanaan Strategi Pemasaran.....	24
B. Industri Rumah Tangga .....	29
1. Pengertian Industri Rumah Tangga .....	29
2. Keunggulan dan Kelemahan Industri Rumah Tangga .....	31

3. Peran Industri Makanan Dalam Perekonomian .....	32
C. Strategi Pengembangan Industri Dalam Islam .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	38
B. Sumber Data .....	39
C. Teknik Pengumpulan Data .....	40
D. Keabsahan Data .....	42
E. Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Profil Industri Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur .....	46
1. Gambaran Singkat Industri Marning .....	46
2. Gambaran Singkat Industri Klanting .....	47
B. Strategi Pengembangan Industri Desa Gantimulyo .....	48
C. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembangan Industri Desa Gantimulyo .....	66
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR TABEL**

1. Tabel 4.1 Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Industri Makanan di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur:..... 59
2. Tabel 4.2 Alternatif Strategi Matriks SWOT Pengembangan Industri Klanting dan Marning di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur ..... 62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Tugas
4. Surat Research
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Dokumentasi
9. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pembangunan ekonomi merupakan serangkaian usaha yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas lapangan pekerjaan, dan pemerataan distribusi pendapatan masyarakat. Salah satu penggerak pembangunan ekonomi di negara berkembang termasuk Indonesia adalah sektor Industri. Sektor industri sangat berpengaruh dikarenakan jika industri mengalami peningkatan maka akan memajukan sektor lainnya seperti peningkatan sektor perdagangan, dan transportasi.<sup>1</sup>

Potensi yang dimiliki oleh industri rumah tangga sangat perlu dikembangkan di era perekonomian yang semakin maju. Industri rumah tangga merupakan jenis kegiatan usaha bersekala kecil yang pada umumnya sering ditemukan pada daerah perkampungan dan sekitar rumah didalam wilayah kota maupun pedesaan.

Indutri rumah tangga juga dapat diartikan sebagai penggerak utama dalam pembangunan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Industri kecil rumah tangga memiliki tiga landasan yang dijadikan landasan keberadaan di Indonesia. Pertama, dengan adanya industri kecil atau industri rumah tangga akan menghasilkan tenaga kerja yang lebih produktif. Kedua, indutri kecil dan rumah tangga sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui

---

<sup>1</sup> Syahdan Syahdan, "Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha Kerupuk Terigu terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur," *MANAZHIM* 1, no. 1 (5 Februari 2019): 48.



investasi dan perubahan teknologi yang digunakan. Ketiga, industri rumah tangga cenderung memiliki keuntungan dengan hasil yang lumayan besar.<sup>2</sup>

Industri rumah tangga yang banyak meningkatkan pendapatan adalah industri yang bergerak di bidang makanan. Saat ini sudah banyak industri rumahan yang berdiri tetapi tidak bertahan lama, maka dari itu untuk mempertahankan industri rumah tangga sangat dibutuhkan strategi pengembangan yang dapat dilihat dari cara mengelola sumber daya yang ada secara maksimal.

Dalam mempertahankan keberlangsungan industri beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain faktor internal dan eksternal dalam industri tersebut. Faktor internal antar lain SDM, keuangan, produksi dan pemasaran, strategi distribusi, dan juga strategi keuangannya. Faktor eksternal antara lain ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan juga pesaing menjadi pertimbangan dalam pengembangan suatu usaha.

Dalam Islam tujuan mengembangkan suatu usaha bukan hanya untuk mencari keuntungan tetapi juga suatu kewajiban agama. Strategi pengembangan usaha dalam Islam perlu memperhatikan suatu proses agar usahanya mendapatkan ridho Allah SWT. Dalam mengembangkan usahanya industri sebaiknya mengembangkan usaha sesuai dengan strategi yang diajarkan Nabi Muhammad SAW, yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi,

---

<sup>2</sup> Kiki Joesyiana, "Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Pekan Baru", *Jurnal Valuta* Vol.3 No 1, (April 2017): 161.

niat karena Allah, dan menunaikan zakat infak, shadaqoh. Sehingga akan tercapai tujuan dan industri akan berkembang dengan baik.<sup>3</sup>

Pengusaha di desa Gantimulyo Pekalongan Lampung Timur mayoritas beragama Islam, mereka memulai usaha dengan niat untuk beribadah kepada Allah SWT, dan menunaikan kewajiban untuk mencari rezeki dengan cara yang baik. Seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha bahwa awal mula mereka mendirikan usaha dengan memanfaatkan sumber daya yang ada sebaik mungkin dan diniatkan untuk beribadah dan mencari rezeki, hingga sekarang usahanya dapat memberikan jalan rezeki bagi orang disekitarnya.

Ibu Sukemi dan bapak Salamun adalah pasangan suami istri yang sudah dari tahun 2015 memproduksi marning yaitu makanan ringan dari bahan utama jagung. Untuk memperoleh bahan baku ibu Sukemi menjalin kerjasama dengan beberapa agen dan petani jagung di sekitar wilayah maupun luar wilayah Gantimulyo. Dalam memilih bahan baku, ibu Sukemi selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas baik, dengan cara tidak menimbun jagung dalam waktu yang lama agar kualitas jagung tetap terjaga dan menghasilkan marning yang aman dikonsumsi bagi konsumennya. Harga jual yang ditawarkan kepada konsumen yaitu Rp.20.000,00 /kg untuk marning rasa pedas manis, dan Rp.18.000,00/kg untuk rasa gurih. Sebelum marning sampai ditangan konsumen ibu Sukemi selalu menimbang marning dengan ukuran yang pas.

---

<sup>3</sup> Radia Fitri dan Mayang Bundo, "Dampak Covid-19 Terhadap Industri Rumah Tangga Pangan di Kota Padang," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4, no. 2 (1 Juni 2021): 4, <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.379>.

Waktu produksi sampai jual membutuhkan waktu kurang lebih 5 hari, hambatan dalam memproduksi marning adalah cuaca yang tidak menentu. Berdasarkan wawancara dengan ibu Sukemi, ibu Sukemi mengatakan bahwa

*“cuaca yang menjadi hambatan dalam memproduksi marning ini kalau cuacanya mendung terus makin lama keringnya,”*

Proses produksi yang dilakukan masih secara tradisional dan hanya menggunakan kemasan yang sederhana yaitu menggunakan plastik bening putih sehingga proses pembungkusannya masih dilakukan secara manual. Pemasaran produk marning ini belum terlalu luas yaitu dengan dijual langsung di pasar dan warung-warung. Pemasarannya hingga saat ini masih mencakup lingkup kecil, dikarenakan pemilik industri tidak paham menggunakan media sosial untuk mempromosikan marningnya seperti yang dikatakan ibu Sukemi

*“pemasarannya masih disekitar sini saja belum terlalu jauh, karena ya gimana saya tidak paham kalau mau promosi kebanyakan orang”*

Sehingga meskipun rasanya enak jika dibandingkan dengan marning produksi yang lain tetapi produknya belum banyak dikenal oleh konsumen luas, hal ini menjadi suatu kelemahan bagi industri karena jika hanya mengandalkan konsumen pelanggan maka pemasarannya tidak akan meningkat. Untuk itu ibu Sukemi selalu menjaga hubungan dengan konsumen.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Wawancara Dengan Ibu Sukemi Selaku Pemilik Industri Marning Desa Gantimulyo Pada Tanggal 15 Oktober 2022

Industri makanan kedua yaitu milik bapak Sugiarto dan istrinya yaitu ibu Kasiem yang telah berdiri sejak tahun 1997 saat ini sudah kurang lebih 25 tahun berjalan memproduksi kelanting yang berbahan dasar singkong. Industri ini memproduksi kelanting dengan dua varian rasa yaitu original dan balado, harga jual yang ditetapkan yaitu Rp.25.000,00 /Kg untuk rasa original dan Rp.30.000,00/Kg rasa balado. Kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik bening putih. Meskipun sudah sangat lama berdiri industri ini hanya menggunakan promosi lewat mulut kemulut seperti yang dikatakan oleh bapak Sugiarto;

*”kelanting kami pernah kami ikutkan pameran, biasanya juga saat musim hajatan banyak yang memesan dengan jumlah yang sangat banyak, tetapi kalau untuk promosi dengan media sosial belum dilakukan.”*

Proses produksi sampai distribusi membutuhkan waktu 4 hari, dalam sekali produksi bisa mencapai 1 ton jika tidak terhambat oleh cuaca, dan pekerja yang terkadang tidak bisa memproduksi. Jumlah pekerja ada 20 orang, tetapi terkadang banyak pekerja yang tidak datang disebabkan seperti musim panen, dan juga belum adanya pembagaaian tugas kerja yang jelas dari pemilik industri, yang mengakibatkan harus mengurangi jumlah produk klanting.

Para pekerja tidak berfokus pada pekerjaan ini dikarenakan sistem kerjanya diberi keleluasaan untuk mengerjakan pekerjaannya di rumah masing-masing pada saat proses pembentukan klanting, mengakibatkan sistem

kerjanya tidak teratur dan berpengaruh pada sistem upah yang terkadang tidak tepat waktu.<sup>5</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan permasalahan yang ada pada kedua industri adalah kurangnya perencanaan produksi, teknologi yang digunakan masih sederhana, kemampuan promosi yang dilakukan belum maksimal sehingga pemasarannya masih kurang.

Dalam mengembangkan usaha ini pemilik industri rumah tangga bekerjasama dengan banyak pihak, sehingga pemilik selalu memperhatikan bagaimana hubungan antara pemilik dan pekerja maupun dengan konsumennya. Dan memperhatikan bagaimana proses produksi hingga produknya sampai ketangan konsumen dengan baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan untuk mengembangkan industri rumah tangga yang ada di desa Gantimulyo?

---

<sup>5</sup> Wawancara Dengan Bapak Sugiarto Selaku Pemilik Industri Kelanting Desa Gantimulyo Pada Tanggal 10 Oktober 2022

2. Bagaimana perspektif ekonomi Islam mengenai strategi pengembangan industri rumah tangga yang ada di desa Gantimulyo?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a) Untuk mengetahui strategi pengembangan industri makanan yang ada di desa Gantimulyo.
- b) Untuk mengetahui perspektif ekonomi islam mengenai strategi pengembangan industri makanan di desa Gantimulyo.

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat berupa pengetahuan mengenai strategi pengembangan industri menambah wawasan kepada pembaca dan peneliti dalam bidang ilmu yang diteliti serta mampu meningkatkan kemampuan menulis karya ilmiah melalui pola pikir yang kritis dan secara sistematis dalam menghadapi fenomena dan permasalahan yang sedang terjadi.

##### **b. Secara Praktis**

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- 1) Bagi para pelaku usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan kepada para pelaku

Industri rumah tangga, yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha untuk lebih mengembangkan usahanya.

- 2) Bagi akademik, manfaat penelitian berhubungan dengan kontribusi peneliti dalam pengembangan teori dan pengetahuan, terutama mengenai strategi pengembangan industri yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.
- 3) Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pemahaman dalam mengembangkan industri rumah tangga yang ada di wilayah setempat, khususnya masyarakat desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur
- 4) Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan menjadi motivasi bagi peneliti agar lebih memahami dan mempelajari tentang strategi pengembangan industri makanan yang sesuai dengan ekonomi Islam.

#### **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan berisikan suatu proses yang memiliki kaitan dengan pokok masalah yang akan diteliti. Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan menemukan beberapa karya tulis ilmiah terdahulu yang berkaitan dengan penelitian peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hilma Yuniar Widya Ningrum dan Deden Gandana Madjakusumah yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam dalam meningkatkan Penjualan Pada Home Industri Amanah jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan

Ciparay”. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini industri Amanah Jaya belum sesuai dengan konsep strategi pengembangan bisnis Islam.<sup>6</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada subjeknya, pada penelitian Hilma Yuniar Widya Ningrum dan Deden Gandana Madjakusumah meneliti tentang industri dompet, sementara yang peneliti lakukan yaitu meneliti pada industri makanan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ash Shadiq Egim dan Nenengsih dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Makanan Khas Daerah Di Kota Padang Dengan Pengemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi”. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang perlu dikembangkan yaitu inovasi dalam pengemasan serta pemasarannya.<sup>7</sup> Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang akan peneliti lakukan adalah subjeknya, penelitian ini membahas tentang strategi industri makanan dengan pengemasan dan pemasaran berbasis teknologi, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu bagaimana strategi pengembangan industri yang sesuai dengan prespektif ekonomi islam.

---

<sup>6</sup> Hilma Yuniar Widya Ningrum dan Deden Gandana Madjakusumah, “Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay” *Jurnal Riset Perbankan Syariah* Vol.1 No 1, (Juli 2022)

<sup>7</sup> Ash Shadiq Egim, dan nenengsih, “Strategi pengembangan industri makanan khas daerah di kota padang dengan pengemasan dan pemasaran berbasis teknologi”, *Menara Ekonomi* volume No.3 (Oktober 2019)



3. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Sumiati dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Industri Pembuatan Keripik Tempe Di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi". Penelitian ini menggunakan menggunakan matriks SWOT. merupakan Penelitian ini bersifat kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang dilakukan dengan mengutamakan kualitas rasa dan harga yang ekonomis.<sup>8</sup> Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang akan peneliti lakukan adalah subjeknya, penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan industri kripik tempe, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu bagaimana strategi pengembangan industri yang sesuai dengan prespektif ekonomi islam. Persamaannya yaitu membahas tentang strategi pengembangan.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, dan Umi Khusum dengan judul "Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industri Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon". Hasil dari penelitian ini didapat strategi produsen agar dapat terus bersaing yaitu menjaga kualitas produk dengan bahan baku yang berkualitas baik, memberi pelayanan yang baik, harga bersaing dan pemasaran online.<sup>9</sup> Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang akan peneliti lakukan

---

<sup>8</sup> Dwi Sumiatin, "Strategi Pengembangan Industri Pembuatan Keripik Tempe Di Desa Karang Tengah Prandon Kabupaten Ngawi" Skripsi Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021

<sup>9</sup> Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, dan Ummi Khulsum, "Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon," *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (20 Mei 2019), <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v1i1.5407>.

adalah terdapat penambahan variabel yaitu bagaimana strategi pengembangan industri yang sesuai dengan prespektif ekonomi Islam.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Pengembangan**

##### **1. Pengertian Strategi Pengembangan**

Strategi pengembangan merupakan upaya seseorang atau kelompok untuk membuat suatu sekema, agar tujuannya tercapai, mencapai sasaran yang diinginkan dan disesuaikan dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki yang dianggap efisien dan efektif untuk menyesuaikan diri terhadap situasi yang terduga maupun tidak terduga. Menurut Stephanie K Marrus, seperti yang dikutip Sukristono, strategi didefinisikan sebagai suatu upaya penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>1</sup>

Menurut Morrisey strategi pengembangan merupakan upaya yang harus dilakukan untuk menentukan arah yang akan dituju oleh suatu perusahaan, baik dalam menentukan suatu produk, jasa, maupun pemasarannya, dan pengelolaan keuangannya untuk memajukan suatu bisnis sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain dimasa depan karena keadaan akan terus berubah ubah.<sup>2</sup>

Dalam dunia bisnis pasti akan ada sebuah resiko yang akan dihadapi oleh pengusaha. Menurut Prof M.J.H Cobenhagen berpendapat bahwa

---

<sup>1</sup> H. Abd. Rahman Rahim & Enny Radjab, *Manajemen Strategi* (Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 5.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 37

seorang pengusaha menghadapi tiga macam resiko yaitu, Resiko pendapatan, resiko modal, dan resiko moril.<sup>3</sup> Maka dari itu suatu pengusaha harus memiliki sifat yang mampu menilai ketidakpastian dengan cara yang tepat, harus mampu mengambil inisiatif, dan mampu dalam menganalisis kemampuan serta peluang yang ada sebagai bentuk strategi pengembangan bisnis yang dijalankan.

## **2. Strategi Pengembangan Usaha**

Dalam suatu usaha sangat dibutuhkan namanya strategi untuk memajukan usahanya. Melakukan pengembangan secara terus-menerus bagi usaha kecil tidak harus dilakukan dengan cara pengembangan besar-besaran, tetapi bisa dilakukan dengan cara yang sederhana. Intinya apa yang dilakukan hari ini harus lebih baik dibandingkan hari kemarin. Ada dua model strategi yaitu strategi melihat kebawah dengan melihat titik temu antara produk dengan pelanggannya. Strategi melihat keluar yaitu dengan memperhatikan berbagai aspek atau faktor eksternal lingkungannya, dan diperlukan taktik untuk membuat sesuatu menjadi lebih baik lagi dan menjadikan sesuatu menjadi lebih baru, baik dan berbeda dari produk lain.

Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan memajukan usaha agar terus berkembang dan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang yaitu dengan strategi

---

<sup>3</sup>Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 13.

pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, serta strategi inovasi.<sup>4</sup>

a. Strategi Pengembangan Pasar

Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikan, mendistribusikan dan memuaskan konsumen. Pemasaran adalah proses individu atau kelompok untuk menyalurkan produk kepada konsumen, menyampaikan apa yang mereka butuhkan baik dalam bentuk pertukaran jasa ataupun barang dengan memperhatikan kepuasan konsumen, menentukan harga produk yang sesuai dan menejntukan promosi penjualan sehingga proses pemasaran dapat terjadi berulang dan menghasilkan laba.

Pemasaran mempunyai tujuan yaitu menarik konsumen dengan menciptakan suatu produk, dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga yang sesuai, mendistribusikan dan mempromosikan produk dengan mudah serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memegang prinsip kepuasan konsumen.

Suatu strategi utama dalam memasarkan sebuah produk yaitu dengan cara menambah saluran distribusi atau dengan cara meningkatkan promosinya. Promosi adalah suatu kegiatan yang

---

<sup>4</sup> Bakhri, Aziz, dan Khulsum, "Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gigit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon," 67.

bertujuan untuk memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat atau konsumen tentang produk, manfaat produk, sampai bagaimana cara memperoleh sebuah produk. Kegiatan promosi adalah suatu strategi yang sangat penting di era keterbukaan informasi saat ini. Oleh karena itu perusahaan harus bisa memilih cara yang efektif untuk bisa mempromosikan produk kepadanya kepada masyarakat.<sup>5</sup>

#### b. Strategi Pengembangan Produk

Istilah produksi dalam dalam ekonomi merupakan setiap proses yang mengkonversi atau mentransformasi sebuah barang mentah menjadi barang jadi. Suatu industri didirikan untuk menghasilkan produk tertentu baik berupa barang atau jasa, untuk kemudian di pasarkan kepada pengguna yang memerlukan. Dalam strategi pengembangan produk sangat dibutuhkan pembaharuan produk yang sudah ada atau menciptakan produk baru dengan tetap memperhatikan keterkaitan dengan produk lama dengan produk yang baru agar tetap dapat dipasarkan pada pelanggan melalui saluran distribusi yang sudah ada.

Pengembangan produk yang sudah ada perlu adanya strategi yang perlu dilakukan untuk menunjukkan kriteria dan tingkat produk. Produk adalah penentu untuk menentukan harga, promosi, maupun kegiatan dalam pendistribusiannya. Dengan cara ini perusahaan akan

---

<sup>5</sup> Ngatno, *Manajemen Pemasaran* (Semarang: EF Press Digimedia, 2018), 7.

mampu bertahan dan semakin memperkuat usahanya serta dapat memperluas pangsa pasar.<sup>6</sup>

### c. Strategi Inovasi

Industri merupakan kegiatan ekonomi yang menjadi kekuatan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi kemiskinan. Industri diharapkan tidak hanya sebagai sumber penting dalam meningkatkan kesempatan kerja tetapi juga diharapkan mampu untuk meningkatkan ekspor dan memperkuat daya saing umkm.

Daya saing menurut Tulus Tambunan, ada beberapa alasan produk industri mempunyai daya saing yang rendah yaitu, kualitas barang yang dihasilkan lebih rendah termasuk rendahnya teknologi yang digunakan dan buruknya kualitas SDM termasuk dalam manajemen dan pemasaran, tingkat efisiensi dalam proses produksi masih rendah.

Daya saing dan inovasi adalah komponen yang sering diabaikan oleh perusahaan kecil padahal inovasi adalah kunci dari peningkatan usaha dengan proses pengembangan kreasi baru, nilai yang lebih tinggi, serta produk dan layanan. Faktor pendorong inovasi diperlukan beberapa komponen seperti sumber daya permodalan, SDM, teknologi, dan pemasaran.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Denpasar: Universitas Udayana, 2017), 72.

<sup>7</sup> Saida Zainurrosalamia, *Manajemen Pemasaran dan Bisnis bagi Usaha Mikro Kecil dan menengah* (Samarinda: RV Pustaka Horizon, 2017), 25.

### 3. Jenis-jenis Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi, dan joint venture. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.<sup>8</sup>

Beberapa jenis strategi yang digunakan untuk mengembangkan usahanya adalah antara lain:<sup>9</sup>

#### a. Strategi Integrasi

Strategi ini merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk lebih meningkatkan pengawasan terhadap pemasok, distributor dan para pesaing lainnya.

---

<sup>8</sup>Ni Luh Putu Wiagustini, "Strategi Intensif Dan Integratif: Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah Produk Herbal Di Kabupaten Badung" Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 14 No. 2, Agustus (2020)

<sup>9</sup>Siti Munawaroh "Strategi Pengembangan Industri untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Cilok Dara Francise di Desa Palemgede Kecamatan Pucukwangi Kabupaten Pati) Skripsi IAIN Kudus, 2022



### 1) Strategi Integrasi ke Depan

Strategi ini melibatkan akuisisi kepemilikan atau peningkatan kontrol atas distributor atau pengecer.

### 2) Strategi Integrasi ke Belakang

Strategi ini merupakan strategi untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas pemasok perusahaan. Integrasi ke belakang sangat cocok ketika pemasok perusahaan saat ini tidak dapat diandalkan, terlalu mahal, atau tidak dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.

### 3) Strategi Integrasi Horizontal

Integrasi horizontal mengacu pada strategi yang mencari kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas pesaing perusahaan

## b. Strategi Intensif

Strategi ini adalah strategi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan posisi persaingan dengan lawan pesaing dengan melalui produk yang sama atau sudah ada. Strategi ini dibagi menjadi tiga, yaitu:

### 1) Strategi Penetrasi Pasar

Strategi ini berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Penetrasi pasar mencakup meningkatkan jumlah tenaga penjual, jumlah belanja iklan, dan promosi.

## 2) Strategi Pengembangan Pasar

Strategi ini melibatkan pengenalan produk yang ada saat ini ke area geografi yang baru.

## 3) Strategi Pengembangan Produk

Strategi ini merupakan strategi yang mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk/jasa saat ini. Pengembangan produk biasanya melibatkan biaya yang besar

## c. Strategi Diversifikasi

Strategi ini merupakan cara perusahaan untuk menambah produk baru atau memulai usaha baru pada bisnis yang sudah ada, sehingga dengan konsep yang sama perusahaan dapat meningkatkan laba.

Terdapat tiga tipe umum dari strategi diversifikasi, yaitu :

### 1) Strategi Konsentrik

Strategi ini dilakukan perusahaan dengan cara menambah produk atau jasa baru yang masih berhubungan.

### 2) Strategi Horizontal

Strategi ini dilakukan perusahaan dengan cara menambah produk atau jasa baru yang tidak berkaitan untuk pelanggan saat ini. Tujuan strategi ini adalah menambah produk baru yang tidak berhubungan untuk memuaskan pelanggan yang sama.

### 3) Strategi Konglomerat

Strategi ini dilakukan perusahaan dengan cara menambah produk atau jasa baru, yang tidak berkaitan dengan produk atau jasa

lama. Tujuan strategi ini adalah menambah produk baru yang tidak saling berhubungan untuk pasar yang berbeda.

#### d. Strategi Divensi

Strategi divensi adalah strategi yang dilakukan perusahaan agar terhindar dari kerugian dengan cara melakukan tindakan penyelamatan perusahaan. Strategi ini dibagi menjadi tiga, yaitu strategi retrenchment, divestasi, dan likuidasi.

##### 1) Strategi Retrenchment

Strategi ini terjadi ketika suatu organisasi mengelompokkan ulang melalui pengurangan aset dan biaya untuk membalikkan penjualan dan laba yang menurun. Kadang-kadang strategi ini disebut sebagai strategi berputar atau reorganisasi.

##### 2) Strategi Divestasi

Strategi ini dilakukan dengan menjual satu divisi atau bagian dari suatu organisasi yang bertujuan meningkatkan modal untuk akuisisi strategis atau investasi lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari keseluruhan strategi retrenchment untuk menyingkirkan bisnis. perusahaan yang tidak menguntungkan, membutuhkan banyak modal, atau yang tidak cocok dengan aktivitas perusahaan lainnya.

##### 3) Strategi Likuidasi

Strategi ini dilakukan dengan menjual seluruh aset perusahaan baik secara terpisah-pisah atau sepotong-potong untuk nilai riilnya.

Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap, yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

#### 1) Formulasi Strategi

Hal-hal yang termasuk dalam formulasi strategi antara lain mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.

#### 2) Implementasi Strategi

Implementasi strategi sering disebut sebagai tahap pelaksanaan dalam manajemen strategis. Selain itu, implementasi strategi juga sering kali dianggap sebagai tahap yang paling sulit dalam manajemen strategis karena implementasi strategi membutuhkan disiplin pribadi, komitmen, dan pengorbanan. Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan memberdayakan

sistem informasi, serta menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi.

### 3) Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi merupakan tahap final dalam manajemen strategis. Tiga aktivitas dasar evaluasi strategi adalah meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi saat ini, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan korektif.

## 4. Faktor-faktor Pengembangan Usaha

Lingkungan memiliki pengaruh yang besar terhadap pencapaian keberhasilan suatu usaha. Mengabaikan lingkungan sama halnya dengan menutup diri terhadap perkembangan usaha, untuk itu pelaku usaha harus menjadikan peluang dan kekuatan untuk memajukan usahanya. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah faktor lingkungan usaha. Faktor yang terdapat dalam pengembangan strategi pengembangan usaha terbagi kedalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.<sup>10</sup>

a. Faktor Internal adalah faktor berupa kekuatan dan kelemahan pada usaha.

1) Aspek sumber daya manusia dalam sebuah bisnis adalah kunci dari keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuannya. Dengan adanya sumber daya yang baik maka akan memiliki perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan yang baik dan meningkatkan kinerja suatu usaha dalam mengembangkan usahanya.

---

<sup>10</sup> Tinneke E. M. Sumua,dkk, *Manajemen Pengembangan Bisnis: (Pengembangan Empirik Pada "Tibo-Tibo" Perempuan Nelayan*(Manado: R.A.De.Rozarie,2019),20

- 2) Aspek keuangan, yaitu dengan pengontrolan keuangan, baik modal dan keuntungan dengan pembukuan.
  - 3) Aspek produksi dan operasi adalah dalam ketersediaan bahan baku, kapasitas produksi, ketersediaan mesin atau peralatan.
  - 4) Aspek pasar dan pemasaran yaitu permintaan pasar, penetapan harga bersaing, kegiatan promosi, dan saluran distribusi.
- b. Faktor Eksternal adalah kekuatan luar perusahaan yang menciptakan serangkaian peluang dan ancaman untuk bisnis.

1) Ekonomi

Ekonomi berpengaruh terhadap bisnis dalam pertumbuhan. Ketika ekonomi negara dalam pertumbuhan misalnya tingkat pengangguran rendah dan tingkat pendapatan naik akan membuat daya beli masyarakat menjadi tinggi.

2) Politik

Politik merupakan hal yang perlu dipertimbangkan, di Indonesia peraturan pemerintah mengenai harga bahan baku, misalnya minyak, kenaikan tarif listrik, diatur dalam peraturan sehingga berpengaruh terhadap peningkatan biaya produksi.

3) Demografi

Aspek demografi seperti usia, jenis kelamin, ras dan etnis, dan tempat tinggal/lokasi serta bertambahnya populasi penduduk, perkembangan jumlah penduduk akan berdampak positif pada peningkatan konsumsi masyarakat.

#### 4) Sosial

Faktor sosial seperti sikap, nilai, etika, dan gaya hidup masyarakat yang mempengaruhi apa, bagaimana, dan kapan masyarakat membeli produk yang sulit untuk diprediksi.

#### 5) Pesaing

Produk atau layanan jasa yang sejenis perlu diperhatikan dan perlu adanya strategi untuk mengevaluasi dan menjadi kontrol produk yang kita hasilkan apakah masih disukai konsumen atau tidak.

#### 6) Global

Kondisi perdagangan dunia, nilai kurs mata uang dan tumbuhnya persaingan internasional merupakan faktor global yang dapat menentukan keputusan bisnis.

#### 7) Teknologi

Teknologi merupakan penerapan keterampilan sains dan teknik dan pengetahuan untuk memecahkan masalah produksi misalnya peralatan yang meningkatkan produktifitas dan mengurangi biaya oprasional.

### **5. Komponen Perencanaan Strategis Pemasaran**

#### a. Siklus Hidup Produk ( *Life Cycle Product* )

Siklus hidup produk atau product *Life Cycle* ini yakni suatu grafik yang menggambarkan suatu riwayat produk sejak diperkenalkan ke dalam pasar sampai dengan ditarik dari pasar . Siklus hidup produk

(*Product Life Cycle*) ini adalah suatu konsep yang penting didalam pemasaran dikarenakan memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika bersaing suatu produk. Pada dasarnya, siklus hidup produk adalah tahapan-tahapan proses perjalanan hidup suatu produk mulai dari diperkenalkannya kepada pasar (*market*) hingga pada akhirnya hilang dari pasaran. Untuk memperpanjang umur hidup suatu produk, produsen harus bekerja keras melakukan berbagai strategi agar produknya dapat bertahan lebih lama lagi di pasar (*market*). Strategi berbasis sumber daya (*Product Life Cycle*) memberikan solusi bagi perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif secara terus menerus melalui sekumpulan sumber daya unik yang dimiliki perusahaan.<sup>11</sup>



Daur hidup produk itu terbagi menjadi 4 tahap, yakni:

1. Tahap perkenalan (*introduction*)

Dalam tahap perkenalan, barang mulai dipasarkan kedalam jumlah yang besar meskipun volume penjualannya belum sesuai. Barang yang di jual dasarnya barang baru (yang betul-betul baru) dikarenakan masih berada ditahap permulaan, dan biasanya ongkos

<sup>11</sup> Nur Wahda Afkarina, Anwar, Haris Hermawan, "Analisis PLC (*Product Life Cycle*) Pada Home Industry Tas Pada Riin Bag Kecamatan Rambipuji Jember" Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember: Juli 2019.



yang dikeluarkan ini juga tinggi terutama biaya periklanan (Promosi). Promosi yang dilakukan tersebut memang harus agresif serta juga mengarah kepada merek penjual. Di samping hal itu distribusi barang itu juga masih terbatas serta laba yang diperoleh juga masih rendah.

2. Tahap pertumbuhan (*growth*)

Dalam tahap ini, penjualan serta juga laba akan meningkat dengan sangat cepat. disebabkan permintaan sudah sangat meningkat serta juga masyarakat sekitara sudah mengetahui produk bersangkutan, maka dari usaha promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan tersebut tidak seagresif tahap sebelumnya. Di dalam tahap ini laha pesaing sudah mulai memasuki pasar sehingga terdapat persaingan menjadi lebih ketat. Cara lain yang dapat dilakukan untuk dapat memperluas serta juga meningkatkan distribusinya adalah dengan cara menurunkan harga jualnya.

3. Tahap Kedewasaan (*maturity*)

Pada kedewasaan ini, kita semua dapat melihat bahwa penjualan masih meningkat serta juga pada tahap berikutnya tetap. Dalam tahap ini, laba produsen ataupun laba pengecer mulai turun. Persaingan pada harga menjadi sangat tajam sehingga suatu perusahaan perlu memperkenalkan produktivitas dengan kreativitas model yang baru. Dalam tahap kedewasaan ini, usaha dalam

periklanan(promosi) biasanya mulai ditingkatkan lagi untuk dapat menghadapi persaingan.

#### 4. Tahap kemunduran (*decline*)

Hampir di semua macam jenis barang yang dihasilkan suatu perusahaan selalu mengalami kekunoan atau juga keusangan serta juga harus di ganti dengan barang yang baru. Dalam tahap kemuduran ini, barang baru harus sudah dipasarkan untuk dapat menggantikan barang lama yang sudah jadul . walaupun dalam jumlah pesaing sudah berkurang namaun pengawasan biaya menjadi sangat penting diosebabkan karena permintaan sudah jauh menurun. Jika barang yang lama itu tidak segera ditinggalkan tanpa digantikan dengan barang baru, maka perusahaan tersebut hanya dapat beroperasi disuatu pasar tertentu yang sangat terbatas.

#### b. Segmenting, Targeting Dan Positioning

##### 1) Segmentasi

Segmentasi adalah upaya memetakan atau memilah-milahkan konsumen sesuai persamaan di antara mereka. Pemilahan ini bisa berdasarkan usia, tempat tinggal, penghasilan, gaya hidup, atau bagaimana cara mereka mengkonsumsi produk.

Perusahaan membagi pasarnya kedalam segmen-segmen pasar tertentu dimana masing-masing segmen tersebut bersifat homogen. Hal ini karena dalamkenyataannya banyak produk yang bersifat heterogen bagi seluruh pasar, atau produk tersebut hanya diperlukan

oleh kelompok pasar tertentu saja. Sedangkan homogenitas masing-masing segmen tersebut disebabkan oleh adanya perbedaan-perbedaan dalam kebiasaan membeli, cara penggunaan barang, kebutuhan pemakaian, motif pembelian dan sebagainya. Dalam segmentasi pasar ini manajemen harus memiliki kriteria tertentu agar menempatkannya dalam posisi yang baik. Tingkat permintaan rata-rata untuk suatu merk harus berbeda antara segmen yang satu dengan yang lainnya

## 2) Targeting

Targeting merupakan sebuah sasaran, siapa yang dituju. Dalam menentukan targeting maka dilakukan beberapa survey untuk dapat mengetahui keadaan pasar nantinya, agar ketika proses pemasaran tidak salah sasaran. Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar, selanjutnya adalah mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang menjadi target market.

Dalam mengevaluasi segmen pasar yang berbeda perusahaan harus melihat dua faktor yaitu daya tarik pasar secara keseluruhan serta tujuan dan resource perusahaan. Perusahaan harus melihat apakah suatu segmen potensial memiliki karakteristik yang secara umum menarik seperti ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, skala ekonomi, resiko yang rendah dan lain-lain. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan apakah berinvestasi dalam segmen tersebut

masuk akal dengan mempertimbangkan tujuan dan sumber daya perusahaan.

### 3) Positioning

Positioning adalah image atau citra yang terbentuk di benak seorang konsumen dari sebuah nama perusahaan atau produk. Positioning adalah bagaimana sebuah produk dimata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing. Dalam hal ini termasuk brand image, manfaat yang dijanjikan serta competitive advantage. Inilah alasan kenapa konsumen memilih produk suatu perusahaan bukan produk pesaing. Disini perusahaan berusaha membuat produknya lebih menonjol dari produk saingan dan membuaatnya lebih menarik bagi pembeli. Hal ini dapat melibatkan adanya perubahan penting pada barang itu sendiri atau perubahan-perubahan pada bungkus, harga , merk, promosi, ataupun aspek pemasaran lain yang dapat mempengaruhi pandangan konsumen.

## **B. Industri Rumah Tangga**

### **1. Pengertian Industri Rumah Tangga**

Industri rumah tangga merupakan jenis industri yang ada di Indonesia yang bersekala *mikro*. Industri rumah tangga menggunakan modal yang relatif kecil dan biasanya memiliki jumlah pegawai yang

sedikit. Tenaga kerjanya biasanya berasal dari keluarga sendiri maupun orang-orang terdekat lokasi industri.<sup>12</sup>

Proses produksi dalam industri rumah tangga sama dengan produksi lainnya yang bergerak dibidang barang atau makanan. Membutuhkan bahan-bahan baku untuk diolah dari distributor, membutuhkan penentuan pasar, pengelolaan barang, dan proses pemasaran produk yang sudah diproduksi.

Indutri rumah tangga merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk bertahan dalam menghadapi krisis yang terjadi saat ini. Manfaat dari adanya industri rumah tangga yaitu dapat membantu masyarakat sekitar tempat usaha untuk mendapatkan pekerjaan dan mengurangi pengangguran, sehingga industri Rumah Tangga dapat membawa perubahan dalam suatu perekonomian negara untuk menuju kemajuan.

Upaya-upaya mengembangkan usaha kecil berdasarkan pasal 12,15 dan 16 UU No. 9/1995 tentang usaha kecil dirumuskan bahwa pemerintah sudah melakukan pembinaan dalam upaya mengembangkan usaha kecil atau indsutri dalam bidang berikut:<sup>13</sup>

- a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengelolaan.

---

<sup>12</sup> Syamsu Hadi Dan Ade Rustiana, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Studi Kasus Pengelolaan Keripik Sermier Super Pak Mudji," (2018): 221.

<sup>13</sup> Kiki Joesyiana, "Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali" *Jurnal Valuta* 3, no. 1 (2017): 163.

- b. Meningkatkan kemampuan dalam merencanakan bangunan dan rekayasa.
- c. Memberikan suatu kemudahan dalam pengadaan sarana dan cara produksi, pengelolaan bahan baku, dan kemasan.

## 2. Keunggulan dan Kelemahan Industri Rumah Tangga

Dalam suatu usaha tidak akan lepas dari adanya kelemahan dan keunggulan yang ditemui. Menurut Subanar, usaha kecil mempunyai keunggulan dan kelemahan tersendiri, keunggulan diantaranya adalah sebagai berikut:<sup>14</sup>

- a. Pemilik adalah manajer yang dapat mengatur usahanya sendiri, dapat merangkap fungsi marketing, finance, dan administarnya.
- b. Dapat memberikan inovasi terbaru untuk produknya, dan menciptakan lapangan pekerjaan.
- c. Mempunyai peraturan usaha yang sederhana.
- d. Dapat menyesuaikan produk dengan keadaan yang ada, sehingga tidak tertinggal oleh pesaing lainnya.

Adapun kelemahan dari industri adalah sebagai berikut:

- a. Akses terhadap informasi bisnis masih kurang, hanya menggunakan strategi yang sudah ada, sehingga produk tertinggal dan kemampuan berpromosi menjadi rendah.
- b. Pembagian kerja tidak tersusun dengan baik, sehingga menyebabkan penghambatan produksi.

---

<sup>14</sup> Eddy Guridno dan Dr Sufyati Hs, *Penguatan Industri Kecil Dan Menengah (Ikm) Di Indonesia* (Jakarta: LPU-UNAS,2019), 42.

- c. Resiko rugi dan untung dibebankan terhadap kekayaan pribadi pemiliknya.
- d. Pengembangan usahanya sangat bergantung pada pemiliknya.

### **3. Peran Industri Makanan dalam Perekonomian**

Di Indonesia, industri memiliki peran yang cukup penting bagi perkembangan ekonomi negara. Peranannya dalam perekonomian yaitu mampu meningkatkan jumlah unit usaha atau perusahaan, membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat serta dapat meningkatkan pendapatan atau ekonomi keluarga.

Industri adalah salah satu sumber pertumbuhan kesempatan kerja di Indonesia, yang dilihat tidak hanya pada kondisi statis namun juga dilihat dari segi dinamis, hal ini mencerminkan peran industri rumah tangga terhadap laju pertumbuhan ekonomi memiliki pengaruh yang tinggi.

Perkembangan suatu industri makanan tak terpungkiri juga terdapat banyak faktor, masalah yang dihadapi seperti faktor permodalan yang sering kali timbul di kalangan perintis usaha tak terkecuali juga faktor dalam bidang pemasaran yang menghadapi banyaknya pesaing. Dalam upaya untuk meningkatkan penjualan, para pelaku usaha perlu memperhatikan aspek pemasaran. Harus adanya pengoptimalan dalam pemasaran produk baik secara langsung maupun lewat perantara misal reseller atau mitra usaha lainnya. Dalam hal tersebut pemilik usaha bisa bekerjasama lembaga terkait untuk lebih memudahkan dalam mengusahakan bantuan baik dari pemerintah atau swasta dan dukungan

dari fasilitas yang kurang, pendampingan serta adanya pelatihan mengenai teknologi informasi. Harapannya mampu mencakup promosi yang lebih luas sehingga efektif dalam unit usaha agar industri bisa lebih berkembang.<sup>15</sup>

### C. Strategi Pengembangan Industri Dalam Islam

Dalam mengembangkan usaha terdapat hal-hal yang harus diterapkan dan menjadi langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan. Islam telah mengajarkan umatnya dalam menyusun dan menerapkan strategi agar dapat tercapai suatu tujuan yang diinginkan.<sup>16</sup> Islam mewajibkan setiap muslim untuk bekerja, karena bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia untuk memiliki harta kekayaan dengan tetap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niat dan tidak melupakan-Nya.

Praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya. Oleh karena itu, ajaran Islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, antara lain:

#### 1. Niat yang baik

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan. Jika niatnya baik usaha amalnya juga baik, sebaiknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak, sebagaimana hadits Rasulullah yang artinya:

---

<sup>15</sup>Iha Haryani dan Harlis Setiowati, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah(UKM)* (Depok: CV Landasan Ilmu, 2018), 10.

<sup>16</sup>Widiya Setiawati, Reni Oktafia “Analisis Pengembangan Usaha Kecil, dan menengah Pada Kesejahteraan Masyarakat Kampung Bordir Kecamatan Beji” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7. No 1,( Sidoarjo 2021), 5



“*Sesungguhnya semua amalan itu terjadi dengan niat, dan setiap orang mendapatkan apa yang dia niatkan*”. (HR. Bukhari dan Muslim)

Apa yang dikatakan Rasulullah itu bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha. Oleh karena itu, semua wirausaha muslim dituntut agar aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha Allah semata, sebagaimana firman Allah Q.S. Al-An'am: 162-163<sup>17</sup> berikut.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ۝ ١٦٢ لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ  
أُمرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ١٦٣

Artinya: “*Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. tiada sekutu bagiNya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)*”. (Q.S. AlAn'am: 162-163)

Semakin berkualitas keikhlasan seseorang wirausaha muslim dalam menghadirkan niat untuk semua aktivitasnya, maka pertolongan dan bantuan Allah akan semakin mengalir. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bantuan Allah berjalan seiring dengan persiapan kita (niat) yang terkandung di dalam hati.

## 2. Berinteraksi dengan akhlak

Akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi Islam, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para nabi, yaitu untuk menyempurnakan akhlak. Beberapa akhlak dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha muslim antara lain:

---

<sup>17</sup> Q.S. Al-An'am: 162-163

a. Jujur

Dalam mengembangkan harta seorang wirausaha muslim harus menjunjung tinggi kejujuran karena kejujuran merupakan akhlak utama yang merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnisnya, menghapus dosa, dan bahkan dapat mengantarkannya masuk ke dalam surga.

Dengan memiliki sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen atau pelanggan kepada pebisnis. Adanya sikap kepercayaan ini akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

b. Ikhlas

Sikap ikhlas dalam berbisnis maka akan membentuk pribadi seorang pebisnis yang tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non material (mendapat ridha dari Allah SWT).

c. Silaturahmi

Sikap silaturahmi merupakan sebuah jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi juga menjadi dasar dari membina hubungan baik dengan pelanggan, investor, calon pelanggan (*future market*), dan bahkan dengan kompetitornya.

### 3. Percaya pada Takdir dan Ridha

Seorang wirausaha muslim wajib mengimani atau percaya pada takdir, baik atau buruk. Tidak sempurna keimanan seseorang tanpa mengimani takdir Allah. Setelah percaya dengan takdir, maka ia pun harus berdzikir dan bersyukur bila menerima keuntungan dalam hartanya dan tidak akan bergembira secara berlebihan-lebihan. Begitu pula jika sebaliknya, maka tetap ridha dan sabar menghadapi dan menjalaninya, karena dalam setiap kejadian pasti ada hikmah yang tersembunyi.

### 4. Bersyukur

Pengusaha muslim adalah wirausaha yang selalu bersyukur kepada Allah. Bersyukur merupakan konsekuensi logis dari bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat-nikmat yang sudah Allah berikan selama ini, hal ini akan selalu diingatkannya, karena Allah sudah mengingatkannya dalam Al-Qur'an:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ۗ

*Artinya: "Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmatKu), Maka Sesungguhnya azab-Ku sangat pedih". (QS. Ibrahim : 7) <sup>18</sup>*

Rasa syukur kepada Allah yang dimaksudkan di sini bukan hanya diucapkan saja, tetapi juga harus diiringi dengan perbuatan terutama bagi yang sudah berkecukupan dari hasil usahanya, yaitu dengan berzakat, berinfak, dan bersedekah.

---

<sup>18</sup> QS. Ibrahim : 7

## 5. Bersikap Rendah hati dan Menghindari Kesombongan

Siapa pun yang bergaul dengan kita-sebagai pembeli, pegawai, pemberi kerja, dan sebagainya-tidak menyukai orang yang sombong karena ketika disombongi, ia akan merasa direndahkan harga-dirinya.

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَخَفَضْنَا جَنَاحَكَ  
لِلْمُؤْمِنِينَ ٨٨

*Artinya: “Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman” (Al-Hijr : 88)<sup>19</sup>*

## 6. Selalu Tepat Waktu Karena Terlatih dalam Shalat

فَإِذَا قَضَيْتُمُ الصَّلَاةَ فَادْكُرُوا اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِكُمْ ۚ فَإِذَا اطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا  
الصَّلَاةَ ۚ إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَىٰ الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَّوْفُوتًا ١٠٣

*Artinya: “Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat(mu), ingatlah Allah di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring. kemudian apabila kamu telah merasa aman, Maka dirikanlah shalat itu (sebagaimana biasa). Sesungguhnya shalat itu adalah fardhu yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman”. (QS. An-Nisa’ : 103)<sup>20</sup>*

Kedisiplinan akan membuat kita selalu memperhitungkan waktu untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Bila kita bisa selalu disiplin, siapa pun yang berkepentingan dengan kita, termasuk pelanggan, akan senang bekerja-sama dengan kita karena mereka bisa membuat perhitungan dengan baik dalam urusan mereka.

<sup>19</sup> QS Al-Hijr :88

<sup>20</sup> QS. An-Nisa’ : 103

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian merupakan suatu proses rangkaian langkah-langkah memahami hal-hal disekitar yang bertujuan untuk mendapatkan pemecahan masalah atau mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tertentu.<sup>1</sup>

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang peneliti lakukan termasuk jenis penelitian secara *Field Research* (Penelitian Lapangan) yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau langsung ketempat penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian dengan menggali data yang bersumber dari lapangan atau langsung yang berlokasi di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah strategi pengembangan industri prespektif ekonomi Islam.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu yang merupakan format penelitian yang bertujuan untuk memilah-milah data yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, mencari apa yang penting, meringkas berbagai kondisi dan situasi yang timbul didalam objek peneliti.

---

<sup>1</sup> Fenti Hikmawati, *Metode Penelitian* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 06.

Berdasarkan uraian diatas penelitian deskriptif kualitatif adalah menggambarkan atau mengangkat data yang sesuai dengan keadaan yang terjadi di lapangan dengan cara sistematis dan akurat. Dalam penelitian ini penulis akan berusaha mendeskripsikan dan memaparkan keadaan yang sebenarnya mengenai strategi pengembangan industri yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam di desa Gantimulyo 37, Kecamatan Pekalongan, Lampung Timur.

## **B. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli atau sumber pertama untuk tujuan penelitian. Sumber ini merupakan sumber data pokok yang dimana data yang dihasilkan berasal dari data pertama.

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh atau mengumpulkan data primer berupa wawancara kepada narasumber dan dokumentasi secara langsung ke tempat penelitian. Teknik sampling yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan melihat beberapa pertimbangan tertentu.<sup>2</sup> Dalam teknik ini peneliti memilih sampel berdasarkan tujuan penelitian, yaitu fokus pada industri di desa Gantimulyo kecamatan Pekalongan Lampung Timur. Dalam penelitian ini sumber data yang

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*,h.85

peneliti gunakan yaitu berjumlah 8 orang diantaranya yaitu Bapak Sugiarto, Ibu Kasiem, dan Ibu Sukemi sebagai pemilik industri. Ibu Wiwin, Ibu Karni dan Ibu Wiwin selaku karyawan. Ibu Umini dan Ibu Triwinarsih sebagai Konsumen.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh dari orang atau lembaga yang telah mengumpulkan data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Sumber-sumber data sekunder yang diperoleh penelitian dari buku-buku, internet, jurnal dan segala sesuatu yang berhubungan dengan judul penelitian dan jurnal yang sesuai dengan judul penelitian.

## **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam sebuah penelitian karena dengan data yang dikumpulkan akan membantu dan memberi pemahaman yang tepat pada fokus penelitian.<sup>3</sup> Berikut ini teknik yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data sebagai berikut:

### **1. Wawancara**

Metode pengumpulan data melalui wawancara dalam penelitian kualitatif umumnya dimaksud untuk mendalami dan lebih mendalam suatu kejadian dan atau kegiatan penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian diperlukan wawancara mendalam, baik dalam satu situasi atau dalam

---

<sup>3</sup>Sapto Haryoko, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Makasar; Badan Penerbit UNM,2020), 120.

beberapa tahapan pengumpulan data.<sup>4</sup> Wawancara sangat dibutuhkan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti dan informasi lainnya yang tidak mungkin dapat diobservasi secara langsung.

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi struktur, yaitu wawancara yang pelaksanaannya lebih bebas apabila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuannya adalah agar menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Wawancara yang peneliti lakukan adalah dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terperinci tapi mampu memberi keleluasaan kepada pihak responden untuk menjelaskan secara luas dan tidak melenceng dari pertanyaan yang diajukan.

Pertanyaan yang peneliti ajukan untuk pemilik industri mengenai sejarah berdirinya industri, berapa lama usaha berjalan, bagaimana proses pembuatan, promosi sampai penjualan, berapa harga jual, darimana bahan baku didapatkan, kekuatan dan kelemahan yang ada pada industri tersebut,serta pembukuan keuangan yang dilakukan.

Pertanyaan yang peneliti ajukan terhadap karyawan yaitu sejak kapan karyawan bekerja, waktu bekerja, dan posisi karyawan bekerja. Pertanyaan yang peneliti ajukan untuk konsumen yaitu, sudah berapa lama membeli produk, bagaimana harga yang ditawarkan, dan bagaimana kualitas produk.

---

<sup>4</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: Refika Aditama, 2012), 208



Wawancara ini dilakukan dimulai dari bulan oktober tahun 2022 sampai bulan mei tahun 2023, tiga kali pertemuan dengan pemilik industri, dua kali pertemuan dengan karyawan, dan satu kali pertemuan dengan konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada bapak Sugiarto dan ibu Kasiem selaku pemilik industri kelanting dan ibu Salamun Selaku pemilik Industri marning. Ibu Wiwin, ibu Karni, dan ibu Marpuah selaku Pekerja yang ada di kedua industri tersebut. Ibu Triwinarsih dan Ibu Umini selaku Konsumen.

## **2. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar yang bisa memberikan informasi dalam proses penelitian.<sup>5</sup>

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode dokumentasi dengan mengumpulkan data dilakukan dengan menggali informasi yang dapat ditemukan dalam bentuk dokumentasi foto yang berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan tentang penelitian ini berupa foto wawancara dan foto proses produksi

### **D. Keabsahan Data**

Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan uji kredibilitas data untuk menguji keabsahan data. Uji kredibilitas data dilakukan dengan

---

<sup>5</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif;Teori dan Praktik*(Jakarta:PT Bumi Aksara,2014),178

menggunakan triangulasi. Triangulasi data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu atau biasa disebut sebagai pembandingan data.<sup>6</sup> Teknik triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek keabsahan suatu informasi yang diperoleh dengan membandingkan data hasil wawancara dan dokumentasi.

## **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data Kualitatif dilakukan terus menerus sampai tuntas, analisis data yang digunakan peneliti merupakan model Miles Huberman yang meliputi reduksi data, display data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.<sup>7</sup>

### **1. Pengumpulan Data**

Data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua aspek yaitu deskripsi dan refleksi. Catatan deskripsi adalah pengumpulan data alami yang berisikan fenomena yang dijumpai, yang dapat dilihat, didengar, dirasakan, dan disaksikan oleh peneliti. Catatan refleksi adalah catatan yang memuat kesan, komentar, tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai dan merupakan rencana pengumpulan data untuk tahap selanjutnya, dan guna mendapatkan catatan ini, maka peneliti melakukan wawancara, dan dokumentasi terhadap beberapa responden penelitian.

---

<sup>6</sup>Adhi Kusumastuti, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang; Lembaga pendidikan sukarso Pressindo, 2019), 76

<sup>7</sup> Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta; Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press,2020 ), 78.

Tahap pertama peneliti melakukan pengumpulan data setelah data terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan pemeriksaan kelengkapan serta kejelasan data yang diperoleh, sehingga data yang didapat merupakan data valid.

## **2. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data yang masih kasar yang diperoleh di lapangan. Reduksi data dilakukan selama penelitian berlangsung, selama penelitian dilapangan, sampai laporan tersusun. Reduksi data merupakan bagian dari analisis data dengan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan final dapat diambil dan diverifikasi. Tahap kedua peneliti memilih data yang didapat dan disusun secara urut dan tertata rapih.

## **3. Penyajian Data**

Penyajian data yaitu data dan informasi yang di dapat dari lapangan dimasukan ke dalam suatu matriks, kemudian data tersebut disajikan sesuai data yang diperoleh dalam penelitian di lapangan, sehingga peneliti akan dapat menguasai data dan tidak salah dalam menganalisis data serta menarik kesimpulan. Tahap ketiga setelah peneliti menyusun data tersebut secara urut, maka peneliti melakukan pengolahan data, sehingga apabila terdapat data yang tidak sesuai dengan kebutuhan penelitian, peneliti dapat mengedit data tersebut sehingga data tersebut sesuai dengan kebutuhan

penelitian, pengeditan data tersebut bersifat memperbaiki data apabila terjadi kesalahan di dalam pengumpulan data, kesalahan pada data akan diperbaiki atau dilengkapi dengan melakukan pengumpulan data ulang atau dengan menyisipkan data yang dianggap masih kurang.

#### **4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi**

Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan pola kejelasan, dan alur sebab akibat atau proporsi dari kesimpulan yang ditarik harus segera diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali sambil melihat catatan agar memperoleh pemahaman yang lebih tepat. Tahap selanjutnya peneliti melakukan penganalisaan data dan mendeskripsikan data tersebut sehingga data dapat mengerti dan jelas sesuai tujuan penelitian.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Profil Industri Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur**

##### **1. Gambaran Singkat Industri Marning**

Industri marning merupakan salah satu Industri rumah tangga yang bergerak dibidang makanan yang terletak di desa Gantimulyo kecamatan Pekalongan Lampung Timur. Industri ini didirikan oleh Ibu Sukemi dan Bapak Salamun, sudah dari tahun 2015 memproduksi marning yaitu makanan ringan dari bahan utama jagung.

Sejak awal produksi hingga sekarang ibu sukemi memproduksi marning di rumahnya masih menggunakan alat-alat yang sederhana. Marning yang diproduksi memiliki dua varian rasa yaitu original dan pedas manis. Masing-masing harga jual yaitu Rp.20.000,00 /kg untuk marning rasa pedas manis, dan Rp.18.000,00/kg untuk rasa original. Ibu Sukemi memproduksi marning 20kg perhari, bahan baku yang didapatkan dari agen jagung biasanya membeli 2 kwintal untuk 10 kali produksi.

Waktu produksi sampai jual membutuhkan waktu kurang lebih 5 hari, mulai dari merebus, membersihkan kulit jagung. Kemudian direndam 1 malam sebelum direbus kembali dan dijemur, proses penjemuran membutuhkan waktu kurang lebih 3 hari kemudian digoreng dan diberi bumbu. Semua proses produksi yang dilakukan masih secara tradisional.

Kemasannya pun masih sangat sederhana yaitu menggunakan plastik bening putih, proses pengemasan masih dilakukan secara manual.

Pemasaran produk marning ini belum terlalu luas hanya dijual langsung di pasar dan warung-warung. Pemasarannya juga masih sangat sempit dikarenakan pemilik industri tidak paham menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya sehingga belum banyak dikenal oleh konsumen luas.

## **2. Gambaran Singkat Industri Klanting**

Industri rumah tangga klanting merupakan usaha yang didirikan sejak tahun 1997. Usaha ini didirikan oleh bapak Sugiarto dan ibu Kasiem. Pada awal berdirinya usaha ini, bapak Sugiarto melihat adanya potensi daerah Gantimulyo yang kaya akan singkong dan orang-orang pada saat itu belum terpikirkan bahwa singkong bisa dikelola menjadi produk olahan yang berkualitas. Dengan membuat tempat produksi dirumah di daerah tempat tinggalnya yaitu desa Gantimulyo kecamatan Pekalongan Lampung Timur. Bapak Sugiarto mengelolah singkong menjadi camilan klanting.

Pada awal pengolahan bapak Sugiarto hanya menjual olahan singkong berupa klanting rasa original. Target pemasarannya terbilang terbatas, hanya dijajakan ke pasar dan warung sekitar desa gantimulyo.

Seiring berjalannya waktu dan juga berkat kegigihan dan kesabaran yang dimiliki bapak Sugiarto dan istrinya, usahanya berkembang bapak Sugiarto menginovasi produk klantingnya dengan memberikan varian rasa

Balado. Masing-masing harga jual yaitu Rp.25.000,00 /kg untuk marning rasa pedas manis, dan Rp.30.000,00/kg untuk rasa original

Proses pengenalan klaning dari awal berdiri sampai sekarang hanya mengandalkan pengenalan produk dari orang ke orang lain, Bapak Sugiarto juga mengenalkan produknya dengan cara membawa produk ke acara-acara di desa maupun diluar desa agar produknya bisa dirasakan banyak orang dan lebih dikenal masyarakat namun belum bisa menerapkan promosi dan pemasaran secara online.

## **B. Strategi Pengembangan Industri Desa Gantimulyo**

Industri yang banyak ditemukan di desa Gantimulyo kecamatan Pekalongan Lampung Timur adalah industri makanan. Industri makanan klaning dan marning mampu membantu perekonomian warga disekitar yaitu dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar sehingga membantu meningkatkan pendapatan keluarga.

Berdasarkan hasil penelitian usaha makanan marning dan klaning yang ada di desa Gantimulyo merupakan usaha yang tergolong dalam industri rumah tangga. Dilihat dari ciri-cirinya industri ini memiliki produk yang tidak mudah berubah, lokasi usaha yang menetap dari awal berdiri hingga sekarang, dan sebagian besar pekerjaanya dilakukan oleh keluarga.

Dari hasil penelitian strategi pengembangan industri rumah tangga yang dilakukan oleh industri rumah tangga desa Gantimulyo saat ini adalah strategi Intensif. Strategi intensif yang dilakukan untuk meningkatkan posisi

persaingan dengan lawan pesaing melalui produk yang sama atau sudah ada, yaitu dengan strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan pasar.

### **1. Strategi Penetrasi Pasar**

Penetrasi pasar adalah strategi untuk memperluas pangsa pasar (*market share*) dalam pasar yang telah ada. beberapa strategi penetrasi pasar yang telah dilakukan oleh industri makanan di desa Gantimulyo Lampung Timur yaitu mengembangkan pasar yang sudah ada yakni dengan cara mempertahankan citra baik dari konsumen sebelumnya. Selain itu strategi yang dilakukan adalah dengan strategi penyesuaian harga. Harga jual yang ditawarkan tidak terlalu tinggi dan terjangkau oleh distributor dan konsumen.

Strategi penetrasi pasar lainnya yaitu dengan melakukan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan karena keterbatasan pemilik yang tidak paham dengan media sosial maka promosi dilakukan dengan cara *word of mounth*. Pemilik juga pernah mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah diluar wilayah untuk mengenalkan produknya. Peningkatan jumlah pesenan biasanya peningkatan pesanan diwaktu tertentu seperti pemesanan jumlah yang banyak untuk acara hajatan atau acara syukuran.

### **2. Strategi Pengembangan Pasar**

Strategi pengembangan pasar adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang



dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.<sup>1</sup>

Strategi pengembangan pasar yang dilakukan oleh industri makanan desa Gantimulyo kecamatan Pekalongan Lampung Timur untuk pengembangan pasar yaitu, mendistribusikan produknya dengan cara memperkenalkan produknya ke jaringan yang lebih luas.

Awal mula industri ini hanya menerima pesanan dari masyarakat sekitar, kemudian berinisiatif untuk menitipkan produknya ke warung-warung terdekat, kemudian mendistribusikan produknya ke dalam pasar Pekalongan maupun ke pasar luar daerah Lampung Timur, hingga sekarang sudah bekerjasama dengan pengepul atau dititipkan ke dalam gudang untuk didistribusikan keluar wilayah yang lebih jauh. Produk yang dititipkan di pengepul atau di gudang biasanya jika sudah lebih dari 2 bulan diambil lagi, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk supaya tetap dengan kualitas yang baik. Pemasaran produk marning dan klanging ini di distribusikan dengan menggunakan kemasan plastik bening disertai dengan merek dagang dan sudah ada izin merek yang tercantum didalamnya.

Faktor Lingkungan usaha memiliki pengaruh yang besar terhadap pencapaian keberhasilan suatu usaha. Mengabaikan lingkungan sama halnya dengan menutup diri terhadap perkembangan usaha, untuk itu pelaku usaha

---

<sup>1</sup> Marissa Grace Fawzi, et al, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), 9

harus menjadikan peluang dan kekuatan untuk memajukan usahanya. Agar industri makanan di desa Gantimulyo Pekalongan Lampung Timur dapat lebih berkembang dimasa depan, maka perlu menganalisis faktor lingkungan industri yang ada pada saat ini faktor yang terdapat dalam pengembangan strategi usaha terbagi kedalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

#### a. Analisis Faktor Internal

Faktor internal mengidentifikasi faktor-faktor berupa strategi kekuatan dan kelemahan pada usaha itu sendiri sebagai masukan dan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan industri yang ada di desa Gantimulyo Lampung Timur.

##### 1) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah kunci dari berhasilnya suatu usaha, karena dengan sumber daya manusia yang bagus akan dapat mengatur manajemen dalam usahanya. Manajemen adalah sebuah proses dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara bekerjasama dengan orang dan sumber daya yang dimiliki. Dengan adanya sumber daya yang baik yang memiliki perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan yang baik maka akan memperbaiki kinerja suatu usaha dalam upaya pengembangan usahanya.

Dari hasil penelitian, industri rumah tangga marning dan klaning mempunyai tenaga kerja yang ahli dibidang produksinya. Namun pada industri marning tenaga kerjanya masih kurang, dan belum adanya

pembagian tugas secara jelas antara pemilik dan pekerja. Pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa terkadang beliau memproduksi sendiri karena pekerjanya tidak setiap hari bekerja sehingga mengakibatkan proses produksinya terhambat.<sup>2</sup>

Pada industri klanting meskipun jumlah pekerjanya sudah banyak, tetapi pembagian tugas bagi karyawan belum terstruktur, terkadang banyak pekerja yang tidak datang dikarenakan banyak faktor seperti musim panen, dan keperluan lain, yang mengakibatkan harus mengurangi jumlah produk kelanting, sehingga produksi tidak maksimal.<sup>3</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan terdapat tenaga kerja yang ahli di bidang produksi dari masing-masing industri. Namun karena pembagian tugas yang belum terstruktur dan kurangnya tenaga kerja karena pekerjanya tidak datang setiap hari merupakan suatu kelemahan dari kedua industri yang ada di desa Gantimulyo.

## 2) Keuangan

Dalam manajemen keuangan industri ini belum ada pembukuan keuangan sehingga belum dapat mengontrol keuangannya secara baik.

Seperti yang dikatakan oleh ibu Kasiem pemilik industri klanting

*“Tidak ada pembukuan keuangan mba, catatan biasanya hanya untuk jumlah pesanan yang banyak saja”<sup>4</sup>*

Sama halnya seperti yang dikatakan ibu Sukemi

---

<sup>2</sup> Wawancara ibu Sukemi, Pemilik Industri Marning, 13 Mei 2023

<sup>3</sup> Wawancara Bapak Sugiarto, Pemilik Industri Klanting, 12 Mei 2023

<sup>4</sup> Wawancara Ibu Kasiem, Pemilik Industri Klanting, 15 Mei 2023

“Belum ada catatan keuangan, terkadang modal juga terpakai untuk kebutuhan sehari-hari”<sup>5</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan industri sudah melakukan pencatatan jumlah pesanan yang masuk, tetapi belum ada pembukuan keuangan dari kedua industri tersebut, sehingga modal dari keuntungan yang masuk belum terkontrol dengan baik.

### 3) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan, untuk itu perlu menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas. Dari hasil penelitian terlihat bahan baku pada industri di Desa Gantimulyo ini berbahan baku utama singkong dan jagung yang diperoleh dari pemasok bahan baku yang sekaligus bertanggung jawab dalam ketersediaan dan kualitas bahan baku utama. Kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik bening putih tetapi Industri ini sudah mempunyai izin merek dagang yang tertera pada label produk sehingga menambah nilai dari produk ini.

Proses produksi yang dilakukan masih menggunakan alat yang sederhana walaupun ada sebagian produksi yang sudah menggunakan mesin. Varian rasa juga sudah ada berbagai macam varian rasa seperti rasa bawang, dan balado untuk varian rasa klanting. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Wiwin

---

<sup>5</sup> Wawancara Ibu Sukemi, Pemilik Industri Marning, 13 Mei 2023

“Saya bekerja dibagian mengemas dan memberi rasa mba, ada rasa bawang dan balado, kebanyakan konsumen lebih sering pesan yang balado”<sup>6</sup>

Dalam wawancara ibu Triwinarsih sebagai konsumen klanting mengatakan

“Kalau beli disini selalu puas dengan rasanya, gurih, dan renyah biasanya beli selalu rasa balado,”<sup>7</sup>

Sedangkan varian rasa marning ada rasa original dan pedas manis. Untuk cita rasanya seperti yang diungkapkan ibu Umini sebagai konsumen marning

“Saya sudah lama beli disini rasanya selalu enak, saya beli biasanya rasa pedas manis, bumbunya terasa dan renyah”<sup>8</sup>

Dari wawancara dan analisis peneliti diatas dapat disimpulkan untuk industri yang ada di desa Gantimulyo mempunyai kekuatan bahan baku yang berkualitas, sudah ada izin merek dagang, dan cita rasa yang enak dari kedua industri tersebut, dan memiliki kelemahan alat produksi yang digunakan masih menggunakan alat yang sederhana dan kemasan yang kurang menarik.

#### 4) Pemasaran

Pemasaran merupakan bidang yang sangat penting bagi suatu usaha karena pemasarlah yang secara langsung bersentuhan dengan konsumen pemasaran merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan produknya dipasaran dan memperoleh keuntungan. Dalam wawancara Ibu Sukemi mengatakan

---

<sup>6</sup> Wawancara Ibu Wiwin, Karyawan Industri Klanting, 15 Mei 2023

<sup>7</sup> Wawancara Ibu Triwinarsih, Konsumen Klanting, 15 Mei 2023

<sup>8</sup> Wawancara Ibu Umini, Konsumen Marning, 13 Mei 2023

“Pemasarannya di pasar Pekalongan, pasar Gajah, ada juga yang diwarung-warung”<sup>9</sup>

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh bapak Sugiarto

“Pemasarannya di pasar, di pengepul biasanya minta dengan jumlah yang banyak, dan juga ada beberapa yang datang kerumah warga sekitar sini”<sup>10</sup>

Harga yang ditawarkan oleh industri klanting dan marning cukup terjangkau. Marning dengan harga jual Rp. 18.000,00-Rp 20.000,00 /Kg dan harga klanting Rp.25.000,00-Rp.30.000,00 /Kg, karena harganya tidak terlalu tinggi dan produk ini merupakan makanan yang tahan lama sehingga banyak peminatnya.

Untuk mengenalkan produknya kedua industri ini mengandalkan promosi *word of mouth* dan belum ada promosi lewat media online.

Wawancara dengan konsumen klanting ibu Triwinarsih mengatakan

“saya tau produk ini sudah dari lama karena dulu saudara saya sering beli disini, jadi saya tau klanting ini dari saudara saya”<sup>11</sup>

Wawancara dengan ibu Umini sebagai konsumen marning

“kalau mau pesen marning saya selalu datang kesini, kalau pesan lewat wa sering tidak di respon, jadi langsung saja”<sup>12</sup>

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan terdapat kekuatan dari kedua industri ini yaitu harga yang terjangkau, terdapat agen distributor, produk tahan lama, dan mempunyai kelemahan yaitu promosi dan penjualan belum menggunakan media online.

---

<sup>9</sup> Wawancara Ibu Sukemi, Pemilik Industri Marning, 13 Mei 2023

<sup>10</sup> Wawancara Bapak Sugiarto, Pemilik Industri Klanting, 12 Mei 2023

<sup>11</sup> Wawancara Ibu Triwinarsih, Konsumen Klanting, 15 Mei 2023

<sup>12</sup> Wawancara Ibu Umini, Konsumen Marning, 13 Mei 2023

## b. Analisis Faktor Eksternal

Faktor eksternal mengidentifikasi faktor-faktor berupa peluang dan ancaman pada usaha itu sendiri sebagai masukan dan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan industri yang ada di desa Gantimulyo Lampung Timur.

### 1) Ekonomi

Ekonomi berpengaruh terhadap bisnis dalam pertumbuhan ketika ekonomi negara dalam pertumbuhan misalnya tingkat pengangguran yang tinggi. Para pekerja industri di desa Gantimulyo rata-rata ibu rumah tangga, seperti yang dikatakan bapak sugiarto

“pekerja disini rata-rata ibu rumah tangga yang laki hanya beberapa orang, alhamdulillah bisa membuka lapangan pekerjaan untuk menambah penghasilan”<sup>13</sup>

Pada industri marning juga sama halnya yang dikatakan ibu marpuah sebagai pekerja

“Adanya pembuatan marning ini membantu saya dalam memenuhi kebutuhan. Keseharian saya kalau pas tidak ada kerjaan disini ya disawah”<sup>14</sup>

Dalam hal ini industri di desa Gantimulyo dapat memberikan peluang untuk membuka lapangan pekerjaan bagi lingkungan sekitar.

### 2) Politik

Politik merupakan hal yang perlu dipertimbangkan, di Indonesia peraturan pemerintah mengenai harga bahan baku diatur dalam

---

<sup>13</sup> Wawancara Bapak Sugiarto, Pemilik Industri Klanting, 12 Mei 2023

<sup>14</sup> Wawancara Ibu Marpuah, Pekerja Industri Marning, 14 Mei 2023

peraturan sehingga berpengaruh terhadap peningkatan biaya produksi.

Dalam hal ini ibu kasiem mengatakan

“Susahnya itu kalau bahan semua pada naik mba, kadang bisa juga berhenti produksi sementara”<sup>15</sup>

Sama halnya seperti yang dikatakan ibu sukemi

“hambatannya kalau harga minyak naik, harga bahan baku buat bumbunya juga ikut naik”<sup>16</sup>

Dapat disimpulkan bahawa kenaikan bahan baku merupakan ancaman bagi kedua industri ini.

### 3) Demografi

Aspek demografi seperti usia, jenis kelamin, ras dan etnis, dan tempat tinggal/lokasi serta bertambahnya populasi penduduk, perkembangan jumlah penduduk akan berdampak positif pada peningkatan konsumsi masyarakat. Lingkungan disekitar produksi klanting dan marning cukup aman, dilihat dari keadaan penduduknya, serta kebersihan lingkungannya. Jumlah penduduk yang meningkat adalah peluang bagi industri yang ada di desa Gantimulyo dalam memasarkan produknya, semakin besar dan luas segmen pasar maka akan semakin besar peluangnya.

### 4) Sosial

Faktor sosial seperti sikap, nilai, etika, dan gaya hidup masyarakat yang mempengaruhi apa, bagaimana, dan kapan masyarakat membeli produk. Pola hidup dipedesa menjadi peluang pada kedua industri ini

---

<sup>15</sup> Wawancara Ibu Kasiem, Pemilik Industri Klanting, 15 Mei 2023

<sup>16</sup> Wawancara Ibu Sukemi, Pemilik Industri Marning, 13 Mei 2023



seperti mudahnya menjaga hubungan dengan pemasok, dan konsumen.

Pada wawancara bapak Sugiarto mengatakan

“orang sekitar sini biasanya kalau ada acara hajatan selalu pesan dalam jumlah yang banyak untuk oleh-oleh keluarga jauhnya, itu salah satu kesempatan untuk mengenalkan produk ini ke masyarakat”<sup>17</sup>

Wawancara kepada ibu Sukemi

“Biasanya kalau lebaran banyak orang yang pesan dengan jumlah banyak, dan juga untuk orang yang ada acara syukuran itu biasanya untuk jajan yang diberikan kepada tetangganya”<sup>18</sup>

#### 5) Pesaing

Produk atau layanan jasa yang sejenis perlu diperhatikan dan perlu adanya strategi untuk mengevaluasi dan menjadi kontrol produk yang kita hasilkan apakah masih disukai konsumen atau tidak. Saat ini sudah banyak industri makanan yang lebih unggul baik di sekitar wilayah Gantimulyo ataupun pesaing luar yang lebih unggul dalam hal promosi atau dalam pengolahan produknya, sehingga hal ini perlu diperhatikan oleh pemilik industri.

#### 6) Global

Kondisi perdagangan dunia, tumbuhnya persaingan internasional merupakan faktor global yang dapat menentukan keputusan bisnis. Saat ini masyarakat sudah lebih terbuka dan mudah untuk mendapatkan produk yang diminati, sehingga banyak orang yang lebih tertarik dengan produk luar daripada produk dalam negeri. Kedua industri ini

---

<sup>17</sup> Wawancara Bapak Sugiarto, Pemilik Industri Klanting, 12 Mei 2023

<sup>18</sup> Wawancara Ibu Sukemi, Pemilik Industri Marning, 13 Mei 2023

saat ini hanya mengandalkan strategi yang sudah dijalankan dan belum mengikuti perkembangan maka akan menjadi ancaman produknya kalah dengan produk yang lebih menarik.<sup>19</sup>

#### 7) Teknologi

Teknologi merupakan penerapan keterampilan sains dan teknik dan pengetahuan untuk memecahkan masalah produksi misalnya peralatan yang meningkatkan produktifitas dan mengurangi biaya oprasional. Dalam hal ini kedua industri yang ada di Desa Gantimulyo belum memanfaatkan teknologi yang ada seperti belum adanya promosi lewat media sosial, dan teknologi dalam proses produksi masih sederhana.<sup>20</sup>

Berdasarkan hasil analisa faktor internal dan eksternal maka dapat diidentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) dari industri makanan ringan klatinting dan marning di desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan lampung Timur.

**Tabel 4.1**  
**Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman**  
**Industri Makanan di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan**  
**Lampung Timur:**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
Sumber Daya Manusia	- Mempunyai pekerja yang ahli di bidang produksi	- Kurangnya pembagian tugas pekerja - Pekerja yang tidak hadir

<sup>19</sup> Hasil Observasi Peneliti Pada Industri Makanan

<sup>20</sup> Hasil Observasi Peneliti Pada Industri Makanan

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
Keuangan	- Pencatatan jumlah pesanan	- Belum adanya pembukuan keuangan
Produk	- Bahan baku mudah didapat - Bahan baku Berkualitas - Sudah ada izin produk - Cita rasa yang enak	- Menggunakan alat yang sederhana - kemasan kurang menarik
Pemasaran	- Harga yang terjangkau - Produk tahan lama - Terdapat agen distributor	- Kurang media promosi -
<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
Ekonomi	-Membuka lapangan pekerjaan	-
Politik	-	- kenaikan harga bahan baku
Demografi	-Lingkungan aman dan strategis -Peningkatan jumlah penduduk	
Sosial	- Gaya hidup masyarakat - Hubungan baik dengan pemasok dan konsumen	-
Pesaing	- Mengevaluasi dan mengotrol produk	- Muncul pesaing baru yang lebih unggul
Global	- Pemasaran yang terbuka lebar	- Belum peka terhadap perkembangan
Teknologi	- Terbukanya kesempatan untuk mengembangkan usaha	- Kurang pengetahuan tentang teknologi

a. Identifikasi Kekuatan

- 1) Mempunyai pekerja yang ahli di bidang produksi
- 2) Bahan baku mudah didapat
- 3) Bahan baku Berkualitas
- 4) Sudah ada izin produk
- 5) Cita rasa yang enak
- 6) Harga yang terjangkau
- 7) Produk tahan lama
- 8) Terdapat agen distributor

b. Identifikasi kelemahan

- 1) Kurangnya pebagian tugas pekerja
- 2) Belum ada perencanaan dan sistem keuangan yang tidak tertulis
- 3) Menggunakan alat yang sederhana
- 4) Kemasan kurang menarik
- 5) Kurang media promosi

a. Identifikasi peluang

- 1) Membuka lapangan pekerjaan
- 2) Kondisi lingkungan aman dan strategis
- 3) Peningkatan jumlah penduduk
- 4) Gaya hidup masyarakat
- 5) Hubungan dengan pemasok baik
- 6) Pemasaran yang terbuka lebar

7) Terbukanya kesempatan untuk mengembangkan usaha

b. Identifikasi Ancaman

- 1) Kenaikan harga bahan baku
- 2) Munculnya pesaing baru
- 3) Belum peka terhadap perkembangan
- 4) Kurang pengetahuan tentang teknologi

Setelah teridentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) dari industri makanan ringan klanting dan marning di desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan lampung Timur, selanjutnya yaitu merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam mengembangkan industri klanting dan marning di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

Peneliti menggunakan analisis Matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pengembangan usaha. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S- O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T.

**Tabel 4.2**  
**Alternatif Strategi Matriks SWOT Pengembangan Industri**  
**Klanting dan Marning di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan**  
**Lampung Timur**

	<b>Kekuatan-S</b>	<b>Kelemahan-W</b>
	1. Bahan baku mudah didapat 2. Bahan baku Berkualitas	1. Kurangnya pebagian tugas pekerja 2. Belum ada

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Sudah ada izin produk</li> <li>4. Cita rasa yang enak</li> <li>5. Harga yang terjangkau</li> <li>6. Produk tahan lama</li> <li>7. Terdapat agen distributor</li> </ol>	<p>perencanaan dan sistem keuangan yang tidak tertulis</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Menggunakan alat yang sederhana</li> <li>4. Kemasan kurang menarik</li> <li>5. Kurang media promosi</li> </ol>
<p><b>Peluang-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuka lapangan pekerjaan</li> <li>2. Kondisi lingkungan aman dan strategis</li> <li>3. Peningkatan jumlah penduduk</li> <li>4. Gaya hidup masyarakat</li> <li>5. Hubungan dengan pemasok baik</li> <li>6. Pemasaran yang terbuka lebar</li> <li>7. Terbukanya kesempatan untuk mengembangkan usaha</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <p>Memanfaatkan secara optimal bahan baku, dengan meningkatkan produksi yang berkualitas agar lebih diminati konsumen dan memperluas pemasaran</p>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <p>Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, agar lebih paham dengan teknologi sehingga dapat meningkatkan promosi dengan media sosial dan memperbaharui kemasan untuk menarik minat konsumen.</p>
<p><b>Ancaman-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenaikan harga bahan baku</li> <li>2. Munculnya pesaing baru</li> <li>3. Belum peka terhadap perkembangan</li> <li>4. Kurang pengetahuan tentang teknologi</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <p>Mempertahankan kualitas rasa menciptakan inovasi produk agar daya beli masyarakat tidak menurun dan menjaga hubungan baik dengan pemasok.</p>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <p>Melakukan pencatatan perencanaan produksi maupun keuangan, dan mengamati pelaku bisnis lain.</p>

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan industri klaning dan marning di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur, maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan, antara lain:

a. Strategi S-O (*Strength-Opportunity*)

Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-O yang peneliti rumuskan untuk industri di desa Gantimulyo adalah Memanfaatkan secara optimal bahan baku, dengan meningkatkan produksi yang berkualitas agar lebih diminati konsumen dan memperluas pemasaran.

b. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*)

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) atau strategi kelemahan peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, agar lebih paham dengan teknologi sehingga dapat meningkatkan promosi dengan media sosial dan memperbaharui kemasan untuk menarik minat konsumen.

c. Strategi S-T (*Strength-Threat*)

Strategi S-T (*Strength-Threat*) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah mempertahankan kualitas rasa, menciptakan inovasi produk agar daya beli masyarakat tidak menurun dan menjaga hubungan baik dengan pemasok.

d. Strategi W-T (*Weakness-Threat*)

Strategi W-T (*Weakness-Threat*) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan adalah dengan melakukan Pencatatan perencanaan, dan mengamati pelaku bisnis lain

Dari penjelasan diatas maka alternatif strategi yang perlu dikembangkan industri makanan ringan yang ada di desa Gantimulyo kecamatan Pekalongan Lampung Timur yaitu:

1. Strategi intensif pengembangan produk

Industri makanan di desa Gantimulyo agar lebih mengembangkan usahanya dengan strategi intensif pengembangan produk, yaitu strategi yang memberi inovasi terhadap produk yang sudah ada. dalam hal ini industri makanan dapat menginovasi produknya dengan cara menambah varian rasa, menginovasi bentuk



produknya, dan juga menggunakan kemasan yang lebih menarik agar menarik minat konsumen.

## 2. Strategi integrasi ke depan

Strategi yang dapat digunakan untuk keberlangsungan industri makanan di desa Gantimulyo Lampung Timur dengan menggunakan strategi integrasi ke depan, yaitu strategi untuk lebih meningkatkan kontrol dan hubungan baik terhadap pemasok bahan baku, dan juga para distributor agar tetap bisa bekerjasama.

## **C. Analisis Strategi Pengembangan Industri Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur Dalam Islam**

Strategi pengembangan sangat perlu dilakukan agar usaha semakin sukses dan lebih berkembang, namun praktek-praktek bisnis yang seharusnya dilakukan setiap manusia harus sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya. Strategi pengembangan industri rumah tangga makanan ringan di desa Gantimulyo Lampung Timur dilihat dari perspektif ekonomi Islam akan diuraikan sebagai berikut:

### **1. Niat yang Baik**

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan. Jika niatnya baik usaha amalnya juga baik, sebaiknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak. Semakin berkualitas keikhlasan seseorang wirausaha muslim dalam menghadirkan niat untuk semua aktivitasnya, maka pertolongan dan bantuan Allah akan semakin mengalir.

Dalam hal ini pengusaha di desa Gantimulyo Pekalongan Lampung Timur mayoritas beragama Islam, mereka memulai usaha dengan niat untuk beribadah kepada Allah SWT, dan menunaikan kewajiban untuk mencari rezeki dengan cara yang baik. Seperti yang diungkapkan oleh pemilik industri bapak Sugiarto bahwa awal mula mendirikan usaha dengan memanfaatkan sumber daya yang ada sebaik mungkin dan diniatkan untuk beribadah dan mencari rezeki, hingga sekarang usahanya dapat memberikan jalan rezeki bagi orang disekitarnya.<sup>21</sup>

## **2. Berinteraksi dengan akhlak**

Beberapa akhlak dasar yang ada pada industri makanan ringan desa Gantimulyo antara lain:

### **a. Jujur**

Dengan memiliki sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen atau pelanggan kepada pebisnis. Dengan adanya sikap kepercayaan ini akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

Sikap jujur telah diterapkan oleh pemilik industri sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Sukemi bahwa dalam bekerja dengan banyak orang itu kuncinya jujur.<sup>22</sup> Sikap jujur lainnya yang sudah diterapkan adalah dengan selalu menimbang marning dan klanting sebelum

---

<sup>21</sup> Wawancara Bapak Sugiarto, Pemilik Industri Klanting, 12 Mei 2023

<sup>22</sup> Wawancara Ibu Sukemi, Pemilik Industri Marning, 13 Mei 2023

sampai ditangan konsumen dengan timbangan yang pas tidak dikurangi dan dilebihkan.<sup>23</sup>

b. Ikhlas

Sikap ikhlas dalam berbisnis maka akan membentuk pribadi seorang pebisnis yang tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non material (mendapat ridha dari Allah SWT).

Sikap ikhlas yang diterapkan oleh industri ini adalah, dengan niat bekerja merupakan ibadah dan harus siap menerima dengan ikhlas segala resiko yang ada. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Sugiarto bahwasanya jika produk yang dititipkan di pengepul sudah lebih dari 2 bulan tidak terjual, maka harus dengan ikhlas menarik lagi produknya hal ini untuk menjaga agar kualitas produk yang diterima konsumen bukan produk lama.<sup>24</sup>

c. Silaturahmi

Sikap silaturahmi merupakan sebuah jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi juga menjadi dasar dari membina hubungan baik dengan pelanggan, investor, calon pelanggan (*future market*), bahkan dengan kompetitornya.

Silaturahmi yang dilakukan oleh industri ini terlihat dalam menjalankan usaha ini industri makanan di desa Gantimulyo bekerja

---

<sup>23</sup> Hasil Observasi Peneliti pada Industri Marning, 13 Mei 2023

<sup>24</sup> Wawancara Bapak Sugiarto, Pemilik Industri Klanting, 12 Mei 2023

sama dengan pemasok bahan baku, distributor dan pekerja. Selain itu juga menjaga hubungan baik dengan pelanggan sehingga silaturahmi tetap terjaga.<sup>25</sup>

### **3. Bersyukur**

Pengusaha muslim adalah wirausaha yang selalu bersyukur kepada Allah. Bersyukur merupakan konsekuensi logis dari bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat-nikmat yang sudah Allah berikan selama ini, hal ini akan selalu diingatnya. Rasa syukur kepada Allah yang dimaksudkan di sini bukan hanya diucapkan saja, tetapi juga harus diiringi dengan perbuatan terutama bagi yang sudah berkecukupan dari hasil usahanya, yaitu dengan berzakat, berinfak, dan bersedekah.

Dalam hal ini para pemilik industri selalu membayar zakat untuk setiap tahunnya, menyisihkan sebagian dari hartanya untuk orang-orang sekitar yaitu kepada pekerja yang selalu diberikan THR, memberikan bantuan berupa uang ataupun makanan hasil produksinya untuk kegiatan masjid dan kegiatan lain yang ada di desa Gantimulyo.<sup>26</sup>

### **4. Selalu Tepat Waktu Karena Terlatih dalam Shalat**

Kedisiplinan akan membuat kita selalu memperhitungkan waktu untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Bila kita bisa selalu disiplin, siapapun yang berkepentingan dengan kita, termasuk pelanggan, akan senang bekerjasama dengan kita

---

<sup>25</sup> Hasil Observasi Peneliti, Pada Industri Makanan Klanting dan Maring

<sup>26</sup> Hasil Observasi Peneliti Pada Industri Makanan Klanting dan Maring

karena mereka bisa membuat perhitungan dengan baik dalam urusan mereka.

Dalam hal ini ketika peneliti melakukan penelitian, yang terlihat adalah jika sudah memasuki waktu solat dzuhur maka pekerjaan yang dilakukan oleh para pekerja berhenti sementara untuk melaksanakan kewajibannya. Namun dalam proses produksi pemilik industri belum bisa mengarahkan pekerjaannya untuk konsisten dan disiplin dalam pekerjaannya.<sup>27</sup>

Sistem kerja yang dari industri klanting yang yang dapat dikerjakan di rumah pada saat pembentukan klanting menyebabkan pekerjaannya terkadang tidak tepat waktu dalam menyetorkan hasil kerja. Dari hasil wawancara dengan ibu Wiwin mengatakan bahwa sistem upah sesuai dengan apa yang dikerjakan pekerja, sehingga jika ada pekerja yang tidak tepat waktu maka akan berpengaruh terhadap waktu pembayaran upahnya.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Hasil Observasi Peneliti, Pada Industri Klanting, 15 Mei 2023

<sup>28</sup> Wawancara Ibu Wiwin, Karyawan Industri Klanting, 15 Mei 2023

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai “Strategi Pengembangan Industri ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur), maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan industri yang ada di desa Gantimulyo saat ini adalah strategi intensif penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Setelah dianalisa dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada industri makanan tersebut, peneliti menyimpulkan alternatif strategi yang tepat untuk mengembangkan industri makanan adalah strategi intensif pengembangan produk dan strategi integrasi kedepan.

Industri makanan agar lebih mengembangkan usahanya dengan strategi intensif pengembangan produk, yaitu strategi yang memberi inovasi terhadap produk yang sudah ada. Strategi integrasi ke depan yaitu strategi untuk lebih meningkatkan kontrol dan hubungan baik terhadap pemasok bahan baku, dan juga para distributor.

2. Strategi pengembangan industri di desa Gantimulyo dilihat dari perspektif ekonomi Islam yaitu mengembangkan usahanya dengan niat beribadah kepada Allah SWT, menerapkan akhlak yang baik, melaksanakan zakat infaq shodaqoh, namun belum terealisasikan sikap disiplin waktu terlihat dari pemilik dan pekerja yang belum konsisten dan disiplin dalam pekerjaannya.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan maka peneliti akan memberikan saran-saran agar lebih baik kedepannya terutama kepada pemilik industri yang ada di desa Gantimulyo dan untuk penelitian selanjutnya:

### **1. Industri makanan ringan**

- a. Industri makanan agar lebih mengembangkan usahanya dengan strategi intensif pengembangan produk, yaitu strategi yang memberi inovasi terhadap produknya dengan cara menambah varian rasa, menginovasi bentuk produknya, dan juga menggunakan kemasan yang lebih menarik agar meningkatkan daya tarik konsumen. Strategi lain yaitu strategi integrasi ke depan. Strategi untuk lebih meningkatkan kontrol dan hubungan baik terhadap pemasok bahan baku, dan juga para distributor.
- b. Dalam menjalankan usaha industri makanan, baik itu pemilik maupun pekerja agar lebih disiplin terhadap pekerjaannya, sehingga produksi yang dilakukan maksimal, dan sesuai dengan yang dicontohkan dalam agama Islam.

### **2. Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian yang sama agar lebih memfokuskan dan memahami terhadap apa yang diteliti, memperbanyak studi literatur, dan meningkatkan lagi ketelitian dalam segi kelengkapan data.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, Syaeful, Abdul Aziz, Dan Ummi Khulsum. “Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon.” *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, No. 1 (20 Mei 2019). <https://doi.org/10.24235/Dimasejati.V1i1.5407>.
- Egim Ash Shadiq, Dan Nenengsih, “Strategi Pengembangan Industri Makanan Khas Daerah Di Kota Padang Dengan Pengemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi”, *Menara Ekonomi* Volume No.3 (Oktober 2019)
- Fawzi Marissa Grace, et al, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (tangerang Selatan: Pascal Books, 2022)
- Fitri, Radia, Dan Mayang Bundo. “Dampak Covid-19 Terhadap Industri Rumah Tangga Pangan Di Kota Padang.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4, No. 2 (1 Juni 2021): 784–92. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V4i2.379>.
- Guridno, Eddy, dan Sufyati Hs. “Penguatan Industri Kecil Dan Menengah (Ikm) Di Indonesia,” (Jakarta:LPU-UNAS,2019)
- Gunawan Imam, *Metode Penelitian Kualitatif;Teori Dan Praktik*(Jakarta:Pt Bumi Aksara,2014)
- Hadi, Syamsu, Dan Ade Rustiana. “Strategi Pengembangan Industri Kecil (Studi Kasus Pengelolaan Keripik Sermier Super Pak Mudji)” *Economic Education Analysis Journal*, Universitas Negeri Semarang, 2018.
- Haryani Iha Dan Harlis Setiowati, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah(UKM)* (Depok: CV Landasan Ilmu, 2018),
- Haryoko, et al. “Analisis Data Penelitian Kualitatif,” (Makasar: Badan Penerbit UNM, 2020)
- Hikmawati Fenti, *Metode Penelitian* (Depok: Raja Grafindo Persada,2017)
- Iqbal Muhammad, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam(Study on Kopi Pasir Jogja In Sleman)” Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Oktober 2022.
- Joesyiana, Kiki. “Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali” *jurnal Valuta3*, No. 1 (2017).



- Kusumastuti Adhi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019)
- Murdiyanto, Eko. “Metode Penelitian Kualitatif,” (Yogyakarta; Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat Upn ”Veteran” Yogyakarta Press,2020 )
- Tarigan Robinson, *Ekonomi Regional Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)
- Putri Budi Rahayu Tanama, *Manajemen Pemasaran* (Denpasar: Universitas Udayana, 2017),
- Tinneke E. M. Sumua,Dkk, *Manajemen Pengembangan Bisnis: (Pengembangan Empirik Pada “Tibo-Tibo” Perempuan Nelayan*(Manado: R.A.De.Rozarie,2019).
- Munawaroh Siti"Strategi Pengembangan Industri untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Cilok Dara Francise di Desa Palembangde Kecamatan Pucukwangi Kabupaten Pati) Skripsi IAIN Kudus,2022
- Maro'ah Siti, *Etika Dalam Bisnis Berbasis Syariah* (Surabaya: 2019)
- Ningrum, Hilma Yuniar Widya, Dan Deden Gandana Madjakusumah. “Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri Di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay” Juenal Riset Perbankan Syariah Vol.1, No. 1 (2022).
- Norvadewi, “Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif).” *AL-TIJARY* 1, No. 1 (1 Desember 2015). <https://doi.org/10.21093/at.v1i1.420>.
- Rahim H. Abd. Rahman & Enny Radjab, *Manajemen Strategi* (Makasar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017),
- Rusby Zulkifli , *Ekonomi Islam*.(Pekan Baru Riau: Perpustakaan Nasional,2017)
- Setiawati Widiya, Reni Oktafia “Analisis Pengembangan Usaha Kecil, dan menengah Pada Kesejahteraan Masyarakat Kampung Bordir Kecamatan Beji” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7. No 1,( Sidoarjo 2021),

- Suharsaputra Uhar, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: Refika Aditama, 2012)
- Sumiatin, Dwi. "Strategi Pengembangan Industri Pembuatan Kripik Tempe di Desa Ngawi Prandon Kabupaten Ngawi" Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta 2021
- Syahdan,. "Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur." *MANAZHIM* 1, No. 1 (5 Februari 2019): <https://doi.org/10.36088/Manazhim.V1i1.136>.
- Tila, Laba, Dan Umi Arifah. "Kepemimpinan Dalam Bisnis Islam." *Jurnal Labatila* 3, No. 02 (14 Desember 2020): <https://doi.org/10.33507/Lab.V3i02.236>.
- Wiswasta I Gusti Ngurah Alit, *Analisis Swot (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*, (Denpasar; Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2018)
- Zainurrosalamia Saida, *Manajemen Pemasaran Dan Bisnis Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah* (Samarinda: RV Pustaka Horizon, 2017)

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id), e-mail: [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-3322/In.28.3/D.1/TL.00/10/2022 Metro, 03 Oktober 2022  
Lampiran : -  
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Kepada Yth,  
Yudhistira Ardana (Dosen Pembimbing Skripsi)  
Di-  
Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Dewi Puji Lestari  
NPM : 1903010022  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Industri Di Tinjau dari Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. Pendahuluan  $\pm$  1/6 bagian
  - b. Isi  $\pm$  2/3 bagian
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan FEBI

Siti Zulaikha

## ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

### ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi Kasus Desa Gantimulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)

#### A. Wawancara

##### 1. Wawancara dengan pemilik Industri di Desa Gantimulyo

- a. Bagaimana sejarah berdirinya industri rumah tangga ini?
- b. Sudah berapa lama usaha anda berjalan?
- c. Berapa jumlah karyawan yang bekerja pada usaha anda?
- d. Bagaimana proses produksi yang dilakukan?
- e. Bentuk promosi seperti apa yang dilakukan untuk memperkenalkan produk?
- f. Bagaimana cara mendistribusikan dan dimana saja distribusi produknya?
- g. Berapa harga jual produk?
- h. Berapa lama perputaran produksi hingga jual?
- i. Berapa banyak produksi tiap hari atau setiap minggunya?
- j. Membutuhkan waktu berapa hari dari proses produksi sampai jual?
- k. Darimana bahan baku utama didapatkan?
- l. Apa saja yang menjadi kendala atau kelemahan selama mendirikan usaha ini?
- m. Apa saja yang menjadi peluang dan kekuatan untuk mengembangkan usaha ini?
- n. Dalam menjalankan usaha ini apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan keuangan?

##### 2. Wawancara dengan karyawan

- a. Sudah berapa lama anda bekerja disini?
- b. Berapa lama waktu bekerja?
- c. Pada bagian apa anda bekerja?

- d. Apakah upah yang diberikan sudah sesuai dan tepat waktu?
- e. Bagaimana sikap pemilik usaha terhadap karyawan?

### 3. Wawancara Dengan Konsumen

- a. Sudah berapa lama membeli produk?
- b. Bagaimana harga yang ditawarkan?
- c. Bagaimana kualitas produk yang anda beli?

## B. Dokumentasi

- a. Foto proses pembuatan
- b. Foto Wawancara

Dosen Pembimbing  
Mengetahui,



Yudhistira Ardana, M.E.K

NIP. 1989060222020121011

Metro, 9 Mei 2023

Mahasiswa Peneliti,



Dewi Puji Lestari

NPM. 1903010022

## SURAT TUGAS

Nomor: B-1508/In.28/D.1/TL.01/05/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **DEWI PUJI LESTARI**  
NPM : 1903010022  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di INDUSTRI RUMAH TANGGA, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DESA GANTIMULYO 37 KECAMATAN PEKALONGAN LAMPUNG TIMUR)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.



Mengetahui,  
Pejabat Setempat

*Han Humantwi YE*

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 19 Mei 2023

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001

Nomor : B-1507/In.28/D.1/TL.00/05/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
**PEMILIK INDUSTRI RUMAH**  
**TANGGA**  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1508/In.28/D.1/TL.01/05/2023, tanggal 19 Mei 2023 atas nama saudara:

Nama : **DEWI PUJI LESTARI**  
NPM : 1903010022  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syaria'h

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di **INDUSTRI RUMAH TANGGA**, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DESA GANTIMULYO 37 KECAMATAN PEKALONGAN LAMPUNG TIMUR)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 19 Mei 2023  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN  
NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-508/In.28/S/U.1/OT.01/05/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : DEWI PUJI LESTARI  
NPM : 1903010022  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903010022

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 30 Mei 2023  
Kepala Perpustakaan



*As'ad*  
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

---

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Dewi Puji Lestari  
NPM : 1903010022  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pengembangan Industri Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Ganti mulyo 37 Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 11%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 05 Juni 2023  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Yudhistira Ardana, M.E.K.**  
NIP.198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI**  
**(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusti@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusti@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dewi Puji Lestari Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam)/ Ekonomi Syariah  
NPM : 1903010022 Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa, 31/01/2023	<ul style="list-style-type: none"><li>- Latar Belakang Masalah</li><li>- tambahkan data <sup>xx</sup> hasil produksi</li><li>- narasikan perputaran dan distribusi usaha yang di feliti</li><li>- perbaiki penulisan, footnote, typo, sesuaikan buku pedoman</li><li>- tambahkan Analisis SWOT</li></ul>	

Dosen Pembimbing,

**Yudhistira Ardana M.E.K**  
NIP. 198906022020121011

Mahasiswa ybs,

**Dewi Puji Lestari**  
NPM. 1903010022



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Dewi Puji Lestari

Jurusan/Prodi : FEBI/ESy

NPM : 1903010022

Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin 13/02/2023	Acc BAB I * Perbaiki penulisan foot note * perbaiki foot note / typo * tambahkan teknik analisis SWOT pada teknik analisis data * Keabsahan data BAB III	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

**Yudhistira Ardana M.E.K**  
NIP. 198906022020121011

**Dewi Puji Lestari**  
NPM. 1903010022



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Dewi Puji Lestari

Jurusan/Prodi : FEBI/ESy

NPM : 1903010022

Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Kamis 16/02/2022	Ace Seminar Proposal	

Dosen Pembimbing,

**Yudhistira Ardana M.E.K**  
NIP. 198906022020121011

Mahasiswa Ybs,

**Dewi Puji Lestari**  
NPM. 1903010022



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Puji Lestari

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 1903010022

Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa 09/05/2023	Acc APD Acc out line	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,



Yudhistira Ardana, M.E.K  
NIP. 1989060222020121011



Dewi Puji Lestari  
NPM. 1903010022



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Puji Lestari

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 1903010022

Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa 09/05/2023	Acc APD Acc out Line	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,



**Yudhistira Ardana, M.E.K**  
NIP. 1989060222020121011



**Dewi Puji Lestari**  
NPM. 1903010022



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Puji Lestari

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 1903010022

Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa 30/05/2023	Acc. BAB IV & V Acc. Munqosah	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

**Yudhistira Ardana, M.E.K**  
NIP. 1989060222020121011

**Dewi Puji Lestari**  
NPM. 1903010022



## DOKUMENTASI

### Foto Wawancara Pemilik Industri



### Wawancara Dengan Karyawan





### Wawancara Dengan Konsumen



### Foto Proses Produksi



## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Dewi Puji Lestari, lahir pada tanggal 28 November 2001 di Gedung Dalam Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur. Peneliti merupakan putri ketiga dari pasangan bapak Hadi dan Ibu Watini. Peneliti saat ini tinggal bersama orang tua di desa Gedung Dalam Kecamatan Batanghari Nuban Lampung Timur.

Pada tahun 2006, peneliti memulai pendidikan formal pada jenjang Taman Kanak-Kanak di TK Pertiwi Gedung Dalam, lalu melanjutkan di SD 2 Gedung Dalam lulus di tahun 2013. Selanjutnya peneliti meneruskan pendidikan pada jenjang SLTP di SMP Negeri 5 Batanghari Nuban lulus pada tahun 2016. Setelah itu, peneliti melanjutkan pendidikan pada jenjang SLTA di MAN 1 Metro lulus pada tahun 2019. Setelah lulus MAN, peneliti melanjutkan pendidikan pada jenjang perkuliahan di program Strata Satu (S-1), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.