

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MINUMAN CARICA SEBAGAI
SARANA PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA: STUDI *HOME*
INDUSTRY DI DESA GEMBOL, KECAMATAN PEJAWARAN, KABUPATEN
BANJARNEGARA**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan
Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata I

Disusun Oleh:

Febriliana Putri

NIM 20102030011

Dosen Pembimbing:

Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.

NIP 198308112011012010

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASAYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-833/Un.02/DD/PP.00.9/05/2024

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MINUMAN CARICA SEBAGAI SARANA
PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA : STUDI HOME INDUSTRY DI DESA
GEMBOL, KECAMATAN PEJAWARAN, KABUPATEN BANJARNEGARA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FEBRILIANA PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 20102030011
Telah diujikan pada : Rabu, 22 Mei 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

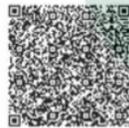
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.
SIGNED

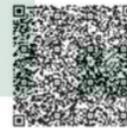
Valid ID: 66595120c6df1



Penguji I

Drs. Mohammad Abu Suhud, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 665888e8e8d845



Penguji II

Beti Nur Hayati, M.A.
SIGNED

Valid ID: 665939f408a5



Yogyakarta, 22 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6659754c2f1f7

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Febriliana Putri
NIM : 20102030011
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Minuman Carica Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Keluarga: Studi Home Industry Di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 13 Mei 2024

Pembimbing,

Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.

NIP 198308112011012010

Mengetahui:
Ketua Prodi,

Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.

NIP 198308112011012010

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febriliana Putri
NIM : 20102030011
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Strategi Pengembangan Usaha Minuman Carica Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Keluarga: Studi Home Industry Di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 13 Mei 2024

Yang menyatakan,



Febriliana Putri
20102030011

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Rasa syukur atas nikmat karunia-Mu tak pernah usai kulantunkan di setiap sujudku,
di setiap doaku, Allah SWT Tuhan semesta alam

Teruntuk segala asa dan harap yang mengetuk pintu langit, maka izinkanlah
kupersembahkan karya ini untuk:

Ibunda Tercinta (Ibu Istikhomah)

Yang tak pernah letih memberikan cinta, kasih sayang, semangat, dukungan, serta doa
di setiap langkah saya

Ayahanda Tercinta (Bapak Yuswantoro)

Yang telah memberikan kasih sayang, segala materi, dukungan, dan doa sehingga
saya bisa menyelesaikan karya sederhana ini

dan Diri Saya Sendiri (Febriliana Putri)

Yang telah berusaha dan berjuang sejauh ini, terima kasih karena telah memilih untuk
tidak menyerah sesulit apa pun proses penyelesaian skripsi ini,

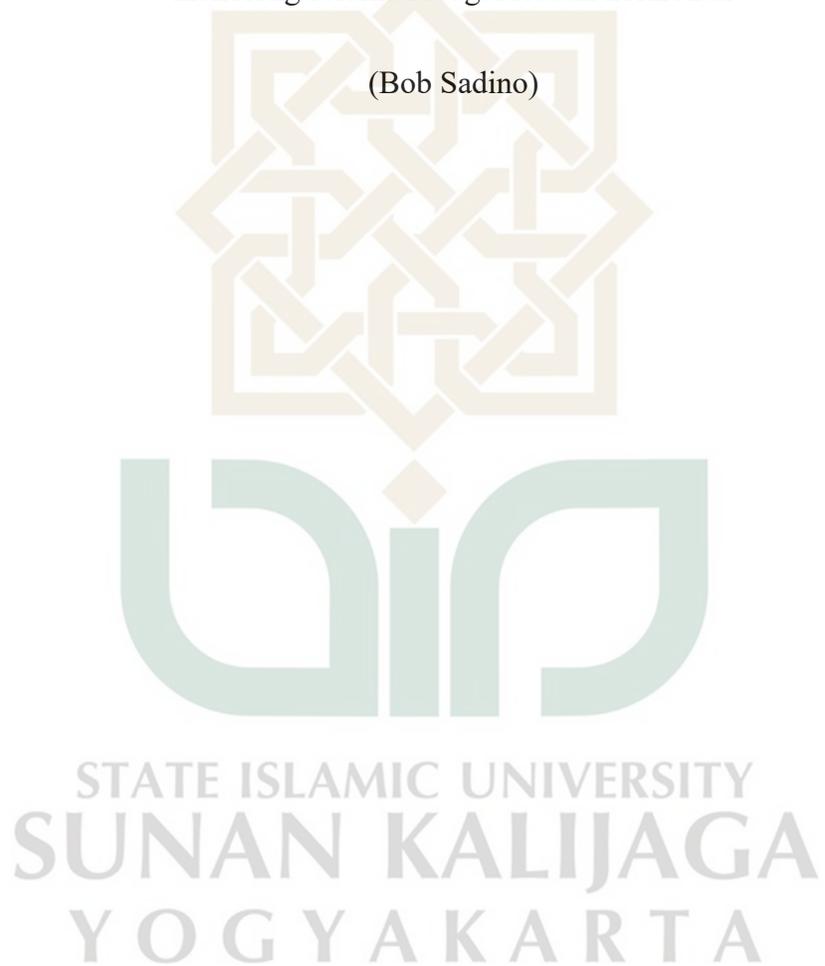
Berbahagiailah selalu di mana pun kamu berada.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Kebanyakan orang merasa sukses itu adalah hasil jerih payah diri sendiri, tanpa campur tangan Tuhan. Mengingat Tuhan adalah sebagai ibadah vertikal dan menolong sesama sebagai ibadah horizontal

(Bob Sadino)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur atas ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul: Strategi Pengembangan Usaha Minuman Carica Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Keluarga: Studi *Home Industry* Di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara. Sholawat serta salam senantiasa di aturkan kepada Baginda Agung Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya, dan para pengikutnya yang telah menyelamatkan umatnya dari zaman jahiliah, yang insya Allah kelak mendapatkan syafaat di *yaumul akhir*. *Aamiin ya rabbal'alamin*.

Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih teramat jauh dari kata sempurna. Terlebih lagi tanpa doa, dukungan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga tugas skripsi ini dapat terselesaikan, oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, beserta jajarannya.

2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, beserta jajarannya.
3. Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si., selaku Dosen Pendamping Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran, nasihat, motivasi, serta bimbingannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Pengembangan Masyarakat Islam yang telah memberikan ilmu, suri tauladan terbaik, dan pengalamannya yang luar biasa, sehingga penulis bisa menjadi seperti sekarang ini.
6. Kedua orang tua penulis Bapak Yuswantoro dan Ibu Istikhomah, yang telah memberikan doa, dukungan material maupun non material, serta kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua adik tersayang, Nur Fitriatunnisa dan Raisa Amelia Azzahra yang selalu menghibur dan menemani penulis dalam proses menyelesaikan tugas skripsi ini.
8. Keluarga besar H. Djamil, Mbah Kakung, Alm, Mbah Putri Kemisah, Mbah Putri, Bude Yuli, Pakde No, Bulek Iis, Paklek Ipen, Bulek Siti,

Paklek Ari, Risma, Mas Ramdhan, Gilang, dan Difa yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik materi dan non materi.

9. Bu Ema, Pak Andi, dan sekeluarga, yang telah memberikan tempat tinggal selama penelitian skripsi.
10. Pak Kades Gembol dan Sekretaris Desa Gembol, yang telah membantu dan memberi izin untuk melakukan penelitian di Desa Gembol.
11. Bu Inten, Pak Wiwid, Bu Pon, Bu Sarkonah, Bu Sipat, Bu Sugeng, Bu Eni, Bu Fitri, dan Bu Ema, selaku pemilik, karyawan, dan *reseller home industry Tropico* yang berkenan memberikan izin penelitian dan memberikan informasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam angkatan 2020, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan pengalaman dan kenangan yang berkesan selama di bangku perkuliahan ini.
13. Kepada Permana yang telah banyak membantu, menemani, dan memberikan semangat kepada penulis saat menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman Praktik Pengembangan Masyarakat CSR Adisucipto, Aisyah, Azzata, Tina, Ismahani, Shafa, Wan Exsa, dan Rafif yang sudah kebersamai penulis.
15. Teman-teman KKN Desa Pasurenan, terkhusus Husna, Manda, Hanik dan Zima yang sudah memberikan pengalaman yang berkesan selama KKN.

16. Teman-teman Keluarga Mahasiswa Purworejo, Rizki, Kning, Lisa, Bela, Rita, dan yang lainnya, yang telah menemani penulis di kota perantauan ini.
17. Kepada Sahabat penulis Putri Retno dan Lestari Arum Putriana yang sudah banyak membantu dan memberi dukungan kepada penulis saat menyelesaikan tugas skripsi ini.
18. Semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebut satu per satu, yang telah memberikan pengalaman dan kesan dalam menyelesaikan perkuliahan dan penulisan skripsi.

Tidak semua nama yang dapat saya sebutkan di sini, karena keterbatasan. Maka dari itu, izinkan saya untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang sudah mendukung penulis dan menjadi amal yang tak terputus serta dimudahkan dalam segala hal. *Aamiin.*

Yogyakarta, 13 Mei 2024

Penulis

Febriliana Putri
(20102030011)

ABSTRAK

Dalam bidang ekonomi dan sosial *home industry* memiliki banyak peran dalam peningkatan, pengembangan kreativitas inovasi masyarakat, serta membantu memperpendek kesenjangan sosial. Pada usaha *home industry*, ada berbagai cara dalam pengembangannya. Seperti *home industry* carica Tropicco yang ada di desa Gembol. *Home industry* Tropicco selain menjadi usaha sampingan bagi pemiliknya juga menjadi salah satu sumber mata pencaharian beberapa ibu rumah tangga di Desa Gembol. Tujuan dari penelitian ini, untuk mendeskripsikan bagaimana strategi dan tantangan dari pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga di Desa Gembol. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian dari judul “Strategi Pengembangan Usaha Minuman Carica Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Keluarga: Studi *Home Industry* Di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara” menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga yaitu melalui inovasi produk, strategi berkelanjutan, dan strategi melalui jaringan *reseller*. Adapun tantangan dari pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga terdapat faktor internal dan eksternal. Pada faktor internal yaitu penyusutan permintaan setelah lebaran, kapasitas produksi yang terbatas, dan adanya sistem konsinyasi, Sedangkan pada faktor eksternal yaitu persaingan produk, persaingan harga, kurangnya pengetahuan dalam menggunakan teknologi informasi, dan bahan baku yang musiman.

Kata kunci: *Home Industry, Strategi Pengembangan Usaha, Peningkatan Ekonomi Keluarga, dan Tantangan.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

In the field of economics and social development, home industries play multiple roles in enhancing and fostering community creativity and innovation, as well as helping to narrow social gaps. In the realm of home industry, there are various ways of development. Like the Tropicoco carica home industry located in Gembol village. Besides serving as a side business for its owner, Tropicoco also serves as a source of livelihood for several housewives in Gembol Village. The aim of this research is to describe how strategies and challenges in developing the carica beverage business contribute to improving family economics in Gembol Village. The research method used is qualitative descriptive, with data collection methods including observation, interviews, and documentation. The results of the research titled "Strategies for Developing Carica Beverage Business as a Means of Improving Family Economics: A Home Industry Study in Gembol Village, Pejawaran Subdistrict, Banjarnegara District" indicate that strategies for developing the carica beverage business as a means of improving family economics include product innovation, sustainable strategies, and networking strategies through resellers. Challenges in developing the carica beverage business as a means of improving family economics involve both internal and external factors. Internal factors include decreased demand after Eid, limited production capacity, and the existence of a consignment system. Meanwhile, external factors include product competition, price competition, lack of knowledge in using information technology, and seasonal raw materials

Keywords: Home Industry, Business Development Strategies, Family Economic Improvement, Challenges.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kajian Teori	12
G. Metodologi Penelitian	33
BAB II GAMBARAN UMUM DESA GEMBOL DAN PROFIL HOME INDUSTRY CARICA TROPICO	42
A. Gambaran Umum Desa Gembol	42
1. Letak dan Kondisi Geografis	42
2. Kondisi Demografi.....	46
3. Kondisi Sosial Budaya.....	46
4. Kondisi Ekonomi	49

B. Sejarah Singkat Berdirinya <i>Home Industry</i> Carica Tropico.....	52
C. Visi dan Misi <i>Home Industry</i> Carica Tropico.....	54
D. Kegiatan dan Pelaku <i>Home Industry</i>	55
1. Potensi yang menjadi dasar kegiatan di <i>home industry</i> Tropico.....	55
2. Pelaku usaha <i>home industry</i> carica	56
3. Proses Pengolahan Carica pada <i>home industry</i> Tropico	57
4. Legalitas <i>home industry</i> Tropico.....	62
5. Pendapatan <i>home industry</i> Tropico	64
6. Hambatan pelaku usaha	65
BAB III STRATEGI DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN USAHA.....	67
A. Strategi Pengembangan Usaha <i>Home Industry</i> Minuman Carica sebagai Peningkatan Ekonomi Keluarga.....	67
1. Strategi pengembangan usaha melalui inovasi produk.....	71
2. Strategi pengembangan usaha berkelanjutan.....	77
3. Strategi pengembangan usaha melalui jaringan <i>reseller</i>	85
B. Tantangan Pengembangan Usaha <i>Home Industry</i> Minuman Carica sebagai Peningkatan Ekonomi Keluarga.....	89
1. Faktor Eksternal	92
2. Faktor Internal.....	98
C. Analisis Hasil Penelitian	102
BAB IV PENUTUP	112
A. KESIMPULAN	112
B. SARAN.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	120
PEDOMAN WAWANCARA	122
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jarak Tempuh dari Desa Gembol	45
Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 3. Sarana Pendidikan di Desa Gembol.....	47
Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 5. Pendapatan sebelum dan sesudah di <i>Home Industry</i> Tropico	84
Tabel 6. Penghasilan sebelum dan sesudah menjadi <i>reseller</i>	87



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Mekanisme Kerja di <i>Home Industry</i> Tropico.....	57
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Desa Gembol	43
Gambar 2. Lahan Pertanian di Desa Gembol.....	44
Gambar 3. Akses Jalan di Desa Gembol	45
Gambar 4. Sarana Pendidikan di Desa Gembol.....	48
Gambar 5. Sarana dan Prasarana Keagamaan di Desa Gembol.....	49
Gambar 6. Hasil Panen Kentang di Desa Gembol	51
Gambar 7. Peternakan Domba Batur di Desa Gembol	51
Gambar 8. Pohon Carica	52
Gambar 9. Produk Carica Tropico	54
Gambar 10. Proses Pematangan Buah Carica.....	58
Gambar 11. Pemisahan Biji Carica	59
Gambar 12. Proses Pematangan Buah Carica.....	60
Gambar 13. Proses Perebusan Kuah Carica.....	61
Gambar 14. Proses Penyaringan	61
Gambar 15. Proses Pengemasan Sirup Carica	62
Gambar 16. Carica Siap Kemasan	62
Gambar 17. Bukti terdaftar NIB.....	63
Gambar 18. Logo Sertifikat halal dan NIB	64
Gambar 19. Produk Sirup Carica Tropico.....	73
Gambar 20. Produk Sirup Carica Pesaing.....	73
Gambar 21. Stok Carica Saat Ramadhan	76
Gambar 22. Sirup Carica Saat Lebaran.....	76
Gambar 23. Bukti Terdaftar NIB.....	79
Gambar 24. Logo halal dan nomor NIB	79
Gambar 25. Pohon Carica	80
Gambar 26. Carica setelah di kupas.....	80
Gambar 27. Kegiatan produksi	83
Gambar 28. Spanduk reseller	88
Gambar 29. Produk Tropico.....	94
Gambar 30. Produk pesaing.....	94
Gambar 31. Produk Carica pesaing dengan harga Rp. 10.000.....	95
Gambar 32. Produk Carica Tropico dengan harga Rp. 15.000	95
Gambar 33. Produk pesaing di marketplace	98
Gambar 34. Tempat produksi carica	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara dengan aktivitas ekonomi yang cukup besar. Menurut proyeksi *Standar Chartered*, PDB Indonesia diprediksi mencapai \$10,1 triliun pada 2030 dan berada di peringkat ke-4 sebagai negara dengan perekonomian terbesar dunia.¹ Sektor perdagangan menjadi sektor terbesar di Indonesia, dilanjut dengan sektor pertanian, perkebunan, dan kehutanan.² Dengan didukungnya potensi ekonomi yang besar, kekuatan ekonomi Indonesia berpeluang untuk menjadi salah satu negara besar di dunia. Salah satu potensi ekonomi yang dimiliki oleh Indonesia ini bersumber dari sumber daya alam terutama pada sektor pertanian. Adapun inovasi dari sebuah hasil usaha pertanian yaitu berbentuk *home industry*.

Home industry adalah sebuah rumah usaha atau perusahaan kecil yang memproduksi barang dan dikelola oleh perorangan maupun kelompok untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. *Home industry* dikatakan sebagai perusahaan kecil karena dalam proses produksinya dilakukan di rumah, mengandalkan keluarga dan masyarakat sekitar. Menurut Undang-undang Nomor

¹ Indonesia Baik, "*Tahun 2030 PDB PPP Indonesia Peringkat ke-4*" Tahun 2030 PDB PPP Indonesia Peringkat ke-4 | Indonesia Baik, diakses pada tanggal 18 September 2023.

² Administrator, "*UMKM Tumbuh dan Tangguh*" Indonesia.go.id UMKM Tumbuh dan Tangguh, diakses pada tanggal 18 September 2023.

20 Tahun 2008, UMKM atau perusahaan kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan besar.³ UMKM atau *home industry* mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.⁴

Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, UMKM atau *home industry* dari jumlah pelaku usaha di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. UMKM juga memiliki kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada dan dapat menghimpun hingga 60,4% dari total investasi.⁵ Data tersebut membuktikan bahwa UMKM atau *home industry* mempunyai peranan penting dalam menopang perekonomian Indonesia. Keberadaan dari *home industry* atau UMKM sangat

³ Alifah Fidela, Aprinaldi Pratama, Tita Nursyamsiah, *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang*, Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat, vol. 2: 3, (Mei 2020), hlm. 494.

⁴ Sony Hendra Permana, *Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Indonesia*, vol.8: 1, (Juni 2017), hlm. 96.

⁵ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, *“UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia”* UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, diakses pada tanggal 18 September 2023.

bermanfaat bagi masyarakat menengah ke bawah dalam meningkatkan ekonominya, serta bagi sebagian orang yang memiliki pendapatan ekonomi yang berkecukupan. *Home industry* menjadi salah satu cara untuk mengisi waktu luang agar tetap produktif. Selain itu juga sebagai ajang untuk mendapat penghasilan tambahan.⁶ *Home industry* sendiri memiliki berbagai macam jenis pekerjaan salah satunya yaitu industri padat karya yang banyak memudahkan para pencari kerja tanpa kualifikasi syarat tertentu. Dalam bidang ekonomi dan sosial *home industry* mengambil banyak peran untuk peningkatan dan pengembangan kreativitas inovasi masyarakat. *Home industry* juga membantu dalam memperpendek kesenjangan sosial.

Pada usaha *home industry*, selain harus mempunyai SDM yang ulet dan kompeten dalam bekerja, ada berbagai macam cara untuk memajukan *home industry* itu sendiri yaitu dengan membuat produk yang memiliki nilai kualitas tinggi, menarik, dan harga terjangkau. Dengan itu, pada target pasar yang sudah ditentukan akan mudah menjangkau konsumen ke berbagai tempat. Pada sebuah hasil pendapatan atau laba, strategi pemasaran yang efisien dan efektif sangat berpengaruh.

⁶ Suminartini dan Susilawati, *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Usaha Home Industry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Comm-Edu (Community Education Journal) 3: 3, (September, 2020), hlm. 232.

Permasalahan tersebut jelas merugikan pemilik lahan yang ditanami pohon carica. Dari permasalahan tersebut kemudian muncul inisiasi oleh pemilik *home industry* Tropicco untuk mengolah buah carica menjadi minuman carica dan sirup carica yang pada saat itu masih gencar-gencarnya menjadi oleh-oleh khas Dieng.

Namun, dalam berdirinya *home industry* Tropicco juga memiliki hambatan serta tantangan yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Sebagai salah satu bentuk hambatannya yaitu banyak *home industry* dengan jenis usaha yang sama maupun berbeda yang menjadikan setiap *home industry* harus memiliki kreativitas dan inovasi pada setiap waktunya. Walaupun *home industry* ini terletak pada dataran tinggi Dieng yang jaraknya lumayan jauh dari pasar modern, namun minuman carica Tropicco ini terkenal hingga luar daerah bahkan hingga mancanegara.⁹

Home industry Tropicco selain menjadi usaha sampingan bagi pemiliknya juga menjadi salah satu sumber mata pencaharian beberapa ibu rumah tangga di Desa Gembol dan sekitarnya. Di hari-hari biasa, jumlah tim produksi dari *home industry* Tropicco hanya sekitar 5 orang, tetapi ketika menjelang lebaran pemilik *home industry* Tropicco dapat merekrut karyawan tambahan sekitar 10 orang dan semuanya merupakan ibu rumah tangga di sekitar *home industry*. *Home industry* Tropicco juga sudah memiliki *reseller* sebanyak 50 orang yang rata-rata juga ibu

⁹ Wawancara pra penelitian dengan Bu inten Pemilik Home Industry Tropicco, 17 Oktober 2024.

rumah tangga baik di Kabupaten Banjarnegara maupun luar wilayah Banjarnegara. Hal tersebut tentunya mampu meningkatkan perekonomian masyarakat baik dari pemilik, karyawan, dan *reseller*.¹⁰

Banyak hal lainnya yang menarik peneliti untuk menelusuri bagaimana strategi *home industry* dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas usahanya. Selain itu, *home industry* tersebut telah berdiri selama lebih dari lima tahun sehingga menunjukkan ketahanan yang signifikan dalam menghadapi berbagai tantangan. Ketahanan ini menjadikannya sesuai dengan topik penelitian yang berfokus pada strategi pengembangan usaha. Selain itu, usia usaha yang cukup lama memungkinkan adanya data yang lebih lengkap dan akurat. Hal ini mendukung relevansi dan keakuratan hasil penelitian.

Dengan melihat latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Pengembangan Usaha Minuman Carica Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Keluarga: Studi *Home Industry* di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰ Wawancara pra penelitian dengan Bu inten Pemilik Home Industry Tropico, 17 Oktober 2024.

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha *home industry* minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara?
2. Bagaimana tantangan dari pengembangan usaha *home industry* minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Mendeskripsikan bagaimana strategi pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara.
2. Mengetahui bagaimana tantangan dari pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini harapannya bisa memberikan manfaat secara langsung dan tidak langsung untuk para akademisi maupun masyarakat luas. Manfaat penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti hingga masyarakat luas berupa ilmu pengetahuan dan kontribusi pemikiran bagi akademisi khususnya bagi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam terkait dengan analisis strategi pengembangan usaha sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga.

2. Secara Praktis

- a. Manfaat bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dalam menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi pengembangan usaha sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga.
- b. Manfaat bagi *home industry* minuman carica, diharapkan dapat memberikan ide pemikiran mengenai strategi pengembangan usaha sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas usahanya.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan fokus penelitian yang akan dilaksanakan, penulis telah memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan, sehingga dapat dijadikan perbandingan baik dari kekurangan maupun kelebihan. Referensi ini nantinya akan dijadikan dasar untuk memperoleh landasan teori. Berikut beberapa penelitian terdahulu.

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Hatta, Sissah, Anzu Elvia Zahara, dengan judul “Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Pada Usaha Kerupuk Ikan SPN di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Jambi

Timur, Kota Jambi”. Hasil penelitian menemukan bahwa penerapan strategi pemasaran Islami usaha kerupuk ikan SPN dilakukan dengan merupakan strategi Syariah *Marketing* (Strategi Pemasaran Syariah), Syariah *Marketing Tactic* melalui strategi 3P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*) dan Promosi (*Promotion*), dan Syariah *Marketing Value* yang sudah dilakukan dengan baik.¹¹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian sebelumnya membahas mengenai bagaimana strategi pemasaran secara syariah sedangkan penelitian ini membahas mengenai strategi dan tantangan dari pengembangan usaha secara umum.

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Suci Rahmadani, dengan judul "Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang, Kec. Selesai, Kab. Langkat (Studi Kasus Pada *Home Industry* Krupuk & Keripik)". Hasil dari penelitian ini, UMKM kerupuk dan keripik menggunakan strategi dalam mengembangkan usahanya berupa (1) produk yang berkualitas; (2) harga yang terjangkau; (3) lokasi pemasaran; (4) promosi yang tepat sasaran. Dari strategi yang sudah diterapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Padang Brahrang, Kecamatan Selesai, Kabupaten Langkat dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menambah pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari.

¹¹ Hatta, dkk., “Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Pada Usaha Kerupuk Ikan SPN di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Jambi Timur, Kota Jambi”, *Jurnal Manajemen dan bisnis Ekonomi*, vol. 1: 1, (April, 2023), hlm. 138.

¹²Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian sebelumnya hanya membahas mengenai bagaimana cara pengembangan bisnis sedangkan penelitian ini membahas mengenai strategi dan tantangan dari pengembangan usaha .

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Riyanthi Idayua, Mohamad Husnib, Suhandi, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol, Kecamatan Mandalawangi, Kabupaten Pandeglang, Banten”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada setiap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Nembol seperti: permodalan, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, pengenalan teknologi, sosial dan ekonomi, sehingga pengembangan UMKM di Desa Nembol, Kecamatan Mandalawangi belum bisa terlaksana dengan baik. Sedangkan strategi yang tepat dilakukan dalam pengembangan UMKM yang ada di Desa Nembol, Kecamatan Mandalawangi Pandeglang adalah Strategi SO (*Growth*). Strategi SO (*Growth*) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya.¹³ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu terletak pada lokasinya.

¹² Suci Rahmadani, “Analisis Strategi Pengembangan Umkm Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik)”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2: 3, (Oktober, 2021), hlm. 115.

¹³ Riyanthi Idayua dkk., “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Yulizar Kasih, Charisma Ayu, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kota Palembang”. Penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis keluarga berada dalam posisi strategi pertumbuhan. Pengembangan bisnis dilakukan dengan meningkatkan skala bisnis, pemrosesan izin usaha, pemasaran *online* (pemasaran digital), penyusunan proposal kredit, membangun hubungan dengan pemasok, dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.¹⁴ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian sebelumnya hanya membahas mengenai bagaimana cara pengembangan bisnis sedangkan penelitian ini membahas mengenai strategi dan tantangan dari pengembangan usaha .

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Khairil Hamdi, Dorris Yadewani, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner *Home Industry* sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif”. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam membantu meningkatkan pendapatan keluarga, adapun permasalahan yang dihadapi adalah (1) kurangnya pengetahuan tentang *home industry*, (2) rendahnya pemahaman pelaku *home industry* tentang pentingnya internet untuk menunjang

Kabupaten Pandeglang Banten”, *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, vol.7: 1, (Juni, 2021), hlm. 73.

¹⁴ Yulizar Kasih dan Charisma Ayu P, “Strategi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kota Palembang”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 9:1, (2021), hlm. 103.

kegiatan usaha.¹⁵ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian sebelumnya membahas mengenai permasalahan yang dihadapi dalam meningkatkan ekonomi keluarga. Sedangkan penelitian ini membahas mengenai strategi dan tantangan dalam pengembangan usaha.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah mengkaji variabel yang sama yaitu tentang strategi pengembangan usaha. Sedangkan perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah tentang tempat dan objek yang diteliti. Di sini penulis meneliti mengenai strategi pengembangan usaha minuman carica dalam meningkatkan perekonomian keluarga di Desa Gembol.

F. Kajian Teori

Kajian teori memiliki fungsi untuk menganalisis dalam menjelaskan sebuah penelitian. Tema dari penelitian ini adalah “Strategi Pengembangan Usaha Minuman Carica sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Keluarga: Studi *Home Industry* di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara”. Berdasarkan tema penelitian tersebut, maka peneliti menyajikan beberapa teori dan memilih teori yang sesuai dengan tema penelitian.

¹⁵ Khairil Hamdi dan Dorris Yadewani, “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif”, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 3. (Juni, 2019), hlm. 101.

1. Peningkatan Ekonomi

a. Teori Peningkatan Ekonomi

Peningkatan berasal dari kata tingkat yang artinya proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dan sebagainya).¹⁶ Ekonomi adalah sesuatu yang menjadikan manusia berupaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perekonomian merupakan suatu aspek dalam kehidupan nasional yang memiliki kaitannya dalam pemenuhan kebutuhan untuk masyarakat seperti kegiatan produksi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa. Perlu adanya usaha serta cara-cara yang digunakan dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat baik secara individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan.¹⁷ Peningkatan ekonomi adalah adanya perubahan kondisi dari awalnya yang lemah menuju ke perekonomian yang maju dan lebih baik dari sebelumnya.

Menurut Kuznet, pertumbuhan ekonomi adalah kapabilitas suatu negara dalam menyediakan banyaknya keperluan berbagai jenis barang-barang ekonomi kepada penduduknya, kemampuan ini tumbuh seiring dengan kemajuan teknologi serta penyesuaian kelembagaan dan ideologis

¹⁶ KBBI, Arti kata tingkat - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diakses pada 21 September 2023.

¹⁷ Lili Marlinah, "Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif", vol. 17: 2, (September 2017), hlm. 259.

yang diperlukan.¹⁸ Proses pertumbuhan ekonomi atau yang sering dikenal dengan *Modern Economic Growth* dapat diartikan sebagai suatu metode pertumbuhan jangka panjang *output* per kapita.¹⁹ Hal ini berarti bahwa peningkatan *output* per kapita yang memberikan banyak pilihan untuk membeli barang jasa, dan adanya peningkatan daya beli masyarakat merupakan sebuah tanda kesejahteraan dalam jangka panjang.²⁰

Upaya dalam peningkatan ekonomi masyarakat berarti memberikan pemihakan kepada perekonomian masyarakat. Wujud dari pemihakan tersebut adalah sebuah langkah strategis masyarakat dalam memperluas akses sumber daya pembangunan dan menciptakan peluang yang besar bagi masyarakat lapisan bawah untuk berpartisipasi dalam pembangunan.²¹

Dari beberapa definisi di atas, dapat ditarik sebuah garis penjelasan bahwa peningkatan ekonomi dalam strategi pengembangan usaha ialah salah satu cara untuk mengubah kondisi ekonomi keluarga.

¹⁸ Firda Miftakhul Jannah, “Peningkatan Ekonomi Di Tengah Pandemi Dalam Menunjang Pergerakan Pertumbuhan Ekonomi Di Surabaya”, *Jurnal Inovasi Penelitian*. vol. 1 No.7, (Desember 2020), hlm. 1427.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 1427.

²⁰ Syahputra dan Rinaldi, “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”, *Jurnal Samudra Ekonomika*, vol: 1, (Oktober, 2017), hlm. 36.

²¹ Gunawan Sumodiningrat, *Membangun perekonomian rakyat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm.146.

b. Konsep Peningkatan Ekonomi Keluarga

Keluarga adalah kelompok orang yang terhubung dalam hubungan sosial-biologis melalui pernikahan, kelahiran, ketidakmampuan untuk hidup bersama, dan menggunakan sumber daya yang ada secara kolektif untuk mencapai tujuan bersama.²²

Ekonomi keluarga adalah cara sebuah keluarga dalam mengatasi masalah kekurangan sumber daya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan baik barang dan jasa, sehingga keluarga dapat memilih berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan²³ Kondisi sosial ekonomi keluarga adalah suatu kondisi setiap keluarga dalam masyarakat yang dinilai berdasarkan tingkat pendidikan, pendapatan, pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga. Kondisi ini akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat dan keluarga dalam ruang lingkup paling kecil di masyarakat.²⁴ Tingkat kemampuan setiap anggota keluarga untuk memenuhi kebutuhan secara bertahap dan signifikan dipengaruhi oleh tingkat ekonomi keluarga. Agar ekonomi keluarga tetap dalam posisi aman perlu upaya untuk terus meningkatkan pendapatan sehingga dapat memanfaatkannya semaksimal

²² Shinta doriza, *Ekonomi Keluarga*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 3.

²³ *Ibid.*, hlm. 2.

²⁴ Nurlaila hanum, Safuridar, “Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga terhadap Kesejahteraan Keluarga di Gampong Karang Anyar Kota Langsa”, *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, vol. 9:1, (Januari, 2018), hlm. 42.

mungkin dalam pemenuhan kebutuhan sehingga masih ada sisa dari kelebihan yang dapat diinvestasikan atau ditabung secara berkepanjangan. Apabila dikumpulkan dalam kurun waktu yang lama maka akan dapat terkumpul dalam jumlah yang besar sehingga menjadi sebuah kekayaan pribadi.²⁵ Sebuah keluarga yang mengalami masalah ekonomi menjadi tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehingga dapat menurunkan ketahanan keluarga²⁶

Peningkatan ekonomi keluarga dapat diwujudkan dengan, 1) semua anggota keluarga memiliki kesadaran yang mendorong pencapaian peningkatan pendapatan ekonomi; 2) semua anggota keluarga berperilaku jujur, berkomitmen, terbuka, disiplin, bertanggung jawab dan mampu bekerja sama untuk mencapai tujuan meningkatkan perekonomian keluarga; 3) memberdayakan kemampuan atau potensi yang dimiliki keluarga dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan keluarga di masa depan; 4) semua anggota keluarga mampu memanfaatkan alokasi sumber ekonomi keluarga sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan; dan 5) semua anggota keluarga berkomitmen melakukan pengendalian perekonomian

²⁵ Gunartin, dkk., “Peningkatan Ekonomi Keluarga Melalui Pemberdayaan Masyarakat Dengan Membuat Sandal Hias”, *Jurnal Pengabdian*, vol. 1: 2, (Januari, 2019), hlm. 183.

²⁶ Tin Herawati, dkk., Tekanan Ekonomi, Strategi Koping, Dan Ketahanan Keluarga yang Menikah Usia Muda, *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, vol. 10: 3, (September, 2017), hlm. 182.

keluarga sebaik mungkin.²⁷Jadi, konsep tentang peningkatan sebuah ekonomi keluarga dengan cara bekerja bersama dengan kesadaran setiap individu cukup membantu perekonomian keluarga tersebut.

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha (*business development*) merupakan suatu konsep yang berfokus pada pasar baru, produk baru atau keduanya, dengan melalui akuisisi, perizinan, usaha patungan (*joint ventures*), investasi kerja sama modal minoritas dan pengembangan internal.²⁸ Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi, dan kreativitas jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.²⁹

Menurut Pandji Anoraga, ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:³⁰

²⁷ Gunartin, dkk., “Peningkatan Ekonomi Keluarga”, hlm. 183.

²⁸ Cynthia Anggraeni dan Bambang Haryadi, “Analisis Business Development Pada PT Century Bearindo International Surabaya Dengan Strategic Entrepreneurship”, vol. 5: 1 (2017).

²⁹ Ari Taliq Ramadhan, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur”, *Jurnal Manajemen*, vol. 2: 4, (Desember, 2022), hlm. 925.

³⁰ *Ibid.*, hlm. 926.

Tahap I: mengidentifikasi peluang didukung oleh data dan informasi yang biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti rencana produsen, saran dan usul produsen kecil, program pemerintah, kadin atau asosiasi usaha sejenis.

Tahap 2: merumuskan alternatif usaha dengan menganalisis hasil informasi pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat merumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

Tahap 3: seleksi alternatif harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif.

Tahap 4: implementasi alternatif terpilih setelah menentukan alternatif.

Tahap 5: evaluasi untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. selain itu juga di arahkan untuk memberikan masukan bagi perbaikan implementasi usaha selanjutnya.

b. Strategi Pengembangan Usaha

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos* (stratus = militer dan ag = memimpin), yang memiliki arti *generalship* atau aktivitas yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam menyusun rencana untuk memenangkan perang. Clauswits juga mendefinisikan, strategi merupakan seni pertempuran yang dapat memenangkan pertempuran. Secara umum, strategi didefinisikan sebagai sebuah cara untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari beberapa aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai

tujuan.³¹ Jauch dan Glueck, mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif dan terintegrasi yang menghubungkan kekuatan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan disusun untuk memastikan bahwa tujuan utama akan tercapai. Definisi strategi yang lebih spesifik adalah proses perbaikan berkelanjutan yang selaras dengan apa yang diinginkan konsumen di masa depan.³²

Strategi pengembangan adalah sebuah tindakan yang memerlukan keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk mewujudkannya. Strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun.³³ Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan memiliki fungsi merumuskan dan mempertimbangkan faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.³⁴

Perumusan strategi adalah proses penyusunan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan dari

³¹ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 16.

³² Endang Sugiarti, dkk., *Manajemen Strategi*, (Banten: Universitas Pamulang), hlm.

³³ Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 14.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 14.

perusahaan. Strategi yang disusun lebih spesifik tergantung pada kegiatan fungsional manajemen.³⁵ Perumusan strategi mencakup beberapa kegiatan yaitu mengembangkan visi dan misi suatu usaha, menentukan peluang dan ancaman eksternal organisasi, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, membuat beberapa strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk diterapkan.³⁶

Ada tiga kategori strategi pengembangan bisnis yaitu Strategi manajemen, Strategi investasi, Strategi bisnis.³⁷

1) Strategi Manajemen³⁸

Menurut Lynch, manajemen strategi merupakan kumpulan berbagai tindakan yang dapat menghasilkan perumusan dan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen strategi adalah sistem yang terdiri dari beberapa komponen yang saling terikat dan saling mempengaruhi serta bergerak bersama menuju arah yang sama. Strategi manajemen mencakup strategi yang dapat diimplementasikan oleh manajemen

³⁵ J. Davud Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, (2003), hlm. 12.

³⁶ Fred David, *Manajemen Strategis Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 5.

³⁷ Muhammad Afridhal, Strategi “Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen”, *Jurnal Sains Pertanian*, vol.1: 3, (Maret, 2017), hlm. 224.

³⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 6-7.

dengan pengembangan strategi yang berorientasi secara makro seperti, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan lain-lain.

2) Strategi Investasi

Strategi ini adalah kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin mengejar strategi pertumbuhan yang agresif atau mencoba penetrasi pasar, strategi bertahan hidup, strategi pembangunan divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Strategi ini sering juga disebut strategi bisnis fungsional karena berorientasi pada kegiatan fungsional manajemen, seperti strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi yang berkaitan dengan keuangan.

Selain itu, menurut Rangkuti terdapat tiga perencanaan strategi fungsional yang dapat dijalankan perusahaan dalam mengembangkan usahanya sebagai berikut:³⁹

³⁹ Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik membedah kasus, hlm. 102.

- 1) Membangun Kekuatan Pemasaran
- 2) Membangun Kekuatan Produksi
- 3) Menggunakan Kekuatan Keuangan dan Manajerial

3. Tantangan dari Pengembangan Usaha

Tantangan dalam usaha untuk mengembangkan UMKM merupakan hal yang harus dicari solusinya untuk mengembangkan UMKM dan memastikan pertumbuhan serta terjadinya peningkatan dari tahun ke tahun.⁴⁰

Jika era perdagangan bebas akan membuka peluang bagi usaha-usaha kecil untuk berkembang secara sehat, maka tantangan yang dihadapi oleh usaha kecil sebagian besar akan datang dari dalam lingkungan usaha kecil itu sendiri. Kelemahan utama yang menimbulkan tantangan bagi usaha kecil dalam perkembangannya melekat pada karakteristik yang dimilikinya, berupa kelemahan dalam organisasi, perencanaan, pemasaran, serta kelemahan akuntansi.⁴¹

Tantangan dari sebuah pengembangan usaha terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal.⁴² Faktor eksternal mencakup lingkungan terpencil,

⁴⁰ Lina Rifda Naufalin, “Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Banyumas”, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, vol. 22: 1, (2020), hlm. 95.

⁴¹ Revrison Baswir, “Tantangan Dan Peluang Pengembangan Usaha Kecil Dalam Era Perdagangan Bebas”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 13:1, (1998), hlm. 9.

⁴² Edward G. Rogoff, Myung-Soo Lee, and Dong-Churl Suh, ““Who Done It?” Attributions by Entrepreneurs and Experts of the Factors that Cause and Impede Small Business Success”, *Journal of Small Business Management*, vol. 42: 4, 2004, hlm. 364–376.

lingkungan industri dan lingkungan operasional baik secara ekologis, teknologi, pesaing serta aksesibilitas barang. Sedangkan faktor internal yaitu mencakup pembiayaan, pemasaran, pengembangan produk, dan kinerja sumber daya manusia.⁴³

Masalah mendasar yang dihadapi oleh pemilik usaha kecil dalam mengembangkan usahanya adalah sebagai berikut⁴⁴:

- a. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperluas pangsa pasar.
- b. Kelemahan struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh akses ke sumber pendanaan.
- c. Kelemahan dalam organisasi dan manajemen sumber daya manusia.
- d. Terbatasnya jaringan usaha dan kerja sama antar pemilik usaha kecil (sistem informasi pemasaran).
- e. Iklim usaha yang tidak kondusif karena persaingan yang ketat.
- f. Pembinaan yang tidak memadai dan tidak terkoordinasi serta kurangnya kepercayaan dan kepedulian dari masyarakat terhadap usaha kecil.

⁴³ Alex Sandra dan Edi Purwanto, “Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Jakarta”, *Business Management Journal*, vol.11: 1, (Maret, 2015), hlm. 100.

⁴⁴ Istiqomah dan Irsad Andriyanto, “Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)”, hlm. 369-370.

4. *Home Industry*

a. Pengertian *Home Industry*

Berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No. 41/M- IND/PER/6/2008, Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 Industri adalah sebuah usaha yang mengubah bahan mentah menjadi barang yang lebih berharga.⁴⁵ *Home* memiliki arti rumah atau tempat tinggal. Sedangkan *industry* adalah usaha kecil atau barang yang diproduksi di rumah sebagai perusahaan kecil dan menjadi bagian dari jenis kegiatan ekonomi. *Home industry* biasanya berawal dari usaha keluarga yang akhirnya berubah menjadi bermanfaat, dan menjadi mata pencaharian masyarakat sekitar.⁴⁶

Home industry adalah industri rumahan karena merupakan sebuah usaha kecil yang pengelolanya dari keluarga. Industri rumahan adalah sebuah rumah yang tidak hanya ditinggali tetapi juga dijadikan tempat usaha baik berupa jasa, kantor, bahkan perdagangan. Nantinya, *home*

⁴⁵ Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor: 87/M-Ind/Per/9/2009 Tentang Sistem Harmonisasi Global Klasifikasi Dan Label Pada Bahan Kimia, Bab 1 Pasal 1 Ayat (1).

⁴⁶ Yuyun Yuniarsih dan Enok Risdayah, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Home Industry*, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam", vol. 6: 3, (2021), hlm.342.

industry dapat menyerap pengangguran dan memberdayakan masyarakat di sekitarnya.⁴⁷

Pada penjelasan usaha kecil yang tercantum pada UU No. 9 Tahun 1995 bahwa setiap kekayaan dengan penjualan tahunan mencapai 1 Milyar dengan kekayaan bersih Rp 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan) digolongkan pada usaha. Adapun ciri-ciri lain yang disebutkan pada UU tersebut tentang usaha kecil yaitu berdiri sendiri, kepemilikan WNI, tidak berbadan hukum, usaha berbentuk perorangan, dan tidak terikat pada satu lembaga atau perusahaan.⁴⁸

Dari beberapa penjelasan di atas *home industry* banyak memberikan pengaruh besar terhadap kemajuan ekonomi dan perubahan sosial masyarakat. Adanya *home industry* diperlukan sebagai usaha dalam meningkatkan dan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat. Selain itu, *home industry* juga menjadi mata pencaharian baru untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

b. Tujuan dan Manfaat *Home Industry*

Home industry memiliki tujuan yang sangat penting dalam memperbaiki perekonomian karena dengan adanya *home industry* mampu

⁴⁷ Suminartini dan Susilawati, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Home Industri dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”, *Jurnal Com-Edu*, vol. 3: 3, (September, 2020), hlm. 230.

⁴⁸ Saifuddin Zuhri, “Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan”, hlm. 48.

mewujudkan dalam peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat dengan cara; 1) pemerataan pembangunan, 2) tersedianya lapangan pekerjaan dan kesempatan dalam usaha, 3) melestarikan sumber daya alam serta mengembangkan seni, budaya tradisional sehingga dapat meningkatkan penghasilan.⁴⁹

Home industry merupakan salah satu potensi yang dapat mendukung pembangunan ekonomi dengan menyediakan kesempatan kerja dan memproduksi barang atau jasa dengan harga yang lebih terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan rendah, sehingga mendorong perekonomian lokal. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memastikan pertumbuhan dan kemajuan secara berkelanjutan.⁵⁰

Sebagai usaha rumahan atau usaha dalam skala kecil, *home industry* memiliki manfaat antara lain⁵¹:

- 1) *Home industry* sebagai alternatif pendapatan bagi keluarga

⁴⁹ Muhammad Sumarno, “Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi Pengusaha Sentra Industri Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Kabupaten Bantul”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 12:1, (Jawa Timur: Universitas Kristen Petra 2010), hlm. 1.

⁵⁰ Rina Irawati, “Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil”, *Jurnal JIBEKA*, vol. 12 No. 1 Tahun 2018, (Jawa Timur: LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Asia Malang 2018), hlm. 74.

⁵¹ Abidatul Afiyah, dkk., “Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian *Home Industry* (Studi Kasus Pada *Home Industry* Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 23:1 (2015), hlm.3.

Kegiatan ekonomi dalam *home industry* membantu meningkatkan pendapatan keluarga dengan menjadi usaha sampingan yang tidak memakan banyak waktu.

2) *Home industry* memberikan peluang untuk mengurangi kemiskinan

Kegiatan ekonomi dalam *home industry* secara tidak langsung menciptakan lapangan kerja bagi anggota keluarga maupun masyarakat sekitar, sehingga dapat membantu mengurangi kemiskinan dan pengangguran.

c. Strategi Pengembangan Usaha *Home Industry*

Salah satu konsep manajemen strategi yang berperan dalam meningkatkan kinerja industri rumahan adalah keunggulan bersaing. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari Ireland & Hoskisson bahwa untuk mencapai kinerja usaha yang lebih unggul dibanding pesaing, Industri rumahan harus mempunyai posisi persaingan yang lebih kuat dalam memenangkan pasar. Menurut Munandar kinerja perusahaan dapat dicapai jika didorong dengan semangat pengembangan posisi bersaing yang unggul di pasar.⁵²

Berdasarkan pasal 14, 15, dan 16 UU No. 9/1995 tentang usaha kecil, upaya-upaya pengembangan usaha kecil melibatkan peran

⁵² Ika Purwanti dan Umar Yeni Suyanto, "Pendekatan Manajemen Strategi dalam Pengembangan Sektor UMKM di Kabupaten Lamongan", *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, vol. 5: 1, (2021), hlm. 737.

pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dalam pembinaan dan pengembangan di berbagai bidang seperti produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi. Menurut Arifah langkah-langkah yang diambil meliputi:⁵³

- 1) peningkatan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan,
- 2) peningkatan kemampuan dalam desain dan rekayasa, serta
- 3) penyediaan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana untuk produksi, pengolahan bahan baku, bahan penolong, dan kemasan .

Selain itu, ada beberapa strategi yang bisa diterapkan dalam pengembangan UMKM yang terbagi menjadi strategi pemasaran, sumber daya manusia, bidang produksi, dan bidang permodalan.⁵⁴

- 1) Strategi Pemasaran UMKM

Pemasaran adalah kegiatan yang meliputi pemenuhan kebutuhan konsumen, produksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan mereka, penentuan harga, pemberian layanan yang baik, serta

⁵³ Muhammad Akbar Fatria, "Strategi Pengembangan Industri Rumah tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram)", *JOM Fekon*, vol: 4: 1, (2017), hlm. 285-286.

⁵⁴ Fifan Permata Sari, dkk., *Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Teori & Studi Kasus*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hlm. 51-55.

penawaran dan distribusi produk hingga sampai ke konsumen. Strategi pemasaran sangat penting dalam menentukan langkah perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat agar mereka mengenal kualitas produk tersebut dan akhirnya membelinya.

2) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia dalam suatu kelompok, organisasi, atau perusahaan terdiri dari berbagai individu yang masing-masing memiliki keterampilan dan keunggulan yang berbeda. Potensi dan keunggulan ini bervariasi antara individu satu dengan yang lain, dan jika dikelola dengan baik, dapat menjadi aset yang menguntungkan bagi organisasi tersebut.

3) Bidang Produksi

Saat produsen hendak memproduksi barang atau jasa, salah satu aspek penting yang harus dipertimbangkan adalah ketersediaan bahan baku. Jika bahan baku tersedia dengan baik, produksi dapat berjalan lancar. Sebaliknya, jika bahan baku tidak tersedia, hal ini dapat menghambat proses produksi.

4) Bidang Permodalan

Menurut Riyanto, modal usaha diartikan sebagai ringkasan neraca suatu perusahaan yang mencakup modal konkret dan modal abstrak. Modal konkret merujuk pada modal aktif, sedangkan

modal abstrak merujuk pada modal pasif. Permodalan sendiri terbagi lagi menjadi 2 yaitu modal sendiri dan modal asing.

d. Tantangan Pengembangan Usaha Home Industry

Menurut Ashariyadi tantangan yang masih dihadapi *oleh home industry* di Indonesia adalah lemahnya kegiatan *branding* dan promosi serta penetrasi pasar di luar negeri. Selain itu, *home industry* harus beradaptasi dengan lingkungan bisnis dan mampu mengembangkan jaringan bisnis antar sesama *home industry* dan pelaku usaha lainnya secara lebih luas. *Home industry* harus mendapatkan kemudahan akses dalam masalah pembiayaan, serta akses terhadap teknologi dan informasi. Tantangan tersebut tentunya bukan hanya menjadi tanggung jawab *home industry* saja, tetapi juga pemerintah.⁵⁵

Industri Rumah Tangga menghadapi berbagai keterbatasan dalam hal keuangan, sumber daya manusia, dan teknologi dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu, banyak IRT tidak melakukan evaluasi terhadap proses manajerial usahanya, terutama IRT yang baru berdiri. IRT yang baru berkembang masih mencari situasi dan kondisi yang sesuai dengan kebutuhan industri rumah tangga, dan berusaha beradaptasi dalam proses produksi, manajerial, serta pemasaran. Selain itu, setiap IRT juga

⁵⁵ Ashariyadi, *Mewujudkan UMKM Berdaya Saing di Era MEA. Masyarakat ASEAN: Geliat UMKM Di Era MEA*, 4–5, (2016).

menghadapi tantangan dari munculnya pesaing baru dalam pemasaran produk mereka. Untuk tetap bersaing, diperlukan produksi dan operasional yang efektif dan efisien, sehingga evaluasi terhadap aspek manajemen usaha sangat diperlukan.⁵⁶

Selain itu, beberapa tantangan yang umumnya sering dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM di Indonesia, antara lain:⁵⁷

- 1) Keterbatasan modal dan akses keuangan sering menjadi masalah utama. Modal awal yang terbatas adalah hal yang umum, tetapi hal ini bisa diatasi jika UMKM telah memenuhi kriteria *bankable*, sehingga bisa mendapatkan modal dan akses keuangan dari bank dan lembaga keuangan lainnya. Beberapa kendala yang umum dihadapi termasuk kurangnya jaminan, kurangnya pengalaman bisnis, dan kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan.
- 2) Infrastruktur yang tidak memadai menjadi masalah, terutama di daerah pedesaan. UMKM sering mengalami kesulitan dalam mengirimkan barang, menerima bahan baku, serta mengakses informasi dan teknologi akibat keterbatasan ini.

⁵⁶ Astri Lady Matins, dkk., “Peranan Manajemen Dalam Pengembangan Home Industry Studi Kasus pada Salah Satu Home industri di Kota Kupang”, *E-Journal Undana Universitas Cendana Kupang*, vol. 8: 1, (2019), hlm. 98-105.

⁵⁷ Fifan Permata Sari, dkk., *Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM*, hlm. 20-21.

- 3) Kurangnya pendidikan dan pelatihan, serta kurangnya akses terhadap informasi yang memadai tentang pasar dan tren bisnis terkini.
- 4) Persaingan yang intens. UMKM sering kali memproduksi barang atau menyediakan jasa yang umum dibutuhkan konsumen, sehingga menyebabkan persaingan yang sangat ketat. Untuk bertahan di pasar, mereka perlu membedakan produk dan layanan mereka dari para pesaing, serta membangun jaringan pemasaran yang handal sesuai dengan tantangan era digitalisasi, sehingga produk atau barang mereka cepat terserap oleh konsumen.
- 5) Perlindungan terhadap produk/barang UMKM adalah tanggung jawab pemerintah. Selama pemerintah membiarkan produk asing masuk tanpa batasan, pelaku UMKM akan terus menghadapi persaingan yang sulit diatasi. Dalam praktik umum UMKM, produk mereka sering bersaing dengan produk Cina yang harganya lebih murah namun memiliki kualitas yang lebih andal.

G. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah tahapan-tahapan yang menjadi prosedur untuk menjelaskan dan mendapatkan data penelitian secara sistematis.⁵⁸ Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln bahwa penelitian kualitatif merupakan fokus perhatian dengan beragam metode, yang mencakup pendekatan *interpretative* dan *naturalistic* terhadap subjek kajiannya.⁵⁹ Dengan jenis penelitian tersebut, peneliti berusaha menggali tentang strategi pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini karena *Home industry* carica merupakan sebuah usaha kecil yang mampu memberikan penghasilan kepada beberapa warga sekitar lebih utama yaitu para ibu rumah tangga, sehingga mampu membantu dan meningkatkan perekonomian keluarga.

⁵⁸ Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 41.

⁵⁹Hamid patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.3.

3. Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penggalan data terhitung sejak bulan September 2023 sampai pada bulan April 2024. Peneliti meneliti strategi pengembangan usaha dari tahun 2023 sampai 2024.

4. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian ini adalah strategi dan tantangan pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga.

5. Subjek Penelitian dan Penentuan Informan

Subjek dalam penelitian ini adalah informan yang paham mengenai hal yang akan diteliti oleh peneliti. Peneliti menggunakan teknik *purposive* di dalam penentuan informan. Teknik ini dipilih berdasarkan jenis kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Subjek penelitian membantu peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Dengan adanya penelitian ini, subjek penelitiannya adalah pelaku usaha *home industry* carica, sehingga di kemudian hari dapat memberikan informasi lengkap dan dibutuhkan oleh penulis, Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah:

- a. Bu Inten dan Pak Wiwid selaku pemilik *home industry* Carica.
- b. Bu Sarkonah, Bu Pon, dan Bu Sipat, Bu Sugeng selaku tim produksi minuman Carica.
- c. Bu Eny, Bu Ema, dan Bu Fitri selaku penjual minuman Carica (*reseller*).
- d. Pak Fajar selaku petani buah Carica.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan satu dari informan yang telah dipilih dan masuk ke dalam kriteria penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam pengumpulan data

a. Observasi

Observasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.⁶⁰ Observasi ialah pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisasi, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris. Dengan teknik ini, peneliti secara langsung tanpa perantara datang ke lokasi penelitian agar informan secara jelas mengetahui aktivitas dan tujuan peneliti dari awal sampai selesai penelitian. Teknik ini digunakan penulis untuk menghimpun data tentang strategi pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga. Observasi yang dilakukan dengan teknik persiapan di mana peneliti memiliki keterlibatan langsung di dalamnya. Seperti ikut dalam produksi dan bagaimana proses pemasarannya. Observasi dilakukan langsung di rumah produksi carica Tropico, toko

⁶⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.118.

reseller di Pasar Batur, rumah reseller di Desa Pasurenan, dan rumah produksi carica di Desa Pasurenan. Di sini penulis melaksanakan observasi pada bulan Agustus 2023, September 2023, dan Februari 2024.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh data dalam penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dan informan, di mana mereka terlibat hubungan sosial dalam waktu yang agak lama.⁶¹ Teknik wawancara yang dilakukan penulis adalah wawancara bebas terpimpin, di mana setiap pertanyaan yang disampaikan tidak terpaku dengan pedoman wawancara sehingga dapat dikembangkan dengan melihat situasi dan kondisi pada saat itu. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data mengenai bagaimana strategi dan tantangan dari pengembangan usaha *home industry* minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga di *home industry* Desa Gembol.

Wawancara dilakukan di beberapa tempat yaitu:

1. Di rumah produksi Carica Tropicco dengan Bu Inten, Pak Wiwid, Bu Sipat, Bu Pon, Bu Sugeng, Bu Sarkonah yaitu dilakukan selama 7 kali terhitung pada bulan November 2023 dan berakhir pada Februari 2024.

⁶¹ *Ibid*, hlm.111.

2. Di Toko Bu Eni, salah satu *reseller* carica pada 9 Februari 2024, dengan durasi wawancara selama 60 menit.
3. Di rumah Bu Ema selaku *reseller* carica, pada 9 Februari 2024, dengan durasi wawancara selama 60 menit.
4. Melalui telepon dengan Bu Fitri selaku *reseller* carica pada 6 Maret 2024, dengan durasi wawancara selama 40 menit.
5. Melalui telepon dengan pak Fajar selaku petani carica pada 6 Maret 2024, dengan durasi wawancara selama 40 menit.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi merujuk pada berbagai jenis catatan yang meliputi foto-foto kegiatan, jurnal penelitian, buku-buku yang relevan dengan tema penelitian, data statistik, jurnal, situs web *home industry* carica, dan sumber-sumber literatur lain yang mendukung pemahaman baru tentang isu *home industry*. Selain itu, peneliti mencatat semua kegiatan lapangan ke dalam catatan lapangan. Ini bertujuan untuk memperkuat data dari wawancara, terutama jika ada informasi yang tidak tercakup dalam wawancara. Hal-hal yang di dokumentasikan dalam penelitian ini adalah segala hal yang berkaitan dengan minuman carica Tropico di Desa Gembol.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan model analisis oleh Miles dan Huberman.

Terdapat 4 hal yang diperhatikan dalam analisis tersebut:

a. Pengumpulan data

Data yang akan diperoleh peneliti dari hasil melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dicatat menjadi dua aspek yaitu deskripsi dan refleksi. Catatan deskripsi berarti data alami yang sifatnya real berisi tentang yang dilihat, didengar, dirasakan, dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa campur tangan dan pendapat orang lain. Sedangkan catatan refleksi yaitu catatan yang berisi kesan dan komentar peneliti dari sebuah temuan yang dijumpai serta menjadi bahan rencana untuk pengumpulan data pada tahap selanjutnya. Catatan ini diperoleh melalui wawancara dengan beberapa narasumber.

b. Reduksi Data

Dalam tahap ini, informasi yang telah dikumpulkan dari lapangan akan dikonsolidasi dan kemudian dianalisis melalui proses reduksi data. Pada langkah ini, data yang telah terkumpul akan dianalisis secara selektif, dikelompokkan, dan hanya poin-poin penting yang akan disertakan, sementara yang tidak relevan akan dihilangkan. Jenis data yang terlibat meliputi hasil wawancara, dokumen, serta observasi.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses reduksi data dengan mengumpulkan elemen-elemen penting yang kemudian

digabungkan dengan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana strategi pengembangan usaha *home industry* minuman carica dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

c. Penyajian Data

Data *display*, yang dapat juga disebut sebagai penyajian data adalah kumpulan informasi yang terstruktur, yang memberikan kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Proses penyajian data dilakukan setelah melakukan reduksi data yang bertujuan untuk merangkum temuan tersebut dalam bentuk tertulis dengan lebih singkat. Proses ini bertujuan untuk mempermudah dalam menggali lebih dalam data tersebut. Proses penyajian data ini juga bermaksud agar data yang kurang jelas dapat terlihat lebih jelas melalui proses tersebut, sehingga memudahkan peneliti dalam mencari data pendukung lainnya untuk melengkapi informasi yang mungkin kurang, dan ini tentu sesuai dengan tujuan penelitian.

d. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dari data lapangan adalah gambaran dari objek penelitian yang masih ambigu. Dalam proses penarikan kesimpulan, langkah pertama adalah merumuskan sebuah proposal yang didasarkan pada prinsip-prinsip logika, kemudian secara rinci mempertimbangkan dan mengkaji proposal tersebut untuk menghasilkan sebuah kesimpulan yang lebih definitif. Namun, jika data yang disajikan belum didukung

oleh temuan yang kuat, kesimpulan yang ditarik hanya bersifat sementara dan dapat berkembang ketika data yang lebih akurat terkumpul.

Hasil temuan ini dapat dianggap sebagai hasil penelitian yang sah dan berbeda dari temuan-temuan sebelumnya. Temuan ini juga memiliki potensi untuk berkembang jika ada bukti yang kuat dan mendukung dalam pengumpulan data lanjutan.⁶²

8. Teknik Validitas Data

Dalam teknik validitas data yang digunakan peneliti adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah sebuah metode pengecekan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu dari luar data sebagaimana menjadi keperluan pengecekan dan menjadi pembanding terhadap data itu, yang nantinya akan digunakan untuk mengecek data tersebut valid atau tidak.⁶³ Teknik yang akan digunakan peneliti yaitu dengan membandingkan data hasil observasi dengan hasil wawancara. Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai langsung dan ikut melihat produksi minuman carica, serta melihat kondisi pasar dan keadaan tempat produksi minuman carica.

⁶² Miles dan Matthew B, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, (Yogyakarta: UIN Press, 1992), hlm. 16-19.

⁶³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm. 330.

9. Sistematika Pembahasan

Dalam kerangka pembahasan ini terdiri dari empat pokok pembahasan yang diuraikan secara sistematis di bawah ini:

Pada BAB I, adalah bagian pendahuluan yang mencakup penjelasan tentang judul penelitian, konteks latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dasar teoritis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada BAB II, berisikan gambaran umum tentang Desa Gembol mencakup informasi seperti letak geografis, kondisi demografi, kondisi sosial budaya, kondisi ekonomi, dan diikuti tentang profil dari *home industry* carica Tropicco, seperti sejarah berdirinya, visi misi, kegiatan dan pelaku usaha, legalitas, pendapatan, serta hambatan pelaku usaha *home industry*.

Pada BAB III, akan mendiskusikan mengenai pertanyaan dari rumusan masalah tentang bagaimana strategi pengembangan usaha dan tantangan pengembangan usaha *home industry* carica dalam meningkatkan perekonomian keluarga.

Pada BAB IV, merupakan bagian penutup yang mana menjadi akhir dari seluruh bentuk penyusunan penelitian ini, berisikan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya dan berisi mengenai saran-saran.

BAB IV PENUTUP

A. KESIMPULAN

Pada bab ini, peneliti akan menyimpulkan dari hasil penelitian di lapangan mengenai strategi pengembangan usaha dan tantangan dari pengembangan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga pada *home industry* Tropico di Desa Gembol, Banjarnegara. Berdasarkan kedua rumusan masalah tersebut, maka penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan oleh *home industry* Tropico pada mengembangkan usahanya dalam rangka meningkatkan ekonomi keluarga dibagi menjadi tiga yaitu strategi berkelanjutan, strategi investasi, strategi bisnis. Dalam strategi berkelanjutan meliputi, pendaftaran PIRT yang beralih ke NIB dan sertifikat halal, pemanfaatan sumber daya alam, dan keterlibatan masyarakat lokal. Kemudian strategi pemasaran melalui jaringan reseller. Terakhir, strategi inovasi produk yang meliputi menciptakan produk baru, strategi penjualan yang tepat, serta menjaga konsistensi rasa dan kualitas. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu teori Rangkuti. Teori Rangkuti menyebutkan bahwa ada 3 strategi dalam pengembangan usaha yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis. Selain itu, hasil penelitian tersebut juga memiliki kesesuaian dengan Teori yang dipaparkan oleh Fifan dan kawan-kawan yang membagi strategi pengembangan UMKM menjadi 4 yaitu,

strategi pemasaran UMKM, sumber daya manusia, bidang produksi, dan bidang permodalan. Dari keempat aspek tersebut yaitu strategi pemasaran UMKM, sumber daya manusia, bidang produksi sesuai dengan temuan di lapangan. Namun, pada bidang permodalan tidak ditemukan di lapangan.

2. Dari strategi-strategi yang dilakukan oleh *home industry* Tropicco dalam mengembangkan usahanya telah berhasil dalam meningkatkan ekonomi para pelaku usaha *home industry* Tropicco. Hal ini dibuktikan dengan para pelaku usaha yang berusaha memenuhi kebutuhan dengan cara bekerja maupun bekerja sama di *home industry* Tropicco. Selain itu, adanya peningkatan ekonomi yang terjadi sebelum bekerja dan bekerja sama dengan *home industry* Tropicco, menjadikan mereka mampu dalam pemenuhan kebutuhan keluarga. Hal tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Shinta bahwa ekonomi keluarga adalah cara sebuah keluarga dalam mengatasi masalah kekurangan sumber daya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan baik barang dan jasa, sehingga keluarga dapat memilih berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan.
3. Tantangan yang dihadapi oleh *home industry* Tropicco dalam mengembangkan usaha minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Alex dan Edi yang terbagi menjadi dua yaitu tantangan eksternal dan tantangan internal, yakni sebagai tantangan eksternal meliputi, persaingan produk, persaingan harga, kurangnya pengetahuan dalam menggunakan teknologi informasi, dan bahan baku yang musiman. Sedangkan tantangan internal meliputi, penyusutan permintaan setelah lebaran, kapasitas

produksi yang terbatas, dan adanya sistem konsinyasi. Selain itu pada teori yang dipaparkan oleh Fifan dan kawan-kawan bahwa ada 4 tantangan yang sering dialami oleh UMKM atau *home industry* yaitu keterbatasan modal dan akses keuangan, infrastruktur yang tidak memadai, kurangnya pendidikan dan pelatihan, serta persaingan yang intens. Dari keempat aspek tersebut untuk aspek tantangan keterbatasan modal dan akses, kurangnya pendidikan dan pelatihan, dan persaingan yang intens sudah sesuai dengan temuan yang ada di lapangan. Namun, pada aspek persaingan yang intens tidak memiliki kesesuaian dengan temuan di lapangan.

B. SARAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan mampu memberikan masukan yang lebih baik di antaranya sebagai berikut:

1. Kepada pemerintah Desa Gembol, Banjarnegara agar lebih memperhatikan industri kecil berupa memberikan pelatihan dan akses izin yang mudah kepada Dinas UMKM terkait, agar *home industry* Tropico lebih mampu memberikan kontribusi positif bagi para ibu rumah tangga khususnya memberikan mereka lapangan pekerjaan sehingga dapat mampu meningkatkan perekonomian keluarga.
2. Kepada pemilik *home industry* Tropico, agar mempelajari teknologi terutama *marketplace*, karena di era digitalisasi sekarang yang serba

digital, *marketplace* telah menjadi salah satu *platform* utama untuk memasarkan produk. Dengan menguasai ini, nantinya Tropico dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing di dunia bisnis yang sudah terhubung secara *online*.

3. Kepada para karyawan *home industry* Tropico, diharapkan mengikuti setiap pelatihan yang ada tentang produk UMKM yang baik, agar mampu menambah wawasan luas pada diri maupun *home industry*, sehingga dapat membantu dalam mencapai target penjualan.
4. Kepada penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang *Home Industry* Tropico agar lebih memberikan metafora keilmuan tentang UMKM dan keterlibatan ekonomi keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Administrator, “*UMKM Tumbuh dan Tangguh*” Indonesia.go.id *UMKM Tumbuh dan Tangguh*, diakses pada tanggal 18 September 2023.
- Afiyah, Abidatul, Muhammad Saifi, Dwiatmanto, “Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian *Home Industry* (Studi Kasus Pada *Home Industry* Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 23: 1, 2015.
- Afridhal, Muhammad, “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangan Kabupaten Bireuen”, *Jurnal Sains Pertanian*, vol.1: 3, 2017.
- Anggraeni, Cynthia dan Bambang Haryadi, “Analisis Business Development Pada PT Century Bearindo International Surabaya Dengan Strategic Entrepreneurship”, vol. 5: 1, 2017.
- Ashariyadi, *Mewujudkan UMKM Berdaya Saing di Era MEA. Masyarakat ASEAN: Geliat UMKM Di Era MEA*, 4–5, 2016.
- Baswir, Revrison, “Tantangan Dan Peluang Pengembangan Usaha Kecil Dalam Era Perdagangan Bebas”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 13:1, 1998.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- David, Fred, *Manajemen Strategis Konsep*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah, ”Data UMKM Per Kab/Kota”, <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota>, diakses pada 20 September 2023.
- Doriza, Shinta, *Ekonomi Keluarga*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Fidela, Alifah, Aprinaldi Pratama, Tita Nursyamsiah, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang”, *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, vol. 2: 3, 2020.
- Fatria, Muhammad Akbar, Strategi Pengembangan Industri Rumah tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram)”, *JOM Fekon*, vol: 4: 1, 2017.

- Gunartin, Denok Sunarsi, Syafaatul Hidayati, “Peningkatan Ekonomi Keluarga Melalui Pemberdayaan Masyarakat Dengan Membuat Sandal Hias”, *Jurnal Pengabdian*, vol. 1: 2, 2019.
- Hamali, Arif Yusuf, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Hamdi, Khairil dan Dorris Yadewani, “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif”, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 3, 2019.
- Hanum, Nurlaila, Safuridar, “Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga terhadap Kesejahteraan Keluarga di Gampong Karang Anyar Kota Langsa”, *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, vol. 9:1, 2018.
- Hatta, Sissah, Anzu Elvia Zahara, “Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Pada Usaha Kerupuk Ikan SPN di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Jambi Timur, Kota Jambi”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, vol. 1: 1, 2023.
- Herawati, Tin, Fatma Putri Sekaring Tyas, Lely Trijayanti, “Tekanan Ekonomi, Strategi Koping, Dan Ketahanan Keluarga yang Menikah Usia Muda”, *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, vol. 10: 3, 2017.
- Humairah, Silfa, “Wisata Kebun Raya Dieng, Carica Raksasa Hingga Menara Eiffel Mini! ,Guideku.com, [Wisata Kebun Raya Dieng, Carica Raksasa Hingga Menara Eiffel Mini! - GuideKu.com](#), diakses pada 20 September 2023.
- Hunger, J. Davud dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, 2003.
- Idayua, Riyanthi dkk., “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten, *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, vol.7: 1, 2021.
- Indonesia Baik, “[Tahun 2030 PDB PPP Indonesia Peringkat ke-4](#)” [Tahun 2030 PDB PPP Indonesia Peringkat ke-4 | Indonesia Baik](#), diakses pada tanggal 18 September 2023.
- Irawati, Rina, “Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil”, *Jurnal JIBEKA*, vol. 12 No. 1 Tahun 2018, Jawa Timur: LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Asia Malang, 2018.

- Jannah, Firda Miftakhul, “Peningkatan Ekonomi Di Tengah Pandemi Dalam Menunjang Pergerakan Pertumbuhan Ekonomi Di Surabaya”, *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol.1 No.7, Desember 2020.
- Kasih, Yulizar dan Charisma Ayu P, “Strategi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kota Palembang”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 9:1, 2021.
- KBBI, Arti kata tingkat - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diakses pada 21 September 2023.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, “*UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*” UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, diakses pada tanggal 18 September 2023.
- Marlinah, Lili, “Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif”, vol. 17: 2, 2017.
- Matins, Astri Lady, Peranan Manajemen Dalam Pengembangan Home Industry Studi Kasus pada Salah Satu Home industri di Kota Kupang”, *E-Journal Undana Universitas Cendana Kupang*, vol. 8: 1, 2019.
- Miles dan Matthew B, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, Yogyakarta: UIN Press, 1992.
- Naufalin, Lina Rifda, “Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Banyumas”, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, vol. 22: 1, 2020.
- Patilima, Hamid, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor: 87/M-Ind/Per/9/2009 Tentang Sistem Harmonisasi Global Klasifikasi Dan Label Pada Bahan Kimia, Bab 1 Pasal 1 Ayat (1)*.
- Permana, Sony Hendra, “Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia”, vol. 8: 1, 2017.
- Purwanti, Ika dan Umar Yeni Suyanto, “Pendekatan Manajemen Strategi dalam Pengembangan Sektor UMKM di Kabupaten Lamongan”, *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, vol. 5: 1, 2021.
- Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014).

- Rahmadani, Suci, “Analisis Strategi Pengembangan Umkm Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik)”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2: 3, 2021.
- Ramadhan, Ari Taliq, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur”, *Jurnal Manajemen* , vol. 2: 4, 2022.
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rogoff, Edward G., Myung-Soo Lee, and Dong-Churl Suh, “Who Done It?” Attributions by Entrepreneurs and Experts of the Factors that Cause and Impede Small Business Success”, *Journal of Small Business Management*, 2004.
- Sandra, Alex dan Edi Purwanto, “Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Jakarta”, *Business Management Journal*, vol.11: 1, 2015.
- Sari, Fifan Permata, dkk., *Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Teori & Studi Kasus*, Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Sugiarti, Endang, dkk., *Manajemen Strategi*, Banten: Universitas Pamulang.
- Sumarno, Muhammad, “Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi Pengusaha Sentra Industri Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Kabupaten Bantul”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 12: 1, 2010.
- Suminartini dan Susilawati, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Usaha *Home Industry* Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”, *Comm-Edu (Community Education Journal)*, vol. 3: 3, 2020.
- Sumodiningrat, Gunawan, *Membangun Perekonomian Rakyat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Syahputra dan Rinaldi, ”Analisis Faktor faktor yang mempengaruhi pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”, *Jurnal Samudra Ekonomika*, vol: 1, 2017.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Yuniarsih, Yuyun dan Enok Risdayah, ”Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Home Industry*”, *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, vol. 6: 3, 2021.