

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS *HOME INDUSTRY*
ARABIAN FOOD DI ERA *NEW NORMAL***

(Studi Kasus *Home Industry* Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)

SKRIPSI



Oleh :

**CHAMIM THOHARI MAHFUDILLAH
NIM. 17130087**

JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

MEI 2021

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS *HOME INDUSTRY*
ARABIAN FOOD DI ERA *NEW NORMAL***

(Studi Kasus *Home Industry* Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)

SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang untuk memenuhi salah satu persyaratan guna
memperoleh gelar Strata Satu (S1) Sarjana Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
(S.Pd)*



Oleh :

**CHAMIM THOHARI MAHFUDILLAH
NIM. 17130087**

JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

MEI 2021

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS *HOME INDUSTRY ARABIAN*
FOOD* DI ERA *NEW NORMAL

(Studi Kasus *Home Industry* Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)

SKRIPSI

Oleh :

CHAMIM THOHARI MAHFUDILLAH
NIM. 17130087

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Nur Lailatus Zahroh, M.Pd
NIDT. 19860309201802012130

Mengetahui,

Ketua Jurusan P.IPS



Dr. Alfiana Yuli Efiyanti, MA
NIP. 197107012006042001

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS *HOME INDUSTRY ARABIAN FOOD* DI ERA *NEW NORMAL*
(Studi Kasus *Home Industry Makanan Arab* di Kecamatan Pagelaran)

Skripsi

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Chamim Thohari Mahfudillah (17130087)

Telah dipertahankan dan diujikan didepan penguji pada tanggal 31 Mei 2021 dan dinyatakan
LULUS

Serta diterima sebagai salah satu syarat untuk medapatkan gelar strata satu
Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Panitia Penguji

Ketua Sidang

Aniek Rachmaniah, S.Sos., M.Si
NIP. 197203202009012004

Sekretaris Sidang

Azharotunnafi, M.Pd
NIP. 199106182019032017

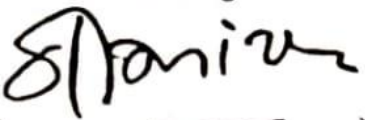
Pembimbing

Azharotunnafi, M.Pd
NIP. 199106182019032017

Penguji Utama


Dr. Hj. Ni'matuz Zuhro, M.Si
NIP. 197312122006042001

Tanda Tangan

()

()

()

()

Mengesahkan,

**Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**



Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
NIP. 196508171998031

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bismillahirrohmanirrohim.....

Segala puji dan nikmat yang telah diberikan oleh Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah melimpahkan *rahmat, taufiq, hidayah* dan *inayahnya*. Sholawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada revolusioner dunia Nabi Muhammad SAW yang telah menerangi zaman dengan syafaatnya. *Aminn Yaa Robbal 'Alamin*

Saya persembahkan karya kecil dan sederhana ini kepada :

Bapak tercinta Salim Abdulloh

Ibu Tersayang Wiwik Khoiroti

Kakak terbaik Uyunul Maudloh

Adik Tercuek tapi sayang Azza Elfaf Nur Laila

Terimakasih yang telah selama ini mendoakan dan mendukung dalam hal apapun
untuk saya

Hanya ini yang dapat saya sampaikan, semoga dapat menjadi amal jariyah dihari
kemudian nanti

Aminnn Yaa Robbal 'Alaminn

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

MOTTO

“Pebisnis yang jujur lagi amanah, maka ia akan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada’ ”

(HR. Tirmidzi)



Nur Lailatus Zahroh, M.Pd
Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Malang, 5 Mei 2021

Hal. : Skripsi Chamim Thohari Mahfudillah

Lamp. : 4 (Empat) Eksemplar

Yang Terhormat,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Di –

Malang

Assalamualaikum Wr. Wb

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penelitian, dan setelah membaca skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Chamim Thohari Mahfudillah

NIM : 17130087

Jurusan : Pendidikan IPS

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal* (Studi Kasus *Home Industry Makanan Arab* di Kecamatan Pagelaran)

Maka selaku pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut layak diajukan untuk diujikan. Demikian, mohon dimaklumi adanya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing,



Nur Lailatus Zahroh, M.Pd
NIDT. 19860309 20180201 2 130

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya sampaikan, bahwa dalam skripsi ini tidak ada yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi, dan sebanyak pengetahuan saya tidak ada karya atau ulasan pendapat yang pernah diterbitkan ataupun ditulis oleh oranglain. Kecuali yang tertulis dikarya ini sudah diacu dalam daftar rujukan yang telah ada.

Malang, 10 April 2021



Chamim Thohari Mahfudillah
NIM. 17130087

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta inayahnya. Berkat semua petunjuk serta semua yang dilimpahkan, penulis dengan segala kekurangannya dapat menyelesaikan karya kecil ini yang berbentuk skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal* (Studi Kasus *Home Industry* Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran).

Sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada Nabi *Akhiruzzaman* yakni Nabi besar Muhammad *Shollallohu 'Alaihi Wassallam* yang telah menuntun kita dari zaman *jahiliyyah* menuju jalan yang terang benderang yakni terwujudnya *Addinul al-Islam*.

Skripsi ini ditulis dengan tujuan dapat menyajikan suatu pengetahuan baru, serta menambah *khazanah* keilmuan dalam aspek pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial sekaligus menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) Sarjana Pendidikan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penyelasaan Skripsi ini tidak lepas dari dukungan keluarga, teman, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, penulis akan menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag., sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

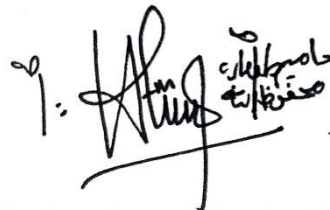
3. Dr. Alfiana Yuli Efiyanti, MA, Selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Nur Lailatus Zahroh, M.Pd, Selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan bimbingan untuk dapat menyelesaikan skripsi, semoga selalu diberi kesehatan dan kerberkahan dalam hidup.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan yang telah memberikan banyak ilmu yang dapat selama kuliah ini.
6. Seluruh teman-teman Pendidikan IPS 2017 semangat untuk mengejar mimpi teman-teman, jangan sampai patah semangat dalam menjalankan tugas kita sebagai mahasiswa, dan semangat juga mengerjakan tugas akhirnya.
7. Seluruh teman-teman kelas P.IPS D yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, kalian *the best friend* dalam bangku perkuliahan, kelas yang selalu rame ketika presentasi apalagi tanya jawab itu yang paling berkesan, kegokilan ketika berkumpul dikantin gedung A, dan masih banyak lagi. Terimakasih teman-teman sudah mewarnai hidup saya, semoga sukses selalu.
8. Keluarga tercinta dan tersayang Bapak Salim Abdulloh dan Ibu Wiwik Khoiroti, terimakasih telah mendoakan dan memberikan dukungan untuk selalu semangat kuliah, kakak tersayang Uyunul Maudloh yang selalu sayang kepada adik-adiknya, adik tercuek tapi sayang Azza Elfaf Nur Laila semangat menuntut ilmunya jangan kecewakan bapak dan ibu, terimakasih kepada seluruh keluarga.
9. Terimakasih banyak kepada Ustadz Gufran, M.Pd dan teman-teman Musyrif Ibnu Rusyd '90 (Bang Husnan, Bang Habib, Bang Sikrul, Bang Pram, Bang

Sadam, Bang Rajiv, Bang Sakdul, Bang Nuris, Bang Rizaldi, Bang Haqqi, Bang Ulum, Bang Muhyi, Bang Khairil, Bang Ardi, Bang Taufik, Bang Ozi, Bang Ismail). Semoga teman-teman selalu diberi kesehatan dan kelancaran dalam mencapai cita-cita masing-masing.

10. Terima kasih banyak kepada Ustadz Gufran, M.Pd dan teman-teman Musyrif Al-Faraby '01 (Aa' Haidar, Aa' Abun, Aa' Bagus, Aa' Hadi, Aa' Zulham, Aa' Mirza, Aa' Rofiq, Aa' Mio, Aa' Izzul, Aa' Alfian, Aa' Hasan, Aa' Ujang, Aa' Agus, Aa' Yahya, Aa' Syafril, Aa' Rokhman). Semoga diberi kesehatan dan kelancaran dalam menggapai cita-cita masing-masing.
11. Terimakasih kepada Ibu Saidah, Ibu Holifah, Ibu Maemunah, selaku pemilik *home industry* yang telah bersedia untuk memberikan informasi yang dapat membantu menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih kepada seluruh pihak yang sudah berpartisipasi dalam membantu penyelesaian dengan membantu baik secara spritual, moral, dan lain sebagainya.

Peneliti berharap semoga apa yang sudah peneliti berikan yang tertuang dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang, terkhusus untuk lembaga Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Ibrahim Malang yang telah menaungi saya untuk dapat menuntut ilmu disini

Malang, 31 Mei 2021



Chamim Thohari Mahfudillah

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab – Latin dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 Tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Huruf

ا	= a	ر	= r	ف	= f
ب	= b	ز	= z	ق	= q
ت	= t	س	= s	ك	= k
ث	= ts	ش	= sy	ل	= l
ج	= j	ص	= sh	م	= m
ح	= h	ض	= dl	ن	= n
خ	= kh	ط	= th	و	= w
د	= d	ظ	= zh	ه	= h
ذ	= dz	ع	= ‘	ء	= ’
		غ	= gh	ي	= y

B. Vokal Panjang

أُ = û
Vokal (a) panjang = â إِي = î

Vokal (i) panjang = î

Vokal (u) panjang = û

C. Vokal Diftong

أَو = aw

أَي = ay

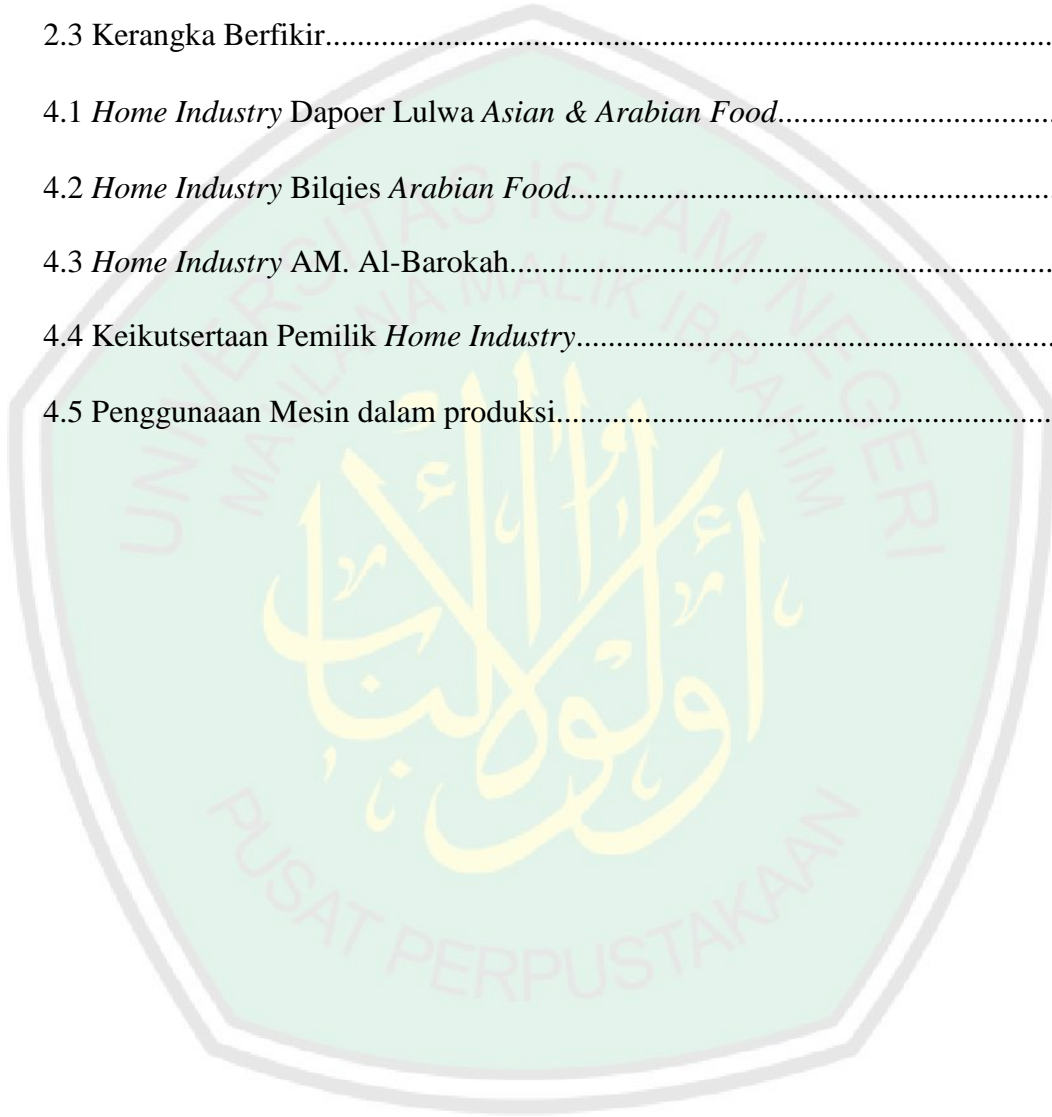
DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Originalitas Penelitian.....	17
3.1 Tabel Pertanyaan Wawancara.....	62
4.1 Tabel Keuntungan (Omset) pada masa <i>new normal</i>	110



DAFTAR GAMBAR

2.1 Strategi Keunggulan Kompetitif/Bersaing.....	42
2.2 Kompetensi Inti Perusahaan.....	43
2.3 Kerangka Berfikir.....	55
4.1 <i>Home Industry</i> Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food.....	71
4.2 <i>Home Industry</i> Bilqies Arabian Food.....	73
4.3 <i>Home Industry</i> AM. Al-Barokah.....	74
4.4 Keikutsertaan Pemilik <i>Home Industry</i>	83
4.5 Penggunaan Mesin dalam produksi.....	86



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	TRANSKIP HASIL WAWANCARA
LAMPIRAN II	BUKTI KONSULTASI SKRIPSI
LAMPIRAN III	DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA
LAMPIRAN IV	SURAT IZIN PENELITIAN
LAMPIRAN V	SURAT IZIN MELAKUKAN PENELITIAN
LAMPIRAN VI	DOKUMENTASI LAPANGAN
LAMPIRAN VII	BIODATA DIRI MAHASISWA



ABSTRAK

Mahfudillah, Chamim Thohari. 2021. *Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry di Era New Normal (Studi Kasus Home Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)*. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi: Nur Lailatus Zahroh, M. Pd

Kata kunci: Strategi, *Home Industry*, *New Normal*

Banyak sektor ekonomi yang mengalami kesulitan pada saat terjadinya pandemi, salah satunya yakni *home industry*. Pada awal pandemi tingkat produktivitas dari *home industry* sempat mengalami penurunan. Sehingga, setiap *home industry* mempunyai strategi yang berbeda untuk mengembalikan kinerja *home industry* ke keadaan normal. Penerapan strategi yang bermacam-macam ini tergantung kepada sikap pemilik *home industry* saat menghadapi dan menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh masing-masing *home industry* mereka.

Tujuan penelitian ini yaitu : (1) mengetahui konsep pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal*, (2) mengetahui implementasi pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal*, (3) mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal*.

Penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yang digunakan dengan penelitian atau bisa disebut studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan peneliti sendiri menjadi instrumen kunci dalam penelitian ini. Reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan adalah proses dalam menganalisis data.

Hasil penelitian ini adalah : konsep pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal* yang berupa perbedaan kondisi yang dirasakan oleh masing-masing *home industry* sehingga kebijakan atau strategi yang digunakan yakni dengan promosi dan penjualan dengan media *online*, menjaga kualitas makanan, memperbaiki fasilitas *home industry*, serta menggunakan produk unggulan guna menarik konsumen. Implementasi pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal* dengan membuka *open order* di pagi hari di *whatsapp*, *instagram* dengan pengantaran setelah 2 jam *order*, menambahkan bahan dengan memaksimalkan kualitas produk, fasilitas-fasilitas yang kurang memadai atau bisa ditambahkan guna kenyamanan konsumen dalam berkunjung ke tempat *home industry*, seperti penambahan fasilitas *wifi* di AM. Al-Barokah. Menggunakan produk yang diunggulkan dapat berupa menu baru atau menu yang sudah lama dipercaya oleh konsumen. Faktor pendukung yang berupa motivasi, kesediaan konsumen, manajemen keuangan yang baik kemudian faktor penghambatnya adalah akses jangkauan tempat, kurangnya pengetahuan dalam mengolah media *online*, dan bahan baku yang mahal dan sulit didapat.

ABSTRACT

Mahfudillah, Chamim Thohari. 2021. Home Industry Development Strategy in the New Normal Era (Case Study Of The Arab Food Home Industry In Pagelaran District) . Thesis, Department of Social Science Education, Faculty of Education and Teacher Training, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Thesis. Advisor: Nur Lailatus Zahroh, M. Pd

Keywords: Strategy, Home Industry, New Normal

Many economic sectors are experiencing difficulties during the pandemic, one of which is the home industry. At the beginning of the pandemic, the productivity level of the home industry had decreased. Thus, each home industry has a different strategy to restore the home industry's performance to its normal state. The application of these various strategies depends on the attitude of the home industry owner when facing and resolving the problems that are being faced by their respective home industries.

The objectives of this study are : (1) To determine the concept of home industry-based business development in the new normal era, (2) To determine the implementation of home industry-based business development in the new normal era, (3) To determine the supporting and inhibiting factors. From developing a home industry-based business in the new normal era.

This study uses a qualitative research method with a case study approach. The data collection techniques used were observation, interview, and documentation. Meanwhile, the key instrument in this research is the researcher. Data reduction, data presentation, and drawing conclusions are processes in analyzing data.

The result of this research is the concept of home industry-based business development in the new normal era in the form of differences in the conditions felt by each home industry. Therefore, the policies or strategies used can be in the form of promotion and sales of online media, maintaining food quality, improving home industry facilities, and using superior products to attract consumer interest. Implementation of home industry-based business development in the new normal era, namely, opening open orders in the morning via WhatsApp, Instagram with the delivery after 2 hours of order, adding ingredients by maximizing product quality, repairing or adding inadequate facilities to increase consumer comfort. When visiting the home industry, such as the provision of wifi facilities in AM. Al-Barokah. Promote superior products in the form of new menus or menus that have long been known by consumers. Supporting factors in the form of motivation, customer loyalty, good financial management. Then, the inhibiting factors are access to place coverage, lack of knowledge in processing online media, and raw materials which are expensive and difficult to obtain.

مستخلص البحث

محفوظ الله، حميم طاهري. 2021. إستراتيجية تطوير الأعمال القائمة على الصناعة المنزلية في العصر العادي الجديد (دراسة حالة عن الصناعة المنزلية الأغذية العربية في منطقة فاجيلاران). البحث العلمي، قسم تعليم العلوم الإجتماعية، كلية التربية والتعليم، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. مشرفة البحث: نور ليلة الزهره الماجستير.

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية، الصناعة المنزلية، العادي الجديد

واجه كثير من القطاعات الاقتصادية صعوبات أثناء انتشار الوباء. أحد القطاع الذي تأثر بوباء كوفيد-19 هو قطاع الصناعة المنزلية. انخفض مستوى الإنتاجات التي شعرت بها الصناعة المنزلية في بداية الوباء حتى يقوم كل صناعة منزلية بالإستراتيجية التي تعتبر قادرة على إعادة أداء الصناعة المنزلية إلى طبيعته مرة أخرى. تطبيق هذه الاستراتيجيات المختلفة يؤدي أيضا على كيفية صاحب الصناعة المنزلية في مواجهة وحل المشكلات التي واجهها كل صناعة منزلية.

أهداف هذا البحث هي: (1) معرفة مفهوم تطوير الأعمال القائمة على الصناعة المنزلية في العصر العادي الجديد، (2) معرفة تنفيذ تطوير الأعمال القائمة على الصناعة المنزلية في العصر العادي الجديد، (3) معرفة العوامل الداعمة والعوامل المثبطة لتطوير الأعمال التجارية القائمة على الصناعة المنزلية في العصر العادي الجديد.

يستخدم هذا البحث منهجا نوعيا مع نوع الدراسة دراسة الحالة. جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث يعني الملاحظة والمقابلة والوثائق. ويصبح الباحث نفسه الأداة الرئيسية في هذا البحث. تصنيف البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج هي عمليات في تحليل البيانات.

نتائج هذا البحث هي: مفهوم تطوير الأعمال القائمة على الصناعة المنزلية في العصر العادي الجديد بشكل اختلافات الأحوال التي يشعر بها كل صناعة منزلية بحيث تكون السياسات أو الاستراتيجيات المستخدمة هي الترويج والمبيعات مع الوسائط عبر الإنترنت، والمحافظة على جودة الغذاء، وتحسين مرافق الصناعة المنزلية، وكذلك استخدام منتجات فائقة الجودة لجذب المستهلكين. تنفيذ تطوير الأعمال القائمة على الصناعة المنزلية في العصر العادي الجديد بفتح فرصة الطلب في الصباح عبر WhatsApp و Instagram مع التسليم بعد ساعتين من الطلب، وإضافة المكونات بطريق تعظيم جودة المنتج تحسين مرافق غير الملائمة أو إضافة بعض مرافق لراحة المستهلكين في زيارة أماكن الصناعة المنزلية، مثل إضافة مرافق Wifi في الصناعة المنزلية AM. Al-Barokah. يمكن أن يكون استخدام المنتج الممتاز في شكل جديد أو قديم يثق به المستهلكون لفترة طويلة. من العوامل الداعمة هي الحافز، وولاء العملاء، والإدارة المالية الجيدة. ثم العوامل المثبطة هي طريقة الوصول إلى المكان، ونقص المعرفة في تدبير الوسائط عبر الإنترنت، والمواد التي يصعب الحصول عليها وباهظة الثمن.

DAFTAR ISI

BAB I	3
PENDAHULUAN	3
A. Konteks Penelitian	3
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Originalitas Penelitian	11
F. Definisi Istilah	16
G. Sistematika Pembahasan	18
PERSPEKTIF TEORI	20
A. Landasan Teori	20
1. Pengertian Usaha	20
2. Jenis-Jenis Usaha	23
3. Tahapan Pengembangan Usaha	26
4. Strategi Pengembangan Usaha	34
5. Strategi Keunggulan Kompetitif	38
6. Strategi Pengembangan Usaha <i>Home Industry</i> di Era <i>New Normal</i>	48
7. Peran Pendidikan dalam Kewirausahaan	51
B. Kerangka Berfikir	54
BAB III	56
METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Kehadiran Peneliti	57
C. Lokasi Penelitian	58
D. Data dan Sumber Data	59
E. Teknik Pengumpulan Data	61
F. Teknik Analisis Data	63
G. Teknik Keabsahan Data	67
H. Prosedur Penelitian	69
BAB IV	70

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	70
A. Gambaran Umum.....	70
1. Profil <i>Home Industry</i>	70
B. Paparan Data	75
1. Konsep Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di era <i>New Normal</i>	75
2. Implementasi Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di Era <i>New Normal</i>	84
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di era <i>New Normal</i>	102
C. Temuan Penelitian.....	107
1. Konsep Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di Era <i>New Normal</i>	107
2. Implementasi Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di era <i>New Normal</i>	108
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di Era <i>New Normal</i>	109
BAB V.....	111
PEMBAHASAN	111
A. Konsep Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di Era <i>New Normal</i>	111
B. Implementasi Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di Era <i>New Normal</i>	122
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di Era <i>New Normal</i>	134
PENUTUP.....	137
A. Kesimpulan	137
B. Saran.....	138
Daftar Pustaka	139

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Usaha adalah suatu hasil ide, karya dari masing-masing individu manusia. Memulai suatu usaha tentu banyak cerita yang dapat diambil pelajaran. Usaha adalah salah satu bentuk wadah untuk menyalurkan hobi, kreasi, inovasi, dan segala hal yang bisa kita kembangkan. Ruang lingkup usaha sangatlah luas, tergantung bagaimana usaha itu dilihat dari cakupannya atau pendirinya. Usaha memang sangat penting bagi masyarakat, dikarenakan usaha ini dapat menyambung kelangsungan hidup sehari-hari sehingga banyak masyarakat kesejahteraannya sedikit demi sedikit terbantu oleh kegiatan mendirikan suatu usaha.

Sebelum memulai usaha, terlebih dulu perlu pemilihan bidang yang ingin ditekuni. Pemilihan bidang usaha ini penting agar mampu mengenal seluk-beluk usaha tersebut dan mampu mengelolanya. Pemilihan bidang usaha ini harus disesuaikan dengan minat atau bakat seseorang karena minat bakat faktor penentu dalam menjalankan usaha.¹

Usaha yang ada di dalam masyarakat juga bisa di daerah tertentu disebut dengan perusahaan. Dalam perubahan lingkungan ekonomi dan bisnis yang

¹ Kasmir. *Kewirausahaan*. (Depok: Raja Grafindo Perkasa, 2006) hlm. 42

dinamis, perusahaan akan saling bersaing untuk merebut konsumen, meningkatkan omzet, maupun memperbesar pangsa pasar dengan cara memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumennya. Persaingan global telah membuat banyak perubahan dalam kemajuan teknologi menjadikan konsumen selalu meminta produk-produk berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau. Hal ini mendorong setiap perusahaan untuk mencari bagaimana permintaan konsumen dapat dipenuhi dan sekaligus memenangkan persaingan dalam merebut pasar.²

Dikutip dari media *online* bahwasannya, data perusahaan di Indonesia banyak sekali, dengan beragamnya jenis perusahaan itu sendiri. Perusahaan kecil sendiri juga termasuk dalam perusahaan yang ada di Indonesia. Dalam beberapa hal lain, perusahaan kecil ini juga disebut dengan IKM (Industri Kecil Menengah), ada juga istilah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Tentu dalam menjalankan kegiatan perusahaan akan ada tujuan yang harus dicapai oleh setiap perusahaan. Setiap negara memiliki istilah yang tidak dapat saling dibanding-bandingkan.³

Di Indonesia, sebagaimana halnya banyak di negara berkembang yang lain, sektor industri disiapkan untuk mampu menjadi motor yang menggerakkan kemajuan sektor-sektor yang lainnya, dan diharapkan bisa menjadi pemimpin dari industri tersebut. Itulah sebabnya industrialisasi senantiasa menemani

² Arif Hoetoro. *Ekonomika industri Kecil*. (Malang: UB Media, 2017) hlm. 121

³ Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang berperan besar (29 Juli 2019). 9 Juni 2021. UKM INDONESIA. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>

perjalanan pembangunan ekonomi.⁴ Perjalanan ekonomi Indonesia tentu industri juga berpengaruh banyak. Industri dibidang kecil dan industri besar, sama-sama mempunyai andil dalam membangun perekonomian Negara Indonesia.

Kondisi pandemi virus covid-19 ini membuat perekonomian menjadi terganggu. Banyak perusahaan, industri besar maupun kecil terdampak keuangannya sehingga memangkas biaya operasional dengan cara mengurangi staff, pegawai ataupun karyawannya. Bahkan ada beberapa jenis usaha yang harus menutup sementara bisnis mereka, entah itu karena himbauan pemerintah, atau keinginan *owner* sendiri sebagai upaya meminimalisir penyebaran virus.

Membicarakan jenis usaha tentu saat ini masyarakat banyak menggeluti usaha rumah tangga atau bisa dikenal dengan *home industry*. Jadi kegiatan ini adalah kegiatan usaha yang dijalankan dalam rumah tangga yang memiliki porsi yang sangat besar dibandingkan jenis-jenis usaha lainnya. Bisnis rumah tangga umumnya dikerjakan di rumah dengan menggunakan fasilitas yang ada dalam rumah sebagai modal berusaha untuk meminimalkan biaya awal dan biaya operasi. Dalam usaha rumah tangga atau yang bisa disebut dengan *home industry* fleksibilitas pemilik masih dipertahankan sehingga seringkali kegiatan usaha sangat bergantung dengan ketersediaan waktu luang anggota keluarga.

⁴ Dumairy. *Perekonomian Indonesia*. (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm. 230

Kemajuan teknologi atau etalase elektronik seperti *e-commerce* bagi wirausaha yang menjalani usaha online.⁵

Dilansir dari media *liputan6.com* (online) menyatakan bahwa ada sekitar 99.213 usaha mikro yang ada di Malang ini dan tersebar di 5 Kecamatan. Hal ini tentu dapat dilihat bagaimana peningkatan taraf hidup masyarakat yang harus diperhatikan dan terus dikontrol agar usaha ini bisa lebih mengembangkan usahanya agar dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan.⁶

Ada beberapa *home industry* yang saat ini masih bisa eksis dan bisa masih berlanjut hingga sekarang yakni yang pertama Dapur Lulwa. Bisnis ini menggeluti makanan Arab yang beralamat di perumahan Banjarejo Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang. Tempat untuk mengembangkan bisnis ini terdapat di rumah asli pemilik usaha. Rumah ini asalnya adalah rumah dari perumahan Banjarejo yang tidak terlalu besar. Tapi seiring waktu usaha ini mendapat perhatian yang baik dari masyarakat sehingga pemilik usaha ini dapat memperluas tempat kerja sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerjanya. Usaha ini pada awalnya hanya pemilik usaha yang menjalankan, tapi sekarang usaha ini sudah dibantu oleh beberapa orang pekerja, yang tentunya ini menunjukkan usaha ini berhasil ada peningkatan.

⁵ Franky slamet,dkk. *Dasar-dasar Kewirausahaan : Teori dan Praktik*.(Jakarta: Indeks,2016)hlm. 11

⁶ Usaha kecil di Malang yang makin menggiurkan (2 Maret 2019). 9 Juni 2021.
<https://www.liputan6.com/regional/read/3905728/usaha-kecil-di-malang-yang-makin-menggiurkan>

Selain Dapur Lulwa, ada juga bisnis makanan Arab yang berjalan dengan lancar yakni Bilqies *Arabian Food* . Home industri ini telah berjalan beberapa tahun yang telah memasarkan kepada seluruh lapisan masyarakat. Letak home industri di Desa Brongkal Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang. Bisnis yang dimulai dengan mencoba resep makanan Arab ini membuahkan hasil. Dengan awal hanya dititipkan di beberapa warung, kini bisnis ini mulai dikenal masyarakat dan bisa membuka usaha sendiri di rumah pemiliknya. Bisnis ini masih dijalankan sendiri oleh Ibu Holifah.

Home industri yang selanjutnya adalah Al-Barokah yang dimiliki oleh Ibu Maemunah. Bisnis ini telah berjalan lima tahun, dan mendapat perhatian yang bagus dari masyarakat. Selain bisnis *Arabian Food* , beliau juga membuka rumah makan yang juga ada tempat kopi. Bisnis ini terletak di Gondanglegi yang berupa kedai kopi dan rumah makan, di tempat pemiliknya juga membuka usaha yang berada di Desa Sumbergempol Kecamatan Pagelaran kabupaten Malang. Home industri ini sebelum Covid-19 berjalan dengan baik, karena adanya pandemi Covid-19 keuntungan bisnis ini kurang maksimal sampai bisnis ini mengambil kebijakan untuk mengurangi karyawan untuk bisa sedikit bantuan untuk bisnis ini tetap berjalan, hingga sekarang menjadi dua karyawan. Tapi tetap bisnis ini dapat berjalan ditengah pandemi Covid-19.

Menghadapi masa *New Normal* masing-masing home industri mengalami banyak penurunan keuntungan atau omset. Hal ini menyebabkan

kebijakan yang harus dilakukan oleh masing-masing bisnis agar dapat mempertahankan kegiatan bisnis tetap berjalan. Adapun rincian penurunan omset selama era *New Normal* adalah sebagai berikut :

No.	<i>Home Industry</i>	Rata-rata Omset sebelum Pandemi (Rp)/Bulan	Rata-rata Omset setelah pandemi (Rp)/Bulan	Penurunan (%)
1	Dapur Lulwa	5.000.000-8.000.000	4.000.000-6.000.000	25-35
2	Bilqies <i>Arabian Food</i>	2.000.000-3.000.000	800.000-1.500.000	50
3	RM. Al Barokah	3.000.000-5.000.000	1.000.000-1.500.000	60-65

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap *home industry* mengalami penurunan dalam keuntungan bulanannya. Hal ini tentu harus dihadapi oleh masing-masing *home industry* dalam menyikapi kondisi yang dirasakan saat ini. Yang harus dilakukan yakni dengan menyusun strategi agar home industri tetap berjalan. Dalam hal ini setiap pemilik *home industry* harus memiliki bahan evaluasi agar dalam menjalankan bisnis dapat memaksimalkan penjualan dengan baik meski ditengah pandemi covid-19.

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas di atas, peneliti sangat antusias terkait bisnis tersebut dikarenakan dalam masa seperti ini tentu banyak sekali tantangan yang harus dihadapi untuk pelaku bisnis atau usaha yang telah berdiri, terkait hal tersebut strategi pengembangan yang harus dilakukan dengan

bijak dan dapat berdampak baik terhadap bisnis yang akan dijalani. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk membahas “ **Strategi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* Di Era *New Normal* (Studi *Home Industry Makanan Arab* di Kecamatan Pagelaran)** .

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian penelitian diatas, peneliti dapat menuliskan beberapa fokus penelitiannya, sebagai berikut ;

1. Bagaimana konsep pengembangan usaha berbasis *home industry Arabian Food* di era *new normal* ?
2. Bagaimana implementasi pengembangan usaha berbasis *home industry Arabian Food* di era *new normal* ?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha berbasis *home industry Arabian Food* di era *new normal* ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan ini ada beberapa hal untuk menjawab apa yang menjadi fokus penelitian diatas, antara lain :

1. Untuk dapat mengetahui dan memahami konsep pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal*.
2. Untuk dapat mengetahui dan memahami implementasi pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal*.

3. Untuk dapat mengetahui dan memahami faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal*.

D. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang akan didapat beberapa adalah sebagai berikut ;

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis baik bagi peneliti maupun pembaca berupa memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang strategi pengembangan usaha. Selain itu juga, membuka wawasan baru terkait proses pengembangan usaha berbasis *home industri* makanan.

2. Manfaat Praktis

Adapun secara praktis, penelitian ini bisa memberikan manfaat kepada peneliti maupun pihak-pihak yang terlibat, yakni :

- a. Peneliti: menambah pengalaman dalam melakukan atau mengkaji fenomena yang terjadi dilapangan.
- b. Kalangan Akademisi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: menjadi panduan tentang alur / kerangka berpikir ketika akan melakukan penelitian
- c. Pemilik *home industri*: menjadi bahan pertimbangan untuk menjalankan usaha yang telah dijalani, serta menjadi bahan evaluasi dalam perjalanan usahanya.

E. Originalitas Penelitian

Selama proses penulisan, peneliti telah melakukan penelusuran terhadap beberapa skripsi dan karya ilmiah jurnal yang tersedia, sampai saat ini penulis belum pernah menemukan karya yang sama dengan penelitian yang dibahas oleh peneliti. Namun, terdapat beberapa skripsi dan jurnal penelitian yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Pertama, Skripsi milik Sarah Fauziah Audina (2017), Secara umum, hasil dari penelitian Sarah Fauziah bertujuan guna menjelaskan bahwa strategi meningkatkan usaha tersebut menggunakan salah satu strategi usaha yakni aras mikro dan mezzo. Disebutkan bahwa pebisnis tersebut melihat ada beberapa indikator yang harus dilihat dalam berwirausaha agar penjualan mengalami peningkatan. Skripsi ini menggunakan metode jenis penelitian kualitatif, serta teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi. Perbedaan penelitian skripsi Sarah Fauziah Audina dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak pada cara atau strategi aras mikro dan mezzo yang digunakan untuk memasarkan produk usahanya. Sedangkan penelitian yang dilakukan lebih menekankan bagaimana strategi untuk mengembangkan usaha produk ditengah era *new normal*. Persamaan kedua penelitian ini ya itu terdapat pada bagaimana menemukan strategi yang baik untuk menjalankan sebuah bisnis.⁷

⁷ Sarah Fauziah Audina, “Strategi Keberhasilan Usaha Home Industry dalam Memberdayakan Masyarakat (Studi Kasus Home Industry Sepatu Bapak Haryono di RT 02 Kemayoran Jakarta Pusat),

Kedua, skripsi milik Nurul Rizkika (2017), Secara umum skripsi ini bertujuan menjelaskan model pengembangan ekonomi yang dilaksanakan dengan beberapa tahap pada masyarakat Ambarawa Timur. Tahap-tahap tersebut semata-mata untuk meningkatkan pengembangan ekonomi masyarakat sekitar. Dalam pelaksanaannya banyak sekali kendala atau faktor penghambat dalam mengembangkan usaha air kerawang ini. Metode yang digunakan yakni dengan jenis penelitian kualitatif-deskriptif, serta menggunakan teknik pengumpulan data berupa *interview* atau wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaan skripsi Nurul Rizkika dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak pada penggunaan perspektif Islam. Tentu sangat berbeda ketika usaha atau bisnis yang dijalani kita lihat dari sisi religius. Sedangkan penelitian yang dilakukan tidak fokus terhadap satu perspektif tetapi pandangan secara umum dalam bidang usaha dan bisnis terlebih dalam bidang ekonomi. Penelitian yang dilakukan ini juga terfokus dalam perintisan dari sebuah usaha yang ditekuni serta strategi dalam menjalani usaha baru dengan kondisi era *new normal*. Disamping perbedaan tersebut ada kesamaan yang dimiliki oleh kedua penelitian tersebut yakni sama-sama topik bisnis *home industry* yang berada pada masyarakat yang bertujuan juga untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.⁸

Skripsi (Jakarta: Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)

⁸ Nurul Rizkika, “ *Pengembangan Usaha Home Industry Air Kerawang Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Masyarakat Usaha Air Kerawang di Dusun Kerawang Sari, Kerawang, Kecamatan Ambarawa Kabupaten Peringsewu)*, Skripsi (Lampung: Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Raden Intan Lampung, 2017)

Ketiga, Skripsi milik Adhi Nugroho (2016), Secara garis besar penelitian ini mempunyai tujuan membahas tentang bisnis ceriping dengan aneka rasa yang terletak di Desa Banjarwaru Kecamatan Banjarwaru Kabupaten Batang. Selain itu di sini juga membahas kelebihan jenis usaha ceriping ini karena bisa memproduksi dengan berbagai macam rasa yang tidak dipunyai oleh jenis usaha lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kualitatif-deskriptif yang menggunakan teknik pengumpulan data yakni dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaan skripsi Adhi Nugroho dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian terdahulu menggunakan strategi dari beberapa aspek saja untuk meningkatkan *home industry* ini. Contohnya strategi yang dilakukan dengan hanya menambah inovasi dalam kemasan produknya agar konsumen tertarik. Dan juga penelitian yang dilakukan mengedepankan strategi yang cocok untuk di era *new normal*. Kesamaan di dua penelitian ini yakni sama-sama meneliti *home industry* makanan.⁹

Keempat, Jurnal penelitian milik Dini Rochdiani dan kawan-kawan (2018) Secara umum, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa manajemen *home industry* ini menunjukkan bagaimana upaya memberikan edukasi dalam diferensiasi produk olahan di Desa Sindangsari. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan hasil produksi serta mengembangkan bisnis yang telah ada. Sisi

⁹ Adhi Nugroho, “ *Strategi Pengembangan Kewirausahaan Masyarakat melalui Home Industri Ceriping Desa Banjarwaru Kecamatan Bawang Kabupaten Batang* “, Skripsi (Semarang: Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2016)

edukatif yang dimunculkan dengan adanya kegiatan sosialisasi atau penyuluhan tapi juga ada sisi untuk memberi pengetahuan untuk lebih memperbaiki lagi cara mereka dalam memasarkan, mengemas produk dan lain sebagainya. Penelitian ini juga menyebutkan jika masyarakat Desa Sindangsari ini perlu adanya pendamping dalam pemasaran olahan produk masyarakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni penelitian terdahulu lebih menekankan pada bagaimana manajemen masyarakat Desa Sindangsari dalam mengolah produk serta dalam bidang diferensiasi produk perlu adanya pendampingan secara berkala. Sedangkan penelitian yang dilakukan ini lebih menekankan pada strategi atau cara untuk mengembangkan bisnis yang telah mulai dikenal masyarakat di tengah era *new normal*. Penelitian yang akan dilakukan juga masih belum fokus terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar. Namun, persamaan antara kedua penelitian tersebut terletak pada *home industry* atau industri rumah tangga yang keduanya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat menengah ke bawah.¹⁰

Kelima, Jurnal penelitian milik Khairil Hamdi dan Dorris Yadewani (2019), Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bahwa bagaimana strategi mengembangkan bisnis dengan memanfaatkan teknologi yang telah ada saat ini. Tentu untuk bisa memanfaatkan teknologi yang baik, masyarakat butuh pengarahan untuk bisa menggunakan teknologi dalam

¹⁰ Dini Rochdiani dan kawan-kawan. Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat Vol. 7 No. 1 Maret 2018, “*Manajemen Usaha Home Industry Desa Sindangsari Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang*”.

mengembangkan bisnisnya dengan baik. Dari hasil ini dibahas juga tentang bagaimana memberi penyuluhan atau sosialisasi yang baik agar masyarakat bisa paham bagaimana memasarkan produk di media sosial. Adapun strategi yang dilakukan untuk meningkatkan produktivitas yakni dengan promosi di berbagai *platform* media sosial. Sosialisasi yang dilakukan berupa materi tentang pengetahuan industri rumah tangga serta manajemen dalam industri yang berbasis makanan. Perbedaan yang dimiliki oleh peneliti yang terdahulu yakni lebih menekankan pada bagaimana strategi mengembangkan bisnis dengan mensosialisasikan pentingnya pemanfaatan internet yang sangat berpengaruh pada produktivitas kerja. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada bagaimana strategi mengembangkan bisnis, dan juga faktor pendukung dan penghambat ini harus menjadi bahan evaluasi agar lebih baik kedepannya. Persamaan yang dimiliki oleh kedua penelitian ini yaitu sama membahas bagaimana berjalannya usaha di bidang kuliner serta strategi apa saja yang akan digunakan sebagai acuan dalam meningkatkan produktivitas kerja.¹¹

Berdasarkan uraian tersebut bisa digambarkan dengan tabel yang akan disajikan dibawah ini, yakni sebagai berikut :

¹¹ Khairil Hamdi dan Dorris Yadewani. Prosiding Seminar Nasional Hasil Kepada Masyarakat Tahun 2019, “*Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Home Industry Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif*”

1.1 Tabel Originalitas Penelitian

NO	Nama Peneliti, , Bentuk, Penerbit, Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Originalitas Penelitian
1.	Sarah Fauziah Audina, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017	Meneliti tentang strategi pengembangan usaha	Peneliti terdahulu menggunakan variabel strategi aras mikro dan mezzo.	Penelitian yang dilakukan lebih mengarah pada strategi yang baik dalam menghadapi pasar ditengah pandemi covid-19 atau era <i>new normal</i> .
2.	Nurul Rizkika, Skripsi, IAIN Raden Intan Lampung, 2017	Hal yang sama dimiliki terletak pada variabel yang akan diteliti yakni <i>home industri</i>	Penelitian menggunakan perspektif islam dalam meninjau pengembangan <i>home industri</i> Air Kerawang.	Penelitian yang dilakukan tidak menggunakan perspektif tertentu dalam meninjau strategi pengembangan <i>home industri</i> .
3.	Adhi Nugroho, Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2016	Meneliti tentang strategi pengembangan <i>home industri</i> dibidang makanan/kuliner	hal yang berbeda dimiliki pada variabel strategi pengembangan kewirausahaan masyarakat	Penelitian yang dilakukan lebih menekankan penyeimbangan strategi pengembangan usaha
4.	Dini Rochdiani dan kawan-kawan, Jurnal, 2018	penelitian ini memiliki kesamaan pada variabel usaha <i>home industri</i> .	Hal yang berbeda dimiliki terletak variabel manajemen Usaha <i>home industri</i>	Penelitian yang dilakukan lebih fokus terhadap strategi pengembangan usaha berbasis <i>home industri</i>
5.	Khairil Hamdi dan Dorris Yadewani, Jurnal, 2019	Persamaan yang terdapat yakni sama-sama membahas strategi pengembangan <i>home industri</i>	Perbedaan yang ada yakni peneliti terdahulu terdapat batasan variabel perempuan.	Penelitian yang dilakukan lebih mengarah pada strategi pengembangan usaha yang tidak dibatasi objek.

F. Definisi Istilah

1. Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam hal pemasaran ialah sebuah perencanaan untuk langkah meningkatkan keberhasilan dalam hal bisnis atau ekonomi yang berdasarkan pada perencanaan produk, meneliti pasar, merencanakan penjualan, distribusi, dan penilaian.
2. Usaha adalah proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa serta kemakmuran. Tambahan nilai dan kemakmuran ini diciptakan oleh individu wirausaha yang memiliki keberanian untuk menanggung resiko, menghabiskan waktu serta menyediakan berbagai produk barang dan jasa. Barang dan jasa yang dihasilkan oleh wirausaha tidak selalu merupakan barang baru, tetapi harus memiliki nilai baru dan berguna.
3. *Home industry* adalah suatu bisnis yang dilaksanakan dikalangan rumah tangga yang dimana tanpa adanya badan hukum untuk menaunginya tidak membatasi kreativitas dalam berproduksi.

Jadi, strategi pengembangan usaha berbasis *home industry* adalah suatu kebijakan atau langkah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mengeluarkan ide-ide kreatif dalam berbisnis serta dilaksanakan masih dalam rumah atau tempat tinggal, bukan perusahaan besar atau yang sejenisnya

G. Sistematika Pembahasan

Secara umum dalam bagian ini menjelaskan ada beberapa poin yang harus diketahui oleh khalayak umum. Bab antar bab sangatlah berkaitan untuk mendapatkan gambaran tentang penelitian ini, maka secara umum sistematika yang tersusun dalam penelitian ini adalah :

BAB I berisi tentang pendahuluan yang meliputi beberapa poin : latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat, originalitas penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan

BAB II berisi tentang kajian pustaka meliputi : tentang usaha, strategi pengembangan bisnis atau usaha, jenis-jenis usaha, teknik pengembangan usaha, tahap pengembangan usaha, dan strategi keunggulan kompetitif.

BAB III berisi tentang metodologi penelitian yang meliputi : jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi, dan sumber data, analisis data, teknik pengumpulan data dan tahap penelitian.

BAB IV berisi tentang paparan data dan hasil penelitian, yang meliputi profil ketiga *home industry* serta hasil terkait konsep pengembangan, implementasi pengembangan usaha, faktor pendukung dan faktor penghambat dalam mengembangkan usaha.

BAB V berisi tentang pembahasan hasil temuan peneliti yang telah dijelaskan pada bab empat untuk dilaksanakan analisis terhadap fokus masalah yang ada, yakni terkait konsep pengembangan usaha, implementasi pengembangan usaha,

serta faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha berbasis *home industry ARABIAN FOOD* di era *new normal*.

BAB VI berisi tentang penutup dan bagian terakhir dari seluruh rangkaian penelitian, yang berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran-saran yang membangun bagi penelitian selanjutnya.



BAB II

PERSPEKTIF TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengertian Usaha

Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi, wirusaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu, ini baru dari segi etimologi (asal usul kata).¹²

Secara historis, istilah perusahaan berasal dari Hukum Dagang dan merupakan hukum perikatan yang timbul khusus dari lapangan perusahaan. Hukum Dagang ini merupakan hukum perdata khusus yang dirancang atau diciptakan bagi kaum pedagang. Artinya, pemberlakuannya hanya diperuntukkan bagi kaum pedagang saja, tidak untuk digunakan di luar pedagang.¹³

Hasan dan Lehar (2011) mendefinisikan perusahaan sebagai organisasi ekonomi yang memanfaatkan proses produksi untuk mentransformasi input atau faktor produksi menjadi output yang berupa barang dan jasa. Dalam transformasi input menjadi output ini, perusahaan mengombinasikan berbagai sumberdaya insani dan material sehingga dihasilkan produk-produk industrial yang diinginkan. Sementara itu Barthwal (2010)

¹² Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 1

¹³ Mulhadi. *Hukum Perusahaan: Bentuk-bentuk badan usaha di Indonesia*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010) hlm. 3

menyatakan perusahaan sebagai sebuah organisasi yang dimiliki seseorang atau lebih yang terlibat dalam kegiatan produktif.¹⁴

Badan usaha adalah payung hukum yang membawahi usaha yang akan dijalankan. Payung hukum ini penting agar perusahaan tidak melanggar hukum dalam menjalankan aktivitas, artinya di mata hukum perusahaan dijalankan sah. Jika suatu hari terdapat tuntutan hukum.¹⁵

Organisasi bisnis lazim disebut perusahaan, yaitu sarana untuk mencari laba (keuntungan). Organisasi bisnis didirikan oleh pemilik modal atau lazim disebut kaum kapitalis. Tujuannya adalah untuk mengembangkan modalnya melalui perolehan laba. Dalam organisasi bisnis anggotanya terdiri dari pemilik, manajer dan buruh. Pemilik adalah mereka yang memiliki alat kerja, memiliki modal kerja, menentukan sasaran kerja, dan menentukan metode kerja. Manajer adalah orang yang menjadi kepercayaan pemilik untuk memimpin organisasi bisnis, dan buruh adalah yang mengoperasikan alat kerja untuk mencapai sasaran kerja.¹⁶

Suasana perusahaan yang lebih leluasa, ceria, bebas terkendali, membuka peluang bagi orang-orang kreatif mengembangkan talenta, kemampuan daya pikir dan daya ciptanya. Mereka bisa mengembangkan secara bertanggungjawab apa yang diinginkan yang dianggap baik yang mengarah pada hal-hal positif sehingga menguntungkan bagi perusahaan.

¹⁴ Arif Hoetoro. *Ekonomika Industri Kecil*. (Malang: UB Press, 2017) hlm.66

¹⁵ Kasmir. *Kewirausahaan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014) hlm.47

¹⁶ Darsono Prawironegoro. *Kewirausahaan Abad 21*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017) hlm.

Jika kesempatan ini tidak terbuka pada sebuah perusahaan maka bagi seseorang yang kreatif, mereka akan merasa terkekang, akhirnya cenderung tidak produktif dan frustrasi.¹⁷

Sering terjadi seseorang berhasrat untuk mendirikan usaha baru karena terdorong oleh adanya peluang sekitar ditempat tinggalnya. Kadang orang yang demikian memiliki impian dan optimisme yang berlebihan. Untuk meredamnya ada baiknya bila mengambil peluang itu, orang itu melakukan evaluasi secara cermat terlebih dahulu. Ada dua pendekatan untuk mendirikan usaha baru. Pertama pendekatan *inside out*, disebut dengan *ideo generation*, yaitu pendekatan berdasarkan gagasan sebagai kunci keberhasilan usaha. Mereka melihat keterampilan, kemampuan, latar belakang dirinya sendiri sebagai yang menentukan jenis usaha yang akan dirintis. Kedua, pendekatan *outside-in* yang disebut juga *opportunity recognition*, yaitu pendekatan yang berbasis ide bahwa perusahaan akan berhasil apabila menanggapi atau menciptakan kebutuhan pasar secara tepat.¹⁸

Tujuan akhir dari perusahaan adalah memaksimalkan nilai, yaitu nilai prestasi kerja harus lebih besar dari nilai harta yang digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis. Nilai itu diukur dengan cara membagi laba bersih

¹⁷ Buchari Alma. *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm. 48

¹⁸ Sudaryono, dkk. *Kewirausahaan Membahas: Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship IT-preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan dilengkapi dengan kasus*. (Yogyakarta: Andi, 2011) hlm. 85

dengan biaya modal. Misal suatu perusahaan menghasilkan laba operasi bersih setelah pajak Rp 120,- nilai harta Rp 1000,- biaya modal 10%, maka nilai perusahaan adalah $(Rp. 120,-/10\%) = Rp 1.200,-$. itu berarti bahwa nilai perusahaan yang sedang berjalan lebih besar daripada nilai hartanya. Perusahaan memiliki nilai tambah yang sebesar Rp 200,- yaitu nilai perusahaan Rp 1.200,- dikurangi nilai harta Rp 1000,-.¹⁹

2. Jenis-Jenis Usaha

Sebagian orang di sekitar kita memilih jenis usaha yang dilakukannya secara latah, yaitu meniru keberhasilan usaha buka warung dan laris, maka ia pun meniru jualan serupa di dekatnya. Umumnya pihak peniru gagal dalam melakukan usaha. Ini disebabkan kondisi setiap orang tidak selalu sama dengan orang lain. Dalam pokok bahasan terdahulu, orang berjiwa wirausaha tidak meniru buta tokoh sejarah yang mereka kagumi, sebab ruang, waktu, dan keadaan lingkungan kita berbeda dengan tokoh dalam sejarah tersebut. Demikian pula dalam hal usaha, karena setiap usaha seseorang ada sesuatu yang khas. Untuk mengenal banyak warung bakso di sekitar lingkungan masyarakat, tentu ada sebagian yang laris karena rasa dan situasinya yang khas lain.²⁰

¹⁹ Darsono Prawironegoro. *Kewirausahaan Abad 21*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017) hlm. 40

²⁰ Bambang Murdaka Eka Jati dan Tri Kuntoro. *Kewirausahaan Technopreneurship untuk Mahasiswa Ilmu-ilmu Eksakta*. (Yogyakarta: Andi, 2015) hlm. 278-279

Dikalangan usahawan telah dikenal tiga jenis usaha, yaitu jenis usaha perdagangan dan distribusi, produksi atau industri, dan jasa komersial, penjelasannya sebagai berikut :²¹

- a. Perdagangan dan distribusi Jenis usaha ini kegiatannya memindahkan barang dari produsen ke konsumen atau dari tempat yang berkelebihan barang ke tempat lain yang kekurangan atau membutuhkan. Bentuk usaha yang termasuk kelompok ini adalah toko, warung atau rumah makan, pedagang perantara, peragenan, dan penyalur.
- b. Produksi atau industri Usaha jenis ini adalah mengubah bahan mentah menjadi barang atau mengubah barang menjadi barang lain yang bernilai tambah. Contoh bentuk usaha yang termasuk jenis ini adalah industri pangan, alat rumah tangga, kerajinan, bahan bangunan, termasuk pula perikanan, pertanian, dan perkebunan.
- c. Jasa komersial Jenis usaha jasa komersial merupakan usaha dengan kegiatan pelayanan dan menjual jasa. Contohnya adalah biro perjalanan, pariwisata, salon, dan juga bengkel.

Perlu diketahui bahwa untuk memilih jenis usaha, memerlukan proses dengan beragam faktor yang perlu dipertimbangkan. Faktor-faktor itu adalah faktor keuntungan, penguasaan teknis, pemasaran, bahan baku, tenaga kerja,

²¹ Buchari Alma. *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. (Bandung: Alfabeta, 2009)hlm. 50

modal, risiko, persaingan, fasilitas dan kemudahan, manajemen, serta sejumlah faktor lainnya.

Dalam mengelola bisnis, wirausahawan memiliki banyak pilihan bentuk kepemilikan, termasuk perusahaan perseorangan, persekutuan umum, persekutuan terbatas, perseroan, *S-Corporation*, dan perusahaan kewajiban terbatas. Perhatikan bahwa bentuk usaha yang paling banyak adalah perusahaan perseorangan, tetapi perusahaan perseorangan menghasilkan proporsi penjualan terbesar dalam bisnis. Ada beberapa bentuk perusahaan, sebagai berikut :²²

- a. Perusahaan Perseorangan. Bentuk kepemilikan yang paling populer masih tetap perusahaan perseorangan (*sole proprietorship*). Perusahaan perseorangan, seperti yang tercermin dalam namanya, merupakan bentuk perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh satu orang.
- b. Persekutuan (*partnership*). Adalah kerjasama antara dua orang atau lebih yang memiliki perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba. Dalam persekutuan, para sekutu saling berbagi aset, kewajiban, dan laba sesuai dengan perjanjian persekutuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
- c. Perusahaan terbatas. Terdiri atas setidaknya seorang sekutu umum dan seorang sekutu terbatas. Dalam persekutuan terbatas, sekutu

²² Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. (Jakarta: Salemba Empat, 2008) hlm. 222

umum dilakukan, secara hukum, persis sama persekutuan umum. Sedangkan sekutu-sekutu terbatas diperlakukan lebih sebagai penanam modal dalam bisnis, dan sekutu terbatas memiliki kewajiban yang terbatas.

- d. Persekutuan terbatas utama (*master limited partnership*) mirip dengan dengan persekutuan biasa. Hanya saham-sahamnya diperdagangkan dibursa saham.
- e. Perseroan adalah bentuk yang paling rumit dari ketiga bentuk utama kepemilikan bisnis. Perseroan merupakan badan hukum tersendiri yang terpisah dari pemiliknya dan dapat berperan dalam bisnis, membuat kontrak, menggugat dan digugat, dan membayar pajak.

3. Tahapan Pengembangan Usaha

Untuk memulai suatu usaha bisnis diperlukan perencanaan dalam bentuk dokumen tertulis yang berisikan ide dasar dan pertimbangan pendirian perusahaan. Perencanaan usaha mempunyai empat tujuan dasar: identifikasi lingkup dan kesempatan bisnis, pendekatan yang digunakan dalam memanfaatkan kesempatan, identifikasi faktor penentu keberhasilan usaha, dan rencana permodalan. Perencanaan yang baik dapat menjembatani ide menuju realita yang diharapkan. Dalam rencana bisnis perlu diproyeksikan aspek pemasaran, pengoperasian dan pembiayaan aktivitas yang dilakukan selama antara tiga sampai lima tahun pertama. Pada saat mendirikan usaha kecil yang dioperasikan oleh tiga atau empat orang belum diperlukan perencanaan formal. Tetapi pada saat usaha berkembang,

perencanaan harus dibuat dalam bentuk dokumen tertulis yang mencakup rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang secara rinci dan cermat, tepat dan akurat.²³

Terdapat lima unsur yang harus diperhatikan dalam menyusun rencana bisnis yaitu²⁴ :

- a. Tampilan. Tampilan luar dari rencana bisnis harus benar-benar meyakinkan dan memberikan kesan kredibel dan profesional.
- b. Panjang. Panjang rencana bisnis tidak lebih dari 50 halaman kertas ukuran A-4 yang memuat deskripsi bisnis secara lengkap dan akurat.
- c. Sampul dan halaman judul. Halaman sampul mencantumkan nama perusahaan, alamat, nomor telepon dan bulan-tahun rencana bisnis ini dibuat. Halaman judul juga memuat hal yang sama, pengulangan dari sampul.
- d. Ringkasan eksekutif. Ringkasan eksekutif memuat ringkasan rencana bisnis. Panjang ringkasan eksekutif dua sampai tiga halaman yang mendeskripsikan secara singkat dan padat rencana bisnis yang akan dijalankan.
- e. Tabel. Uraian berupa tabel akan membuat penjelasan di dalam rencana bisnis menjadi lebih menarik dan sistematis. Tampilan tabel

²³ Mas'ud Mahfoedz. *Kewirausahaan : Metode, Manajemen dan Implementasi*. (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2006) hlm. 35

²⁴ Franky slamet, dkk. *Dasar-dasar Kewirausahaan : Teori dan Praktik*. (Jakarta: Indeks, 2016) hlm. 51-52

juga akan membuat uraian lebih mudah dimengerti.

Untuk memulai usaha banyak cerita yang dapat diambil hikmahnya. Sering kali kita kagum menyaksikan kesuksesan seorang pengusaha. Kadang-kadang kita tidak tahu proses keberhasilan pengusaha tersebut. Namun, jika di telaah lika-liku sebelum menjadi pengusaha banyak cerita suka dan duka dibelakang kesuksesannya. Tidak sedikit cerita yang menyedihkan dibalik kesuksesannya oleh pengusaha tersebut. Ada pengusaha yang memulai dengan tertatih-tatih. Bahkan seringkali itu pengusaha yang bangkrut. Namun, karena keberanian dan kegigihan dalam menjalankan usaha yang telah ditekuni maka harus selalu giat untuk berkembangnya usaha tersebut dan akhirnya berhasil.²⁵

Dalam pengembangan kegiatan usaha, pada umumnya wirausaha melaksanakan pengembangan kegiatan usaha yang dimiliki dengan melalui tahap sebagai berikut :

a. Pengembangan Ide Usaha

Ada begitu banyak ide usaha yang berceceran yang bisa kita manfaatkan. Hanya bagaimana pemilik usaha tersebut memungut dan mengolahnya saja agar ide tersebut tak sia-sia dan menjadi sesuatu yang bermanfaat untuk orang lain. Adapun untuk menentukan ide usaha apakah yang nantinya akan dipilih, ada beberapa cara untuk memilih ide usaha, sebagai berikut :

²⁵ Kasmir. *Kewirausahaan*. (Depok: Raja Grafindo Perkasa, 2006) hlm. 38

- 1) Pilih ide usaha yang dikuasai dan disukai. Sebaiknya dalam memilih ide usaha dapat memperlancar kegiatan usaha dan telah *familiar* untuk dikerjakan sebagai usaha yang akan dikembangkan, meskipun ide itu tidak terlalu bisa merencanakan untuk kedepannya. Dalam hal usaha yang telah disukai dan dikuasai tentu akan rela untuk mengerahkan seluruh kemampuan yang dimiliki karena memang sudah cinta terhadap dunia bisnis/usaha tersebut.
- 2) Melihat pangsa pasar. Setelah memilih usaha yang akan ditekuni dan dikembangkan, selanjutnya dengan melihat kondisi pasar untuk ide yang dipilih untuk menemukan strategi yang akan dilakukan selanjutnya. Contoh, memilih usaha dibidang makanan/kuliner. Selanjutnya menentukan pasar mahasiswa atau karyawan bahkan hingga masyarakat.
- 3) Melihat pesaing. Hal ini penting dilakukan guna menentukan untuk strategi berikutnya. Dengan melirik dan mengamati pesaing, kita akan mengetahui seberapa besar pesaing yang ada di pasar.

b. Strategi Menangkap Peluang Usaha

Sering kali seseorang berhasrat untuk mendirikan usaha baru karena didorong oleh adanya peluang yang membentang di hadapan tempat tinggalnya dan juga memiliki impian dan optimisme yang

berlebihan. Untuk meredam adanya impian optimisme yang berlebihan tersebut, sebaiknya sebelumnya mengambil keputusan untuk menangkap peluang usaha baru tidak salah jika seorang wirausahawan perlu melakukan evaluasi secara cermat atas peluang-peluang yang ada. Menurut Bygrave (1994) dikutip dalam bukunya, ada tiga komponen utama yang sebaiknya diteliti dan dievaluasi bagi seseorang yang ingin sukses untuk membuka usaha baru. Pertama, *the opportunity*-kesempatan. Apakah adanya bisnis ini sekarang akan menjadikan kita bisa menjalankannya dikemudian hari. Kedua, *the entrepreneur (and the management team)*-entrepreneur dan tim manajemen. Apakah kita bisa membentuk suatu manajemen organisasi bisnis yang solid untuk dijalankan bersama. Ketiga, *the sources needed to start the company and make it grow*-kebutuhan berbagai sumber daya untuk memulai usaha dan pertumbuhan perusahaan. Apakah berbagai sumber daya yang mungkin kita perlukan mampu disediakan, minimal sumber bahan baku, sumber daya manusia, sumber daya modal. Lebih jauh jika memungkinkan, mampu menguasai faktor produksi utama.²⁶

c. Menyusun Rencana Usaha

Setelah ide memulai usaha muncul, maka langkah selanjutnya yakni adalah membuat sebuah membuat perencanaan. Perencanaan

²⁶ Kasmir. *Kewirausahaan*. (Depok: Raja Grafindo Perkasa, 2006) hlm. 40

usaha adalah suatu cetak biru tertulis yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, operasional usaha, rincian finansial, strategi usaha, peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta ketrampilan pengelolaannya. Perencanaan usaha sebagai persiapan awal memiliki fungsi penting yakni : sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan usaha, dan sebagai alat untuk mengajukan permodalan yang bersumber dari luar.²⁷

Rencana bisnis adalah dokumen tertulis berisi deskripsi mengenai segala aspek internal dan eksternal ketika wirausaha hendak memulai bisnis baru. Tidak tertutup kemungkinan rencana bisnis disusun oleh wirausahawan ketika hendak mengembangkan bisnis yang telah dijalankan.²⁸

Suatu rencana kerja yang dibuat tertulis dan resmi guna menjalankan perusahaan (*business plan*) merupakan perangkat tepat untuk memegang kendali perusahaan dan menjaga agar fokus usaha perusahaan tidak menyimpang. Pandangan ini berlaku untuk negara maju. Akan tetapi, para wirausahawan baru di negara berkembang seperti Indonesia kebanyakan menyimpan rencana perusahaan di dalam pikirannya. Ini bukan berarti membenarkan model perencanaan di dalam pikiran saja. Minimal harus ada catatan

²⁷ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 103

²⁸ Franky slamet, dkk. *Dasar-dasar Kewirausahaan : Teori dan Praktik*. (Jakarta: Indeks, 2016) hlm. 50

tertentu secara tertulis yang akan diikuti dalam pelaksanaannya. Misalnya menyangkut orang atau personalia yang akan diberi tugas untuk menjalankan usaha, modal yang akan digunakan, dan sebagainya.²⁹

d. Memulai Usaha

Pada tahap ini pemilik usaha akan ada banyak kegiatan yang harus diselesaikan setiap hari. Hal ini pemilik usaha akan belajar tentang kegiatan sehari-hari yang paling umum yang harus dikerjakan oleh pemilik usaha yang sukses. Namun demikian, terlepas dari yang telah dipelajari pada tahap ini, belajar tentang bagaimana menjalankan usaha dengan baik dan berhasil adalah tujuan yang penting dalam menggapai usaha yang baik nantinya. Kegiatan yang sehari-hari akan ditemui pasti bervariasi tergantung jenis usaha yang dimiliki dan dijalankan. Gambaran yang umum dalam variasi kegiatan yang dijalankan yakni sebagai berikut :

- 1) Pada perusahaan yang bergerak dalam penjualan eceran, kegiatan sehari-harinya sebagian tergantung pada penjualan, pembelian barang untuk stok, serta mencatat apa yang telah terjadi, di samping mengelola staf.
- 2) Pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, kegiatan

²⁹ Buchari Alma. *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm. 216-217

sehari-harinya adalah mencari pekerjaan (*order*), menyelesaikan tugas, dan mengelola staf untuk menjamin mereka agar bekerja lebih efektif dan efisien. Kemungkinan tentang harus membeli bahan baku untuk usaha, mengendalikan biaya, dan menetapkan harga ketika ada orderan baru dari konsumen.

- 3) Pada perusahaan yang bergerak pembuat barang, kegiatan-kegiatan seharinya lebih kompleks. Pemilik usaha harus menerima pesanan dan menjamin pemilik usaha tersebut dapat mengatur kegiatan pabrik untuk memproduksi barang tersebut. Ini berarti pemilik usaha perlu membeli bahan baku dan menjamin peralatan telah siap untuk kegiatan pabrik.

e. Pengambilan Risiko Usaha

Risiko adalah sesuatu yang selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak terduga dan tidak diharapkan. Pendapat lain mengatakan bahwa risiko adalah kegagalan atau ketidakberhasilan dalam menangkap peluang usaha. Bentuk risiko usaha itu dapat berupa kerugian finansial dan pengalaman yang buruk. Dari risiko usaha ini seorang wirausahawan dapat memperbaiki diri dengan cara belajar dengan cara baru, gigih, ulet, dan kerja keras agar dapat meraih keberhasilan. Bagi seorang wirausaha, menghadapi risiko adalah tantangan karena mengambil risiko berkaitan dengan kreativitas dan inovasi serta merupakan

bagian penting dalam mengubah ide menjadi karyawan. Pengambilan risiko adalah hal yang hakiki dan wajar dalam merealisasikan protensi diri sebagai wirausahawan. Pengambilan risiko dalam hidup melibatkan suatu kesadaran akan peristiwa-peristiwa yang terjadi, perhatian untuk masa depan dan keinginan hidup di masa sekarang. Sebagai seorang wirausaha harus sadar bahwa pertumbuhan usah di masa yang akan datang merupakan hasil keuntungan peluang usaha masa sekarang dan dalam pengambilann risiko untuk mencapai usaha atau bisnis.³⁰

4. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi dalam konteks manajemen bisnis dipahami sebagai seperangkat rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan tindakan perusahaan ke dalam satu kesatuan perencanaan yang menyeluruh dan terpadu. Strategi juga menjuruskan jangkauan bisnis yang perusahaan ingin dapatkan terkait dengan struktur organisasi dan kontribusi baik secara ekonomis maupun non-ekonomis. Untuk penerapannya, strategi akan melibatkan banyak pihak seperti *stakeholder*, tenaga kerja, konsumen, maupun masyarakat. Penggolongan strategi pada level bisnis dan fungsional untuk usaha kecil disebabkan umumnya perusahaan IKM (Industri Kecil dan Menengah) hanya memfokuskan usahanya pada satu atau produk dan jasa. Sementara itu, manajer pemilik lantas bertanggungjawab secara

³⁰ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)hlm. 111-119

individual atas pengembangan, pengolahan dan pemasaran produk. Dengan demikian, pengelolaan usaha kecil sepenuhnya bergantung pada orientasi strategi yang dimiliki oleh manajer pemilik.³¹

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi perusahaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) mengimplementasikan strategi bisnisnya. Nyamwanza (2014) mendefinisikan implementasi strategi sebagai tingkatan tertentu ketika perusahaan harus mengembangkan dan memanfaatkan struktur, sistem kontrol, dan budaya untuk mengikutistrategi yang mengrah kepada keunggulan kompetitif dan perbaikan kinerja. Untuk semua ini faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi strategi perusahaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) diidentifikasi sebagai berikut :³²

a. Proses Organisasi

Terkait dengan dinamika internal perusahaan yaitu semua orang yang terlibat baik pemilik maupun karyawan memformulasikan strategi bisnis yang akan diambil. Dalam tahap ini, formulasi strategi memperhatikan perencanaan operasional, sumber daya yang tersedia, kesiapan karyawan, komunikasi dan umpan balik atas setiap kebijakan yang ditempuh. Keberhasilan strategi yang efektif bagi kemajuan perusahaan

b. Konteks Organisasi

³¹ Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. (Jakarta: Salemba Empat, 2008) hlm. 185-186

³² Ibid. hlm. 189-190

Mengacu pada dua hal, yaitu struktur dan budaya organisasi. Mengenal struktur organisasi sebagaimana yang diketahui bahwa struktur perusahaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah sederhana. Perusahaan ini tidak memiliki struktur organisasi yang kompleks melainkan cukup hanya ditandai oleh adanya pemilik perusahaan dan karyawan. Namun sebagian perusahaan yang lebih maju membuat pembagian semacam divisi dengan tugas dan fungsi pokok yang spesifik.

c. Konteks lingkungan

Menjelaskan lingkungan bisnis yang secara eksternal mempengaruhi lingkungan bisnis yang secara eksternal mempengaruhi dinamika internal perusahaan Industri Kecil dan Menengah (IKM). Dalam hal ini, konteks lingkungan terkait dengan ketidakpastian dunia bisnis baik yang bersifat umum maupun khusus. Secara umum, ketidakpastian dalam bisnis dilihat melalui variabel-variabel yang lebih luas dari tugas-tugas pengelolaan perusahaan.

Para wirausaha menggunakan proses inovasi sebagai alat pemberdayaan sumber-sumber untuk menciptakan suatu nilai barang dan jasa. Proses inovasi dikendalikan dengan cara kreatif. Kreativitas merupakan mata rantai antara pengetahuan pengenalan cara baru untuk mengkombinasikan sumber-sumber dan proses pengembangan pengetahuan secara sistematis ke dalam suatu inovasi yang digunakan

di pasar. Inovasi bahkan dipandang sebagai penciptaan sumber-sumber yang berbentuk penemuan kegunaan sesuatu dalam alam.³³

Ada beberapa keputusan strategis yang diperlukan dalam kondisi pertumbuhan yakni sebagai berikut³⁴ :

1) Strategi Bagi *Market Leader*

Apabila perusahaan telah memiliki peluang pasar yang besar seperti pada masa pertumbuhan, maka strateginya sebagai berikut :

- a) Mempertahankan serangkaian strategi secara ofensif dan agresif untuk mempertahankan perusahaan dipasar.
- b) Melaksanakan strategi yang mendorong posisi bertahan dan membentengi kekuatan. Dalam posisi ini kita harus menemukan keunggulan bersaing dan bisa membuat hambatan jika masuk kepada pasar yang dipilih.

2) Strategi Bagi Pencipta Relung (*Niche Creators*)

Strategi ini dilakukan dengan cara berikut :

- a) Mengukir pasar yang tidak tertandingi kemampuannya melalui kompetensi yang terbaik. Wirausaha harus memposisikan perusahaannya dalam segmen pasar kecil sebagai pemain yang dominan.

³³ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm.152

³⁴ Ibid. hlm.154-155

- b) Mengembangkan strategi *follower leader*. Dalam kondisi strategi ini ancumannya adalah pelanggan menganggap produk itu tidak lagi sebagai pemasok pertama.
- 3) Pertimbangan Strategi lain.
- a) Pertahanan bersaing. Maka yang harus dilakukan adalah pengembangan produk dan perluasan pelayanan perusahaan harus selalu dinamis dan memposisikan perusahaan dalam keadaan kritis.
- b) Tidak berkonsentrasi pada perbaikan keberhasilan produk yang sudah ada.
- c) Mengambil langkah positif dan proaktif untuk menguasai manajer kunci dan ahli teknik profesional yang selalu diikutsertakan dalam pembentukan keberhasilan perusahaan.

5. Strategi Keunggulan Kompetitif

Strategi adalah suatu cara aksi yang menyelaraskan sumber-sumber dan komitmen organisasi untuk mencapai kinerja yang unggul. Keunggulan bersaing/kompetitif adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk dan jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat.³⁵

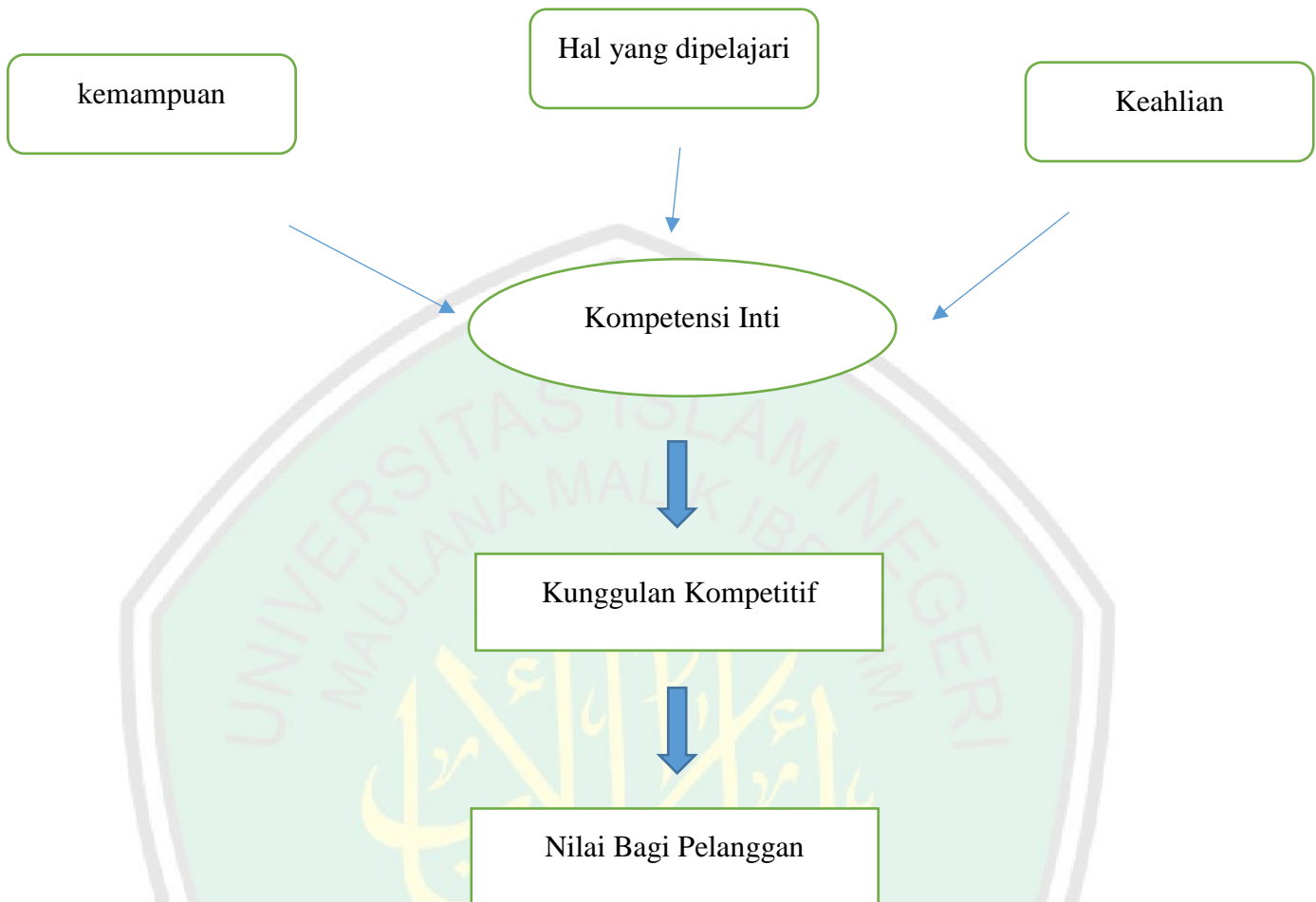


³⁵ Ibid.hlm. 125

Gambar 2.1 : Strategi Keunggulan Kompetitif/Bersaing

Keunggulan kompetitif adalah sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari pesaingnya dan memberikan posisi yang unik di pasar sehingga lebih unggul dari para pesaingnya. Dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan diperlukan strategi yang matang, memetakan berbagai kompetensi inti yang unggul. Kompetensi inti ini adalah serangkaian kemampuan yang unik yang dikembangkan oleh perusahaan dalam bidang-bidang utama seperti : kualitas, layanan, inovasi, fleksibilitas, kecepatan dan lain sebagainya yang lebih dari pada pesaingnya.³⁶

³⁶ Franky slamet,dkk. *Dasar-dasar Kewirausahaan : Teori dan Praktik*.(Jakarta: Indeks,2016)hlm. 34



Gambar 2.2 Kompetensi Inti Perusahaan

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa kompetensi inti akan timbul bergantung dengan keahlian dan kemampuan dari setiap individu di dalam perusahaanya. Jika kemampuan dan keahlian belum mencukupi untuk memperoleh kompetensi inti yang diharapkan maka perlu ditambahkan beberapa hal yang harus dipelajari. Dari kompetensi inti ini akan melahirkan keunggulan kompetitif dapat menjadi sebuah metode untuk bersaing dengan perusahaan besar, karena perusahaan kecil memiliki jenis produk yang

sedikit, basis pelanggan yang jelas, hubungan khusus dengan pelanggannya, dan pasar geografis yang lebih spesifik.³⁷

Mempertahankan keunggulan bersaing adalah cara yang harus dikejar atau diupayakan oleh setiap pengusaha. Jika suatu produk pada posisi mengalami penurunan, maka harus diupayakan untuk mendapat posisi naik kembali walaupun keunggulan bersaing tidak selalu dapat dipertahankan dalam jangka waktu yang lama. Sebab, selalu ada inovasi dan kreativitas terhadap setiap produk atau jasa. Jika suatu perusahaan tidak mampu berinovasi dan berkreasi, maka akan lebih sulit mempertahankan keunggulannya dibandingkan dengan perusahaan yang mampu beradaptasi dan selalu berinovasi tiada henti.³⁸

Keputusan strategis merupakan suatu keputusan mengenai arah perusahaan yang akan diambil dan berhubungan dengan strategi pemasaran yang berorientasi pada para pelanggan dan para pesaingnya. Keunggulan bersaing yang dapat berlanjut. Penciptaan suatu nilai posisi industri yang kemungkinan dalam waktu yang abadi (jangka panjang). Syarat-syarat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing mencakup kemampuan merumuskan strategi bauran pemasaran (4P), yang meliputi berikut ini :

a. Strategi Produk

Berkaitan dengan produk secara utuh atau keseluruhan mulai dari

³⁷ Ibid.hlm. 34-35

³⁸ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)hlm.

nama, kualitas, manfaat, spesifik, bentuk, isi, pembungkus, dan atribut, produk lainnya. Intinya, produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tepat untuk jangka panjang baik produk yang berupa fisik maupun jasa.³⁹

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pengguna. Pengertian produk menurut Philip Kotler dalam bukunya menyebutkan adalah “sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”. Produk yang akan dijual atau ditawarkan harus dikenal oleh konsumen. Dalam kestrategi ini yang harus dipertimbangkan adalah berkaitan dengan produk secara utuh dan terpadu, mulai dari merek atau nama produk, bentuk, isi, karakteristik, kualitas (termasuk bungkus). Produk dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu produk fisik dan jasa. Strategi produk yang harus dilakukan oleh perusahaan menurut Kasmir (2006) adalah sebagai berikut :⁴⁰

- 1) Menentukan Logi Motto. Yang harus dipertimbangkan antara lain :
harus memiliki arti yang positif, harus menarik perhatian, dan harus mudah diingat.
- 2) Menciptakan *Merk*. *Merk* atau tanda produk supaya dikenal oleh

³⁹ Ibid.hlm. 128

⁴⁰ Sudaryono, dkk.*Kewirausahaan Membahas:Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship IT-preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan dilengkapi dengan kasus.*(Yogyakarta: Andi, 2011)hlm. 240-241

konsumen mengenai sesuatu (barang/jasa) yang ditawarkan. Penciptaan *Merk* harus mempertimbangkan beberapa hal yakni : mudah diingat, terkesan hebat dan modern, memiliki arti (dalam arti positif), menarik perhatian.

- 3) Menciptakan Kemasan. Kemasan atau bungkus produk harus memenuhi beberapa persyaratan : kualitas kemasan tidak mudah rusak, bentuk atau ukuran, termasuk desain, harus menarik, warna yang menarik dan sebagainya.
- 4) Keputusan Label. Label adalah sesuatu yang dilekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label harus dicantumkan : siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakan, waktu produksi dan kadaluwarsa, serta informasi lainnya.

b. Strategi Harga

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan strategi harga sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga produk merupakan salah satu penyebab laku atau tidak lakunya produk atau jasa yang telah ditawarkan. Strategi harga yang salah akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan konsekuensi tidak lakunya dipasar. Harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan

perusahaan atau pengusaha. Adapun tujuan penentuan strategi harga secara umum menurut Kasmir (2006) adalah sebagai berikut :⁴¹

- 1) Untuk bertahan hidup. Penetapan harga produk dibuat semurah mungkin, tujuannya supaya produk atau jasa laku di pasaran. Dengan harga murah, tetapi masih bisa ada margin laba, dibanding harga pesaing dekat, biasanya produk akan dapat bertahan hidup.
- 2) Untuk memaksimalkan laba. Keputusan strategi harga bertujuan agar penjualan meningkat, sehingga laba menjadi maksimal. Penetapan harga produk dapat tinggi atau harga relatif murah.
- 3) Untuk memperbesar *Market Share*. Tujuan strategi penetapan harga adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penetapan harga yang relatif murah diharapkan meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan perusahaan pesaing terdekat beralih ke produk yang ditawarkan.

Penetapan harga untuk produk baru dapat dilakukan dengan :

- a) *Market Skimming Pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan produk dan atau jasa memiliki kualitas tinggi.
- b) *Market Penetration pricing*, yaitu menetapkan harga produk serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

⁴¹ Ibid.hlm. 241-243

c. Strategi Tempat dan Distribusi

Strategi tempat dan distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan produk dari tempatnya sampai ke tangan konsumen akhir secara efisien dan efektif, sehingga tidak mengganggu strategi harga. Strategi ini penting dan harus mempertimbangkan bagaimana perusahaan dapat melayani konsumen tepat waktu, tepat jumlah, dan tepat sasaran. Ketidaktepatan waktu dapat mengakibatkan pelanggan beralih ke perusahaan pesaing. Untuk itu perusahaan harus mampu menetapkan strategi distribusi yang tepat agar tidak terserobot oleh para pesaing.⁴²

Distribusi adalah cara pengusaha menyalurkan produknya mulai dari produsen sampai ditangan konsumen akhir. Distribusi dapat juga diartikan sebagai cara memilih dan menentukan metode dan jalur distribusi yang akan dipakai dalam penyaluran produk. Semakin pendek jalur atau rantai distribusi yang dilalui suatu produk maka akan semakin efisien dan efektif (tepat sasaran dan tepat waktu. Kelambatan dalam waktu penyaluran produk, akan berakibat kesempatan diambil oleh pesaing. Untuk itu wirausahawan harus mampu memilih memilih strategi yang tepat dalam distribusi produk. Strategi yang tepat dalam menetapkan saluran distribusi

⁴² Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 128-129

produk memiliki beberapa fungsi, menurut Kasmir (2006), yakni :⁴³

- 1) Fungsi Transaksi. Fungsi penyaluran produk, mencakup bagaimana pengusaha menghubungi dan mengkomunikasikan produknya ke calon pelanggan. Fungsi ini membuat mereka sadar terhadap produk yang telah ada dan menjelaskan kelebihan serta manfaat produk tersebut.
- 2) Fungsi Logistik. Fungsi ini meliputi pengangkutan dan penyortiran produk, termasuk tempat menyimpan, memelihara, dan melindungi produk. Fungsi ini penting agar produk yang diangkut dapat tiba tepat waktu dan tidak rusak atau busuk.
- 3) Fungsi Fasilitas. Mencakup fungsi penelitian dan pembiayaan. Penelitian produk yakni mengumpulkan informasi tentang jumlah penyalur atau agen dan pelanggan lainnya, sedangkan pembiayaan adalah memastikan bahwa para penyalur atau agen memiliki uang jaminan yang cukup untuk memudahkan aliran produk melalui saluran distribusi sampai konsumen akhir dengan selamat, tepat waktu dan tepat jumlah.

d. Strategi Promosi

Kegiatan *marketing mix* yang terakhir adalah promosi. Strategi promosi mencakup usaha mempromosikan seluruh produk/jasa yang

⁴³ Sudaryono, dkk. *Kewirausahaan Membahas: Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship IT-preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan dilengkapi dengan kasus.* (Yogyakarta: Andi, 2011) hlm. 244-245

dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perusahaan harus dapat memilih sasaran yang tepat, sehingga efisiensi dan efektivitas dapat tercapai. Sarana promosi yang bisa dipakai antara lain : periklanan, promosi penjualan, publikasi, dan penjualan secara personal.⁴⁴

Kegiatan ini sama pentingnya dengan tiga kegiatan lainnya. Dalam kegiatan ini setiap pengusaha berusaha mempromosikan produk atau jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi, pelanggan tidak akan mengenal produk atau jasanya yang telah ditawarkan. Untuk itu promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Setidaknya ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan pengusaha dalam mempromosikan produk atau jasanya. Empat macam sarana promosi itu adalah :⁴⁵

1) Periklanan (*advertising*). Iklan dapat dipasang di berbagai media, seperti : pemasangan *billboard* di jalan, tempat atau lokasi yang strategis, pencetakan brosur yang ditempel/disebarkan di setiap pusat pembelian atau tempat yang strategis, pemasangan spanduk/umbul-umbul di jalan, tempat atau lokasi strategis, pemasangan iklan melalui media cetak/eletronik seperti

⁴⁴ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 129

⁴⁵ Sudaryono, dkk. *Kewirausahaan Membahas: Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship IT-preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan dilengkapi dengan kasus*. (Yogyakarta: Andi, 2011) hlm. 257-258

koran, internet, radio, majalah, dan lain sebagainya.

- 2) Promosi Penjualan (*sales promotion*), bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau peningkatan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar tetap membeli produk yang ditawarkan. Ini bisa dilakukan oleh pria/wanita tergantung kebijakan perusahaan masing-masing.
- 3) Publisitas (*publicity*), kegiatan ini untuk memancing pelanggan melalui kegiatan, seperti pameran, bakti sosial, dan berbagai kegiatan lain. Kegiatan ini ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan.
- 4) Penjualan Pribadi (*personal selling*), penjualan ini dilakukan dengan dijual secara langsung oleh *salesman* atau *salesgirl* secara *door to door*.

6. Strategi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry* di Era *New Normal*

Manajemen pengembangan usaha menyangkut semua kekuatan perusahaan yang menjamin bahwa usahanya betul-betul eksis. Bila usaha baru ingin berhasil, maka wirausaha harus memiliki empat kompetensi, di antaranya⁴⁶ :

- a. fokuskan terhadap pasar, bukan pada teknologi;
- b. buat ramalan pendanaan untuk menghindari tidak terbiayainya

⁴⁶ Ibid.hlm.152

perusahaan

- c. bangun tim manajemen, bukan menonjolkan perorangan (*not a one person show*)
- d. beri peran tertentu, khusus bagi wirausaha penemu.

Jika manajemen kewirausahaan menyangkut lingkungan internal perusahaan (keputusan-keputusan taktis), maka strategi kewirausahaan menyangkat kesesuaian kemampuan internal dan aktivitas perusahaan dengan lingkungan eksternal, perusahaan harus bersaing dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis. Dalam melakukan strategi usahanya, wirausaha biasanya menggunakan salah satu strategi dari empat strategi, yakni sebagai berikut :

- a. Berada pertama di pasar dengan produk dan jasa baru.
- b. Posisikan produk dan jasa baru tersebut pada relung pasar yang tidak terlayani
- c. Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil tetapi bisa bertahan
- d. Mengubah karakteristik produk, pasar atau industri.

Ada beberapa aspek manajemen yang harus diperhatikan dalam mengembangkah kewirausahaan sejak dini, rinciannya sebagai berikut⁴⁷ :

- a. Manajemen Penjualan. Tugas seorang manajer meliputi sejumlah

⁴⁷ Mas'ud Mahfoedz. *Kewirausahaan : Metode, Manajemen dan Implementasi*. (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2006)hlm. 187

aktivitas baik yang telah direncanakan maupun yang tidak terencana terlebih dahulu. Waktu untuk menyelesaikan aktivitas tersebut bervariasi, mulai dari jangka pendek sampai dengan yang memerlukan tahapan dalam jangka panjang. Hampir setiap aktivitas manajer memerlukan komunikasi. Seorang manajer sebagai pemimpin harus mampu berinteraksi baik dengan pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan maupun dengan pihak luar.

- b. **Manajemen Pemasaran.** Setiap perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil, berusaha menciptakan kepuasan konsumen atas produk yang mereka pasarkan. Keberhasilan barang dan jasa di pasar semata ditentukan oleh konsumen yang membelinya. Barang dan jasa tidak memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan segera yang tersisih dari persaingan di pasar kompetitif karena tidak diminati oleh konsumen.
- c. **Manajemen Keuangan.** Setiap perusahaan, baik besar maupun kecil, memerlukan biaya untuk beroperasi. Untuk mendapatkan uang, perusahaan harus terlebih dahulu mengeluarkan uang untuk membeli persediaan dan mendapat pasokan, perlengkapan dan fasilitas, dan untuk menggaji karyawan. Pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk perusahaan merupakan sumber awal pembiayaan.
- d. **Manajemen sumber daya manusia** dapat diartikan sebagai proses

penggajian, pengembangan, motivasi, dan evaluasi karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berbagai kebijaksanaan, prosedur, dan program didesain untuk menciptakan kesesuaian antara pekerjaan dan orang yang mengerjakannya.

7. Peran Pendidikan dalam Kewirausahaan

Tantangan paling nyata adalah era globalisasi. Globalisasi tersebut sudah menimbulkan dampak ganda, di satu sisi membuka kesempatan kerja sama yang seluas-luasnya antar negara, namun di sisi lain ternyata membawa persaingan yang sangat ketat. Oleh sebab itu, tantangan utama di masa kompetitif pada semua sektor jasa dengan mengandalkan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM), teknologi dan manajemen.⁴⁸

Guru sebagai ujung tombak memiliki peranan yang sangat penting dalam menangkal dampak buruk dari globalisasi, melalui proses pembelajaran yang dilakukannya. Proses pembelajaran yang berkualitas akan muncul dari guru yang berkualitas, sehingga dapat menghasilkan anak didik yang berkualitas pula. Tuntutan profesionalisme guru merupakan hal yang tidak dapat ditawar-tawar lagi, jika kita ingin meningkatkan kualitas pendidikan di negeri ini. Selama ini ada anggapan bahwa rendahnya kualitas pendidikan Indonesia terkait dengan rendahnya tingkat kesejahteraan guru. Akibatnya guru mengerjakan pekerjaan sampingan untuk mencukupi

⁴⁸ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 153

kebutuhan hidupnya.⁴⁹

Peningkatan profesionalisme guru bukan hanya merupakan tanggung jawab guru, tetapi juga merupakan tanggung jawab pemerintah, masyarakat, sekolah dan organisasi yang terkait dengan pendidikan. Oleh karena itu, pihak-pihak terkait harus mendukung secara nyata ketika menuntut guru menjadi pekerjaan yang profesional. Sarana dan prasarana untuk meningkatkan kompetensi guru mutlak harus ada, karena para guru ini harus selalu *up dating* dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan apa yang terjadi dengan dunia, dan ini membutuhkan fasilitas dan teknologi yang memadai. Tidak menjadi masalah dengan guru yang tinggal di perkotaan yang sudah tersentuh dengan kecanggihan teknologi, bagaimana guru yang tinggal di daerah pedesaan dan daerah terpencil, dan kita juga tahu bahwa untuk mengakses informasi yang *up to date* tidaklah murah.⁵⁰

Fungsi guru sebagai pemimpin pendidikan yang paling pokok adalah sebagai manajer pembaharuan pembelajaran melalui proses-proses transformasi budaya belajar dan bekerja. Sebagai suatu lembaga pendidikan, sekolah merupakan unit organisasi formal yang memiliki struktur organisasi tersendiri, dengan tata kerja dan personil khusus yang terlibat di dalamnya. Guru merupakan pemimpin yang bertanggungjawab dalam pengaturan dan pengelolaan segala aktivitas pembelajaran, sehingga tujuan-tujuan

⁴⁹ Mas'ud Mahfoedz. *Kewirausahaan : Metode, Manajemen dan Implementasi*. (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2006)hlm. 174

⁵⁰ Ibid. hlm. 175

pembelajaran dapat tercapai secara efektif.⁵¹

Salah satu manfaat bagi jiwa entrepreneur ialah dapat membentuk citra anda sebagai guru yang kharismatis. Jiwa entrepreneur dapat ditularkan melalui proses kepemimpinan transformasional, karena proses ini memfokuskan secara khusus pada penciptaan dan pemeliharaan dari sebuah perubahan. Perubahan seperti itu dibutuhkan ketika organisasi mengantisipasi ancaman baru atau sedang menghadapi ancaman. Oleh karena itu, penanaman jiwa kewirausahaan sangat relevan dengan kondisi bangsa yang sedang mengalami keterpurukkan di berbagai sektor.⁵²

Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh (*holistik*), sebagai insan yang memiliki karakter, pemahaman dan ketrampilan sebagai wirausaha. Pada dasarnya, pendidikan kewirausahaan dapat diimplementasikan secara terpadu dengan kegiatan-kegiatan pendidikan di sekolah. Pelaksanaan pendidikan kewirausahaan dilakukan oleh kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan (*konselor*), peserta didik secara bersama-sama sebagai suatu komunitas pendidikan. Pendidikan kewirausahaan diterapkan ke dalam kurikulum dengan cara mengidentifikasi jenis-jenis kegiatan di sekolah yang dapat merealisasikan pendidikan kewirausahaan dan direalisasikan peserta didik dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, program pendidikan kewirausahaan di

⁵¹ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 155

⁵² Mas'ud Mahfoedz. *Kewirausahaan : Metode, Manajemen dan Implementasi*. (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2006) hlm. 175

sekolah dapat diinternalisasikan melalui berbagai aspek.⁵³

B. Kerangka Berfikir

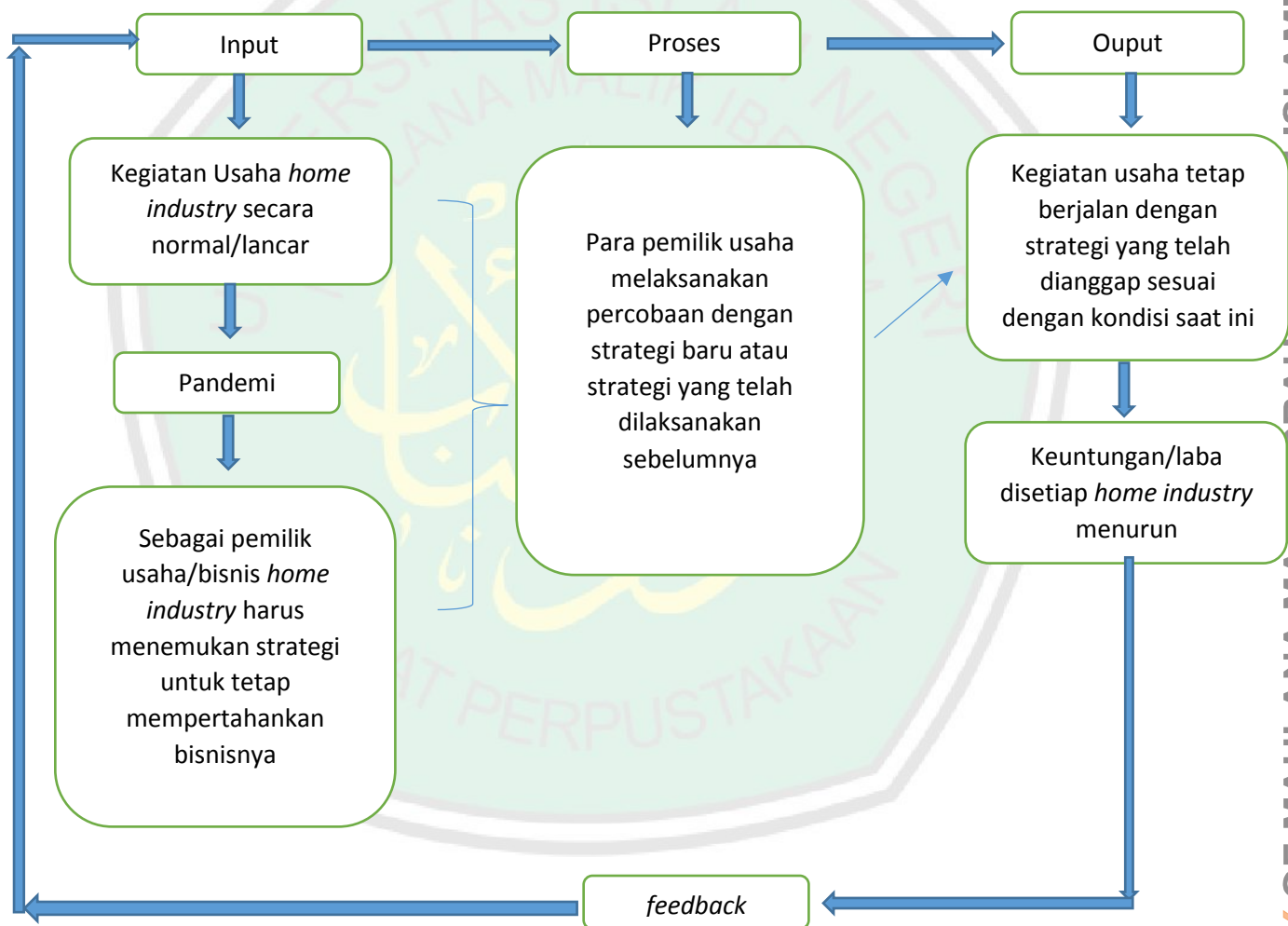
Pada dasarnya industri adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang relatif homogen. Kegiatan *home industry* tentu banyak membutuhkan tenaga dan proses yang maksimal. Menjalankan usaha dalam kondisi normal atau lancar menjadikan *home industry* lebih dapat meluaskan usahanya ke berbagai lapisan masyarakat. Kondisi yang dihadapi oleh masyarakat saat ini adalah kondisi dimana perekonomian masyarakat tersendat sehingga dampak yang dirasakan oleh masyarakat banyak *home industry* yang mengalami penurunan dalam keuntungan yang didapat dalam kurun waktu yang telah dirasakan. Kebijakan yang diambil oleh masing-masing pemilik menjadikan salahsatu terobosan yang dapat dijalankan dan diterapkan guna menyelamatkan kelangsungan *home industry* kedepannya.

Strategi yang diterapkan oleh perusahaan kecil perlu dipahami lebih sempit sebagai “pola-pola perilaku umum yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuannya”. Kondisi yang mengharuskan masing-masing *home industry* harus mempunyai kebijakan terkait strategi yang bisa memberikan dampak yang baik bagi usaha yang telah dijalankan. Strategi dapat berupa strategi lama yang masih dipertahankan, maupun strategi baru yang menyesuaikan dengan kondisi yang ada.

Strategi yang telah masing-masing *home industry* terapkan dapat

⁵³ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 157

mempunyai dampak tertentu sehingga kegiatan produksi, distribusi dapat berjalan normal seperti biasa meskipun tidak semaksimal ketika sebelum pandemi. Salah satu dampak yang dirasakan yakni keuntungan yang menurun dan dapat merugikan *home industry* jika berkelanjutan hingga beberapa waktu kedepan.



Gambar 2.3 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Suatu penelitian dirancang dan diarahkan guna memecahkan suatu masalah atau *problem statement* tertentu. Pemecahan dapat berupa jawaban atas suatu masalah yang terjadi, atau untuk melihat hubungan antara dua atau lebih variabel yang menjadi fokus suatu penelitian. Dalam konteks ini penelitian berfungsi sebagai alat untuk memecahkan suatu masalah. Penelitian ini memerlukan observasi dan deskriptif yang akurat. Berangkat dari masalah atau obyek yang terjadi yang dapat diobservasi. Prosedur penelitian tidak dapat digunakan untuk menjawab soal-soal yang tidak biasa diobservasikan dan yang tidak mempunyai bukti empiris. Bangunan pengetahuan yang dihasilkan berasal dari verifikasi empiris.⁵⁴ Karena penelitian kualitatif yakni sebuah aktivitas guna mencari data informasi tentang gejala sesuatu, dilaksanakan dengan hati-hati dan dilakukan guna menunjukkan fakta baru dengan gagasan yang baru juga, sehingga dapat mengutamakan interaksi komunikasi yang serius pada peneliti juga dengan fenomena yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini sedikit banyak menguraikan kejadian-kejadian yang terjadi dilapangan secara ilmiah

⁵⁴ Nurul Zuriah, *metodologi penelitian sosial dan pendidikan : teori dan aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009) hlm. 1

serta menggambarkan strategi pengembangan usaha dalam menghadapi kondisi *new normal*. Pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini yakni studi kasus, dikarenakan banyak sekali usaha/bisnis di era *new normal* ini yang gulung tikar, sedangkan tiga *home industry* yang diteliti tetap berjalan dan dapat melanjutkan aktivitas kerjanya meski keuntungan/laba yang menurun.

B. Kehadiran Peneliti

Penelitian kualitatif menghendaki peneliti atau dengan bantuan orang lain sebagai alat utama pengumpul data. Hal ini dimaksudkan agar lebih mudah mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada dilapangan. Dengan alat yang bukan manusia, apalagi alat yang sudah dipersiapkan tanpa melihat lapangan, penyesuaian tidak mungkin dapat dilaksanakan. Manusia sebagai alat (*human instrument*) dapat berhubungan dengan responden dan mampu memahami, menggapai dan menilai makna dari berbagai bentuk interaksi di lapangan. Manusia dapat mengatasi apabila terjadi anggapan bahwa kehadirannya merupakan alat pengganggu situasi responden.⁵⁵

Dalam hal ini seorang peneliti ialah sebagai pelaku pengumpul data dan juga sebagai pengamat, yang berarti peneliti sekaligus pengamat hal tersebut tidak sepenuhnya menjadi pelaku atau pemeran, tetapi tetap menjalankan fungsi pengamatan dilingkungan lapangan. Dengan uraian ini telah diketahui, bahwa alat yang utama berhasil atau tidaknya penelitian ini tergantung bagaimana

⁵⁵ Nurul Zuriah, *metodologi penelitian sosial dan pendidikan : teori dan aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)hlm.93

kepekaan peneliti terhadap gejala sekecil apapun yang terjadi dilapangan sehingga data yang didapat diharapkan valid serta bisa mendukung hasil penelitian tersebut.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yakni tempat kegiatan penelitian dapat dilakukan sehingga pencarian data yang mendukung penelitian dapat berjalan dengan lancar. Tentu lokasi penelitian juga harus fokus terhadap masalah yang akan diteliti agar data yang bisa diambil dapat memenuhi ketentuan atau syarat baik volume atau banyaknya data yang akan diperlukan dalam penelitian. Beberapa pertimbangan untuk sisi praktis, contohnya biaya, waktu, tenaga dan lain sebagainya.

Adapun rincian profil singkat tempat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nama *Home Industry* : Dapur Lulwa
 Alamat : Perumahan Banjarejo, Desa Banjarejo,
 Kecamatan Pagelaran
 Berdiri Tahun : 2016
 Nama Pemilik : Ibu Saidah
 Jumlah Karyawan : 3 Orang
2. Nama *Home Industry* : Bilqies Arabian Food
 Alamat : Desa Brongkal, Kecamatan Pagelaran
 Berdiri Tahun : 2017

- Nama Pemilik : Ibu Holifah
- Jumlah Karyawan : tidak ada
3. Nama *Home Industry* : RM. Al Barokah
- Alamat : Desa Sumbergempol, Kecamatan
- Pagelaran
- Berdiri Tahun : 2015
- Nama Pemilik : Ibu Maimunah
- Jumlah Karyawan : 2 Orang

Dari beberapa *home industry* tersebut peneliti akan memahami strategi apa saja yang dilakukan oleh masing-masing pemilik *home industry* dalam menghadapi tantangan kondisi era *new normal* ini

D. Data dan Sumber Data

Penelitian kualitatif data yang diperoleh berupa kata atau tindakan yang diperoleh, sering digunakan untuk menghasilkan teori yang timbul dari hipotesis dalam penelitian kuantitatif. Atas keterangan itu, maka penelitian kualitatif itu bersifat *generating theory* bukan *hypothesis-testing* sehingga teroi yang dihasilkan bersifat teori substansif. Maka dari itu, analisis isi (*content analysis*) pada penelitian kualitatif lebih penting daripada simbol atau atribut dalam pendidikan kuantitatif.⁵⁶ Berkaitan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mendapatkan data yang berupa, sebagai berikut :

⁵⁶ Nurul Zuriyah, *metodologi penelitian sosial dan pendidikan : teori dan aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)hlm.92

1. Data Primer

Data yang diperoleh dari lapangan langsung, yang diamati setelah itu dicatat secara langsung atau ditempat, seperti wawancara, data yang didapat tentang strategi yang dijalankan serta faktor pendukung dan penghambat usaha, dokumentasi data dokumentasi yang didapat tentang bagaimana proses produksi, pengemasan, observasi dengan pihak yang bisa memberikan data yang bisa mendukung tentang hasil penelitian. Data yang didapat dari lapangan dalam penelitian ini berupa data penghasilan tiap minggu, data informasi strategi atau cara dari pemilik *home industri*, data proses produksi makanan arab, dan lain sebagainya.

2. Data Sekunder

Yakni data yang didapat ialah data yang sudah ada dan memiliki hubungan atau keterkaitan dengan fokus penelitian yang diteliti yang berupa literatur yang telah ada, serta dokumen-dokumen yang dianggap penting dalam proses penelitian yang akan dilakukan. Dalam data penelitian ini contohnya dokumentasi ketika wawancara. Dokumentasi di sini berupa foto ketika konsumen ingin membeli makanan Arab di setiap *home industry*, foto ketika kegiatan produksi berlangsung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam kegiatan untuk menemukan data terkait masalah yang diteliti, maka di sini peneliti memakai beberapa metode, yakni sebagai berikut ⁵⁷ :

1. Metode Observasi

Teknik ini adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitiannya. Dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliput seluruh peristiwa. Instrumen yang digunakan adalah dapat berupa pengamatan, panduan pengamatan, maupun alat perekam. Metode observasi ini dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai perilaku (subjek), benda, atau kejadian (objek) dari pada wawancara. Banyak sekali macam-macam observasi dengan berdasarkan jenis dan lain-lain. Observasi yang akan dilakukan oleh peneliti yakni tentang strategi pengembangan kewirausahaan berbasis *home industry ARABIAN FOOD* yakni dengan observasi langsung.

Observasi/pengamatan dilakukan terkait hal-hal berikut :

- 1) Proses produksi usaha *home industry*
- 2) Keikutsertaan pemilik usaha dalam proses produksi
- 3) Proses penjualan terhadap produk usaha

⁵⁷ Wahyu Purhantara. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) hlm. 87

2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan wawancara merupakan cara yang banyak digunakan oleh peneliti, sehingga metode ini sangat populer. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian atau responden. Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya. Yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (*interviewee*). Keberhasilan pengumpulan data dengan teknik wawancara bermula hubungan baik antara peneliti dengan subjek (responden).

3.1 Tabel Pertanyaan Wawancara

No.	Status	Data yang diperoleh	Bentuk pertanyaan
1.	Pemilik <i>home industry</i>	Diharapkan mendapat menyajikan informasi data tentang strategi dan faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan usaha <i>home industry</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa keunggulan produk anda dibandingkan dengan lain sejenis ? 2. Apakah promosi/iklan menjadikan ada peningkatan untuk jumlah penjualan ? 3. Kendala apa yang dihadapi dalam hal pemasaran ?
2.	Karyawan	Diharapkan mendapat informasi tentang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah proses produksi

		bagaimana cara produksi, bekerja, distribusi, hingga pemasaran	menggunakan mesin/ alat masak yang lain ? 2. Bagaimana pendistribusian produk kepada konsumen ?
3.	Konsumen	Diharapkan mendapat informasi terkait kepuasan konsumen dari segi rasa, pelayanan, dan lain sebagainya yang bisa dijadikan bahan evaluasi	1. Mengapa Anda memilih produk ini ? 2. Bagaimana pelayanan <i>home industry</i> ini menurut anda ?

F. Teknik Analisis Data

Dalam membahas tentang analisis data dalam penelitian kualitatif, para ahli memiliki pendapat yang berbeda. Huberman dan Milles mengajukan model analisis data yang disebutnya sebagai model interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu : (1) reduksi data; (2) penyajian data; dan (3) penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis. Dalam model interaktif, tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data merupakan proses siklus dan interaktif. Dengan sendirinya peneliti harus memiliki kesiapan untuk bergerak aktif di antara empat sumbu kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik di

antara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi selama penelitian.⁵⁸

Proses analisis interaktif ini merupakan proses siklus dan interaktif. Artinya, peneliti harus siap bergerak di antara empat “sumbu” kumparan itu, yaitu proses pengumpulan data, penyajian data, reduksi data, dan kesimpulan atau verifikasi. Oleh karena itu, analisis ini merupakan sebuah proses yang berulang dan berlanjut secara terus-menerus dan saling menyusul. Kegiatan keempatnya berlangsung selama dan setelah pengambilan data berlangsung. Kegiatan baru berhenti saat penulisan akhir penelitian telah dikerjakan. Berikut ini akan dipaparkan masing-masing prosesnya, :⁵⁹

1. Tahap Pengumpulan Data

Dalam proses analisis data interaktif ini kegiatan yang pertama adalah proses pengumpulan data. Harap diingatkan bahwa kebanyakan data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata, fenomena, foto, sikap, dan perilaku keseharian yang diperoleh oleh peneliti dari hasil observasi mereka dengan menggunakan beberapa teknik seperti observasi, wawancara, dokumentasi dan dengan menggunakan alat bantu yang berupa kamera, *video tape*. Seperti yang telah diungkap sebelumnya, dalam proses

⁵⁸ Muhammad Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. (Jakarta: Erlangga, 2009) hlm. 148

⁵⁹ Ibid. hlm. 148-151

pengambilan data, penelitian kualitatif dapat juga sekaligus dilakukan analisis data.

2. Tahap Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus-menerus sejalan pelaksanaan penelitian berlangsung. Tentu saja proses reduksi data ini tidak harus menunggu hingga data terkumpul banyak. Tahapan reduksi data merupakan bagian kegiatan analisis sehingga pilihan-pilihan peneliti tentang bagian data mana yang dikode, dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian tersebut, cerita-cerita apa yang berkembang, merupakan pilihan-pilihan analitis. Dengan begitu, proses reduksi data dimaksudkan untuk lebih menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak diperlukan, serta mengorganisasi data sehingga memudahkan untuk dilakukan penarikan kesimpulan yang kemudian akan dilanjutkan dengan proses verifikasi.

3. *Display Data*

Langkah berikutnya setelah proses reduksi data berlangsung adalah penyajian data, yang dimaknai oleh Miller dan Huberman (1992) sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati

penyajian data ini, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Artinya apakah peneliti meneruskan analisisnya atau mencoba untuk mengambil sebuah tindakan dengan memperdalam temuan tersebut. Kegiatan reduksi data dan proses penyajian data adalah aktivitas-aktivitas yang terkait langsung dengan proses analisis data model interaktif. Dengan begitu, kedua proses ini pun berlangsung selama proses penelitian berlangsung dan belum berakhir sebelum laporan hasil akhir penelitian disusun sehingga jangan terburu-buru untuk menghentikan kegiatan *display* data ini sebelum yakin semua yang seharusnya diteliti telah dipaparkan atau disajikan.

4. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan, yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Pemberian makna ini tentu saja sejauh pemahaman peneliti dan interpretasi yang dibuatnya. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam proses ini adalah dengan melakukan pencatatan untuk pola-pola dan tema yang sama, pengelompokan, dan pencarian kasus-kasus negatif. Dalam kegiatan penelitian kualitatif ini, penarikan kesimpulan dapat saja berlangsung saat proses pengumpulan data berlangsung, baru kemudian dilakukan reduksi dan penyajian data. Hanya saja perlu disadari bahwa kesimpulan yang dibuat itu bukan sebagai sebuah kesimpulan final. Hal ini karena setelah proses penyimpulan tersebut, peneliti dapat saja melakukan

verifikasi hasil temuan ini kembali dilapangan. Dengan begitu, kesimpulan yang diambil dapat sebagai pemicu peneliti untuk lebih memperdalam lagi proses observasi dan wawancara.

G. Teknik Keabsahan Data

Guna menjaga dan mengembangkan validnya data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, maka hal yang harus dilakukan adalah mengembangkan penelitian kualitatif dengan teknik triangulasi. Triangulasi sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan diri dari data-data sebelumnya. Kegiatan pengecekan keabsahan data banyak terjadi untuk penyaringan data yang tidak relevan atau berhubungan serta kurang memenuhi syarat dalam kadar validitas yang telah ditentukan.⁶⁰

Trianggulasi, yakni teknik pengecekan absahnya data yang menggunakan sesuatu dari luar untuk membandingkan data yang sebelumnya. Ada beberapa jenis triangulasi, yaitu triangulasi yaitu memeriksa data yang telah ada dengan melalui beberapa sumber, triangulasi teknik memeriksa data dengan sumber yang sama tapi teknik yang berbeda, serta triangulasi waktu yakni memeriksa data yang dikumpulkan dengan berdasarkan waktu karena bisa saja kredibilitas data dipengaruhi oleh waktu.

Data Penelitian kualitatif yang berupa kata-kata, kalimat, *statement*, perilaku dan kejadian yang berhasil dikumpulkan dan telah diberi kode,

⁶⁰ Sugiyono, *metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitaif, kualitatif dan r&d*,(Bandung: Alfa Beta, 2013)hlm. 330

kemudian dianalisa kebenarannya. Alat yang dipergunakan untuk menganalisa data dan informasi adalah teknik analisis data triangulasi. Metode triangulasi merupakan proses membandingkan dan mengecek balik serajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.⁶¹

Hal ini dibuat dengan cara perbandingan yang berupa :

- a. Membandingkan data hasil mengamati dengan data hasil yang didapat dengan wawancara contohnya peneliti membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil temuan dilapangan terkait strategi pengembangan kewirausahaan berbasis *home industry* makanan arab di Kecamatan Pagelaran.
- b. Membandingkan perpektif pemilik dengan keadaan, pendapat, dari orang lain. Contohnya membandingkan hasil jawaban pemilik dengan jawaban konsumen, karyawan atau masyarakat sekitar *home industry* tersebut.
- c. Membandingkan hasil data wawancara dengan hasil dokumentasi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti

⁶¹ Wahyu Purhantara. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) hlm. 102

H. Prosedur Penelitian

a. Tahap Pra-Lapangan

- 1) Merancang dan menyusun proposal penelitian. Proposal ini bertujuan untuk mengetahui rancangan atau rencana kegiatan sebagai peta atau pedoman kerja yang mencerminkan kualitas penelitian yang akan dilakukan
- 2) Mengurus surat izin untuk meneliti lembaga yang terkait, dimulai dari kampus, kemudian masing-masing *home industry* yang akan diteliti.

b. Tahap Pelaksanaan Penelitian

- 1) Pengumpulan data yang meliputi, :
 - a) Observasi langsung di tempat atau lapangan
 - b) Wawancara dengan masing-masing pemilik *home industry*
 - c) Wawancara dengan karyawan
 - d) Wawancara dengan salah satu konsumen atau *reseller*
- 2) Identifikasi data
Data yang sudah dikumpulkan dari kegiatan observasi serta wawancara selanjutnya akan diidentifikasi sehingga mudah untuk dianalisis.
- 3) Penelitian Tahap Akhir
Bagian akhir dari penelitian ini tentunya menyajikan data yang cocok dalam sudah bentuk narasi atau deskripsi serta akan dianalisis dengan teori yang sudah ada guna mencapai tujuan yang akan ditentukan.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Profil *Home Industry*

a. Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food*

Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* adalah *home industry* atau perusahaan rumah tangga yang berkegiatan memproduksi, mendistribusikan, dan melayani konsumen dalam produk makanan timur tengah yang banyak sekali macamnya. Dalam perintisan usaha ini banyak sekali faktor yang mempengaruhi hingga bisa bertahan hingga saat ini. Produk jenis makanan ini sangat diminati oleh masyarakat sekitar sehingga bisnis ini dapat bertahan hingga sekarang. Adapun rincian profil dari *home industry* ini adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food*

Pemilik : Ibu Saidah

Alamat : Perumahan banjarejo Permai Pagelaran

Telepon : 082337737272

Jenis Perusahaan : *Home Industry*

Produk : Makanan khas Asia dan Timur Tengah



Gambar 4.1 Home Industry Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food

Home Industry ini mempunyai logo yang memiliki arti tersendiri bagi pemiliknya, yakni sebagai berikut :

- 1). Background Putih : suci
- 2). Garis Lingkaran Merah : berani mengambil resiko
- 3). Gambar Koki yang berkerudung merah : pemilik *home industry* yang handal dalam memasak
- 4). Tulisan Arab “*Al-Mathbakh Lulwa*” : tempat memasak yang menghasilkan mutiara atau sesuatu yang bermanfaat dan berharga.

Home industry ini sangat beraneka macam jenis yang ditawarkan, dari mulai makanan Asia hingga Timur Tengah. Jenis makanan Asia seperti Canai Kari serta makanan Timur Tengah seperti nasi mandhi, roti hubus dan lain sebagainya. Untuk mengolah berbagai jenis produk yang asing bagi kalangan masyarakat sekitar, *home industry* ini harus mempunyai strategi yang baik untuk bisa dikenal masyarakat. Membahas tentang hal keragaman jenis produk makanan Asia dan Timur Tengah,

dapoer lulwa mempunyai konsistensi dalam mengembangkan jenis makanan yang akan dikembangkan. Berikut ini adalah salah satu produk dari home industry dapoer lulwa yakni Nasi Bowl Mandhi Ayam yang dikemas dengan baik dan siap dinikmati konsumen.

Variasi konsumen yang dimiliki oleh *home industry* Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* menjadikan variasi harga dalam penjualan produk. Hal ini sangat mendukung lancarnya produksi hingga saat ini.

b. *Bilqies Arabian Food*

Home industry ini merupakan kegiatan yang dijalankan dalam memproduksi, pendistribusian, dan menjual produk *ARABIAN FOOD* kepada masyarakat sekitar. Adapun jenis makanan arab yang diproduksi adalah mulai dari nasi mandhi ayam, nasi kafsah, nasi bukhori, roti tamis, dan masih banyak lagi. *Home industry* ini masih diproduksi langsung oleh pemiliknya serta dalam proses pendistribusiannya dibantu oleh beberapa saudaranya. Adapun rincian profil *home industry* *Bilqies Arabian Food* adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : *Bilqies Arabian Food*

Pemilik : Ibu Holifah

Alamat : Desa Brongkal, Kecamatan Pagelaran

Telepon : 081259803020

Jenis Perusahaan : *Home Industry*

Produk : Makanan Timur Tengah



Gambar 4.2 Home Industry Bilqies Arabian Food

Konsistensi dalam meningkatkan hasil kinerja memproduksi makanan Timur Tengah telah dirasakan Ibu Holifah selama kurang lebih 3 tahun. Ibu Holifah menjalankan produksinya dirumah sendiri dengan dibantu oleh saudara-saudaranya. Kesabaran dalam menghadapi permintaan masyarakat untuk memenuhi pesanan dapat menjadikan bisnis Ibu Holifah dapat bertahan hingga sekarang.

c. AM. Al-Barokah

AM. Al-Barokah adalah perusahaan rumah tangga yang juga bergerak dibidang makanan Arab. AM. Al-Barokah berusaha memberikan ciri khas tertentu dalam mengembangkan usaha ini. Terlihat dari tempat yang dijadikan produksi dan menjualnya. Konsep yang digunakan yakni dengan menggabungkan konsep cafe dan tempat makan sehingga banyak dari kalangan anak muda yang memilih AM. Al-

Barokah untuk berkumpul dengan teman-teman sebayanya. Adapun profil AM. Al-Barokah adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : AM. Al-Barokah

Pemilik : Ibu Maemunah

Alamat : Desa Sumbergempol Kecamatan Pagelaran

Telepon : 082132027025

Jenis Perusahaan : *home industry*

Produk : cafe shisha & makanan Arab



Gambar 4.3 Home Industry AM. Al-Barokah

Maksimal dalam meningkatkan produksi ketika ada konsumen membuat kinerja di AM. Al-Barokah harus tetap siap dalam kondisi apapun. Dikarenakan AM. Al-Barokah tidak hanya menjual makanan Arab, tetapi juga menjual makanan Asia terlebih lagi dengan menambah menu macam-macam minuman kopi serta difasilitasi oleh wifi yang bisa

dijangkau oleh konsumen jika membeli ditempat. Hal ini yang sangat dicari oleh muda-mudi zaman millenials. Bisa disebut juga itu adalah strategi untuk menarik pelanggan agar bisa tetap lancar dalam menjalankan *home industry* di era *new normal*.

B. Paparan Data

1. Konsep Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di era *New Normal*

Pengembangan usaha berbasis *home industry Arabian Food* di era *new normal* merupakan salah satu cara bagaimana meningkatkan hasil produksi dan kinerja dimasa pandemi dengan membandingkan dengan hasil dan kinerja ketika sebelum pandemi. Konsep pengembangan ini muncul dikarenakan kondisi yang perlu dibenahi dari pelaku *home industry* dalam menjalankan kegiatannya sehari-hari. Mengembangkannya pun pemilik *home industry* memiliki cara yang berbeda-beda.

Kondisi yang memaksa masing-masing *home industry* menggunakan cara atau strategi yang lain. Gambaran sebelum dan sesudah pandemi berbeda. Sebelum pandemi dijelaskan oleh Ibu Saidah pemilik *home industry* Dapoer Lulwa menjelaskan :

“iya sebelum pandemi memang bisnis kita sudah lancar mas, setiap hari saya dan karyawan pun sangat kewalahan untuk melayani pesanan hari ini dan sebelumnya, bahkan dulu banyak sekali yang

datang ke rumah sini untuk membeli dan dikonsumsi di sini, bahkan hampir setiap hari dulu kirim keluar kota gitu”⁶²

Sedangkan pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* menuturkan :

“memang berbeda sejak pandemi ada, kalau sebelum pandemi saya bisa sampai nglembur untuk pesanan besoknya, dulu juga saya biasanya ngajak untuk keluarga saya yang ada aktu luang untuk membantu saya, kalau sekarang ya seadanya saja, kadang saya juga yang nganterin ke konsumen sendiri ”⁶³

Menurut pemilik *home industry* AM. Al-Barokah Ibu Maemunah memaparkan untuk kondisi sebelum pandemi adalah sebagai berikut :

“kalau ditanya sebelum pandemi ya sangat ramai mas di sini kalau siang ya banyak mesan makanan arabnya, kalau malem disini kan menyediakan tempat kopi, jadi dulu rame anak muda di sini, tapi karena pandemi ini kan jadi ada pembatasan waktu yang jam malam itu, makanya di sini menurun”⁶⁴

Hasil di atas menunjukkan sebelum pandemi ini memang masing-masing *home industry* sudah mempunyai kondisi yang sangat mendukung dengan meningkatnya *home industry*nya. Kondisi pandemi harus diterima diberbagai lapisan masyarakat. Sebagai suatu usaha kecil yang bergerak ditingkat rumah tangga.

Wawancara yang telah dilaksanakan oleh penulis, bisa didapat informasi bahwa ketiga *home industry* menghadapi keadaan yang sama dan

⁶² Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

⁶³ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁶⁴ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

penyelesaian yang berbeda dalam meningkatkan kualitas produk makanan di tengah pandemi, seperti yang diutarakan Ibu Saidah Pemilik *home industry* Dapoer Lulwa :

“sebelum pandemi kita berjalan dengan normal, setelah pandemi kita awal-awal mungkin ya banyak bahan-bahan yang susah didapat di Malang karena tutup, itu mempengaruhi juga ke produksi juga, tapi setelah itu kita mencari jalan atau solusi gimana kita mencari tempat membeli barang, trus setelah itu kembali berjalan seperti biasanya, tapi memang kita banyak bergerak di online”⁶⁵

Pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food juga menegaskan bahwa tentang konsep pengembangan usaha di era *new normal* sebagai berikut :

“sebenarnya adanya pandemi ini tidak berpengaruh masih saja berjalan terus, pernah satu hari kemarin waktu sebelum saya terkena sakit dan dirawat di rumah sakit, sebelum itu walaupun ada pandemi ya jalan seperti biasa saja, sampai satu harinya saya memproduksi 10 kilo, paling sedikit biasanya 7 kilo yang saya produksi, ya banyak pelanggan yang minat dan dijual lagi. Dan ketika saya pulang dari rumah sakit baru itu ada penurunan, tapi saya terus semangat saja, semangat terus meskipun yang pertamanya dalam sehari bisa 7 kilo sampai 10 kilo dan sekarang cuma bisa buat 2 kilo saja tapi ya alhamdulillah”⁶⁶

Bilqies Arabian Food telah berdiri sekitar 4 sampai 5 tahun dengan telah memiliki konsumen produk yang beraneka macam. Perintisan awal Bilqies Arabian Food dapat dijelaskan oleh Ibu Holifah sebagai berikut :

⁶⁵ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

⁶⁶ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

“pertamanya cuman iseng-iseng kayak gitu, terus saya pertamanya bikin dari satu kilo taruh ke sekolahan dari sekolahan itu berjalannya ya lancar aja sampai habis dua kilo dari hari ke hari meningkat. Di depan sekolahan itu juga ada toko, saya juga naruh sejenis roti, saya jual kalau ke orang kampung 10 ribu, kalau saya jual ke warung atau toko harganya 9 ribu. Setelah lama kelamaan sama istri adik saya *dionlinekan* lewat media status *whatsapp*, ternyata banyak orang yang minat dan bertanya, “ada masakan arabnya ngga ? seperti shawrma, sambusa, dan lain-lainnya?” saya jawab iya saya bisa, tapi sebelumnya harus order dulu, kalau beli sekarang besok baru ambil, atau 2 jam setelah order baru bisa diambil, juga sudah ada yang tersedia kalau bahan yang bisa ditaruh di freezer langsung tersedia, nah setelah itu lancar-lancar aja”⁶⁷

Terkait hal tersebut, pemilik AM. Al-Barokah juga menegaskan bahwa :

“ada, apalagi dimasa pandemi semakin merusut 2 kali lipat dari hari aktif biasanya, 50 persen itu turunnya. Kondisinya memang berbanding terbalik dengan kondisi normalnya.”⁶⁸

Berdasarkan wawancara di atas yang telah dilakukan dengan pemilik home industry, menggambarkan kondisi dari ketiga *home industry* terdampak pandemi. Bisa dijelaskan dengan banyak kondisi yang telah dirasakan, mulai sulitnya membeli bahan produksi, menurunnya tingkat produktivitas, dan lain sebagainya.

Menghadapi masa pandemi seperti ini pemilik *home industry* dituntut untuk mencari celah atau cara yang jitu guna mengembalikan kembali kondisi seperti sebelum pandemi meskipun tidak sepenuhnya. Kebijakan solusi atau cara yang akan dilakukan masing-masing home industry tentu berbeda-beda. Guna mengimplementasikan solusi pemilik *home industry*

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

akan menggunakan yang paling sesuai dengan kondisi *home industry* masing-masing.

Masing-masing *home industry* mempunyai solusi guna menghadapi kondisi dalam masa pandemi untuk kelanjutan bisnisnya. Ibu Saidah selaku pemilik *home industry* Dapoer Lulwa menyatakan bahwa :

“setelah pandemi ini kita lebih banyak menu-menu baru yang mungkin bisa dikonsumsi orang banyak, lebih luas lagi dan promosi makanan lewat media sosial, instagam, facebook, dan lain sebagainya”.⁶⁹

Ibu Holifah selaku pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food juga menegaskan :

“untuk memperlancar kemarin-kemarin itu, walaupun harga saya tetap samakan, tapi yang saya jual untuk bahannya saya tambah”.⁷⁰

Pernyataan Ibu Holifah bermaksud tetap menjaga kualitas makanan yang diproduksi guna menjaga rasa nyaman untuk pelanggan dengan menetapkan harga yang sama meski dalam kondisi pandemi. Ibu Maemunah juga menyatakan bahwa :

“tentu kami juga mempunyai strategi atau solusi untuk mempertahankan bisnis kami, potongan harga adalah salah satu cara kami, setelah itu dengan menambah menu, terus promosi di media sosial, memperbaiki fasilitas di rumah makan ini, ya itu sementara ini yang saya lakukan. Berusaha sabar dan berdoa adalah hal yang paling harus dilakukan ketika kondisi seperti ini”.⁷¹

⁶⁹ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

Wawancara di atas menggambarkan bermacam-macam usaha/solusi yang dilakukan guna meningkatkan kinerja *home industry*. Solusi yang telah dijelaskan menggambarkan kondisi pandemi memang harus dihadapi dengan cara yang dan belum dilakukan sebelumnya, contohnya dengan menambah menu baru dengan tujuan agar masyarakat umum, ada juga yang lebih banyak promosi di media sosial, serta menambah fasilitas agar konsumen nyaman dalam berkunjung.

Selain dijelaskan dengan solusi di atas, cara lain dalam menjaga eksistensi produk yakni proses produksi dalam *home industry* mengikutsertakan pemilik dalam proses kinerja. Alasan yang menjadikan proses kinerja *home industry* harus dikontrol oleh pemilik banyak sekali pertimbangan dalam *home industry*. Hal ini bertujuan agar produk dapat berkualitas dengan sesuai harapan pemilik yang telah ditentukan.

Dalam hal produksi, keikutsertaan pemilik *home industry* juga hal terpenting dalam kegiatan produksi di tengah masa pandemi. Ibu Saidah menuturkan :

“iya, untuk masakan ada yang bantu tapi saya yang handle untuk rasa, ditakutkan nanti ada beberapa komponen atau bahan yang takarannya kurang atau lebih dan itu menjadikan rasanya sedikit berbeda dengan ciri khas yang telah dibangun bertahun-tahun”⁷²

⁷² Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

Hal ini juga dilakukan oleh Ibu Holifah selaku pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* menyatakan :

“iya, saya saja yang menjalankan produksi ini, masih belum punya karyawan, kadang juga dibantu saudara saya ketika dapat orderan agak banyak, ketika saya sakit tidak ada yang menggantikan saya, tapi ya gitu banyak yang menghubungi untuk memesan”⁷³

Ibu Maemunah selaku pemilik AM. Al-Barokah juga menyatakan bahwa :

“iya, saya semua ikut dalam memproduksi makanan, dari roti, makanannya, ada juga yang membantu dibagian minuman, dan juga bumbu ketika diolah dari mentah ke matang”⁷⁴

Solusi yang lain yang telah dilakukan guna menjaga produktivitas *home industry* yakni dengan masing-masing *home industry* mempunyai produk yang diunggulkan. Produk ini mengikuti permintaan masyarakat. Ada juga produk ini memang tidak dijual di *home industry* lainnya. Produk yang unggul tentu sudah melewati beberapa masukan atau saran yang menjadikan produk itu dianggap unggul dimasyarakat.

Terkait keunggulan masing-masing *home industry* tentu mempunyai ciri khas sendiri, hal itu juga berkaitan kinerja produksi dari masing-masing *home industry* yang dijalankan. Terkait hal tersebut Ibu Saidah menjelaskan bahwa :

“kalau saya saat ini, kalau di sini kan menonjol ke *Arabian Food* nya ya, roti tamis fowl kita sampai kirimm ke Madura, Pontianak, dengan

⁷³ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

menggunakan jasa orang yang mau berangkat atau pulang ke Pontianak, nasi juga bisa dikirim ke Surabaya, Madura juga ada, yang diunggulkan juga di sini tentang rasa, kualitas, pengemasannya, kebersihannya, dan lain sebagainya”⁷⁵

Selaku pemilik *Bilqies Arabian Food* Ibu Holifah juga menyebutkan tentang hal-hal yang menjadi keunggulan *home industry*nya, ulasanya sebagai berikut :

“oh itu tentang rasa, karena bumbunya yang asli dari Arab, saya dapat kiriman dari Arab, terus resep masih saja tetap saya jalani yang saya bikin setiap hari, dari awal sampai akhir tidak ganti resep dan tidak ganti tangan cuma saya saja”⁷⁶

Ibu Maemunah juga menjelaskan terkait dengan keunggulan *home industry*nya yakni AM. Al-Barokah yakni dengan menuturkan :

“ ya mungkin ya dari segi rasa, banyak juga yang sudah berkomentar kepada kami terkait segi rasa, dan juga konsep dari tempat makan kita yang didesain sendiri dan juga mengutamakan kenyamanan pelanggan untuk betah berlama-lama di tempat saya”⁷⁷

Keunggulan produk yang telah dijelaskan di atas menggambarkan bahwa perbedaan keunggulan yang dimiliki oleh *home industry* membuat masyarakat memberi kepercayaan untuk bisa berlangganan dan ikut serta dalam mengonsumsi produk yang telah dijual oleh *home industry*.

Berdasarkan wawancara di atas, setiap masing-masing *home industry* terdampak. Sebelum pandemi datang bisnis mereka lancar namun ketika

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

⁷⁶ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* *Bilqies Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

setelah pandemi datang, beberapa permasalahan muncul, terkait bahan, konsumen hingga laba yang diperoleh. Banyak sekali hal yang dilakukan agar kinerja *home industry* ketika pandemi dapat berjalan kembali. Hal ini membuat setiap *home industry* berani mengambil solusi atau kebijakan agar kinerja bisa pulih kembali.

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, keunggulan-keunggulan yang telah disebutkan oleh pemilik *home industry* tampak dengan jelas dengan didukung keikutsertaan pemilik *home industry* langsung dalam kegiatan produksi. Ketika di Dapoer Lulwa Ibu Saidah ikut serta dalam pengontrolan dari segi rasa yang telah karyawan produksi, jika menurut Ibu Saidah ada yang kurang maka beliau sendirilah yang akan menambahkan bumbu agar lebih maksimal lagi, ketika Ibu Saidah sudah sesuai dengan rasanya maka karyawan tersebut bisa untuk mengemas produk dan siap untuk dijual. Ibu Holifah pun langsung *handle* sendiri terkait produksi di *Bilqies Arabian Food* . Sedangkan Ibu Maemunah juga ikut serta dalam pembuatan produk *home industry* meskipun ada beberapa karyawan, tapi tetap beliau ikut memantau jalannya produksi.



Gambar 4.4 Keikutsertaan Pemilik home industry

2. Implementasi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal*

Meningkatkan usaha *home industry ARABIAN FOOD* di era *new normal*, tentu setiap *home industry* memiliki cara tersendiri guna mengembangkan bisnisnya. Terlepas dari itu, strategi atau cara yang diterapkan tentu sudah menjadi kebiasaan atau prinsip dari *home industry* tersebut. Adapun strategi yang dilaksanakan oleh *home industry* Dapoer Lulwa yakni dengan alat produksi yang dijalankan dengan mesin. Hal tersebut sesuai dengan yang dijelaskan oleh Ibu Saidah yakni :

“iya di sini sudah menggunakan mesin, ada mixer, pengembang atau *proving*, oven untuk roti, oven untuk masakan arabnya juga ada, microwave untuk nasi juga ada, freezer untuk menyimpan bahan makanan juga ada”⁷⁸

Ibu Holifah selaku pemilik *Biliqies Arabian Food* memiliki cara tersendiri dalam mengembangkan usahanya. Dengan konsep masih manual yang bertujuan untuk menjaga rasa dari masakan tentunya itu yang dijalani oleh Ibu Holifah. Hal ini juga dinyatakan dengan sebagai berikut :

“nggak masih belum menggunakan mesin untuk bisnis saya, masih manual, ulenan (mengaduk) juga masih dengan tangan saya, kalo oven nanti ketika mengembangkan roti itu baru ada, klo untuk yang lain masih menggunakan tangan, hal ini saya lakukan agar rasa tetap terjaga dengan mengutamakan kepuasan konsumen saya, baru kalau

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

dapat orderan banyak seperti acara besar, hajatan dan lain-lain, baru saya menggunakan mesin untuk bisa mengejar target order”⁷⁹

Pemilik *home industry* AM. Al-Barokah juga mempunyai cara tersendiri dalam mengembangkan usahanya. Hal ini juga dinyatakan oleh Ibu Maemunah yang beliau menjelaskan sebagai berikut :

“untuk bisnis saya juga tergantung dengan makan yang dipesan oleh konsumen. Kalau mungkin masakan itu harus dengan mesin seperti roti dalam lain-lain ya saya pakai itu, baru kalau ada pesanan nasi saya tangani sendiri mungkin klo pake blender itu yang buat menghaluskan bumbu, tidak semuanya pakai mesin”⁸⁰

Berdasarkan wawancara di atas, menunjukkan bahwa beberapa *home industry* telah menggunakan mesin dalam proses produksi. Telah dijelaskan oleh Ibu Saidah di Daper Lulwa telah menggunakan pengaduk dari mesin, mesin pengembang, oven, mixer, dan sebagainya. Hal ini menunjukkan usaha untuk meningkatkan kinerja *home industry* serta kemampuan untuk bisa meningkatkan kuantitas produksi disetiap harinya. Ibu Holifah masih menggunakan manual, hanya oven yang menjadi mesin untuk memanggang roti, selain itu masih menggunakan manual. Kemudian Ibu Maemunah juga sudah beberapa menggunakan alat mesin dalam berproduksi.

⁷⁹ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04



Gambar 4.5 Penggunaan mesin dalam produksi

Proses produksi *home industry* beraneka ragam yang dibutuhkan. Hal ini berhubungan dengan fasilitas atau alat yang digunakan dalam berproduksi, kinerja bersama kasyawan dan lain sebagainya. Target yang dimiliki oleh masing-masing *home industry* berkaitan dengan jumlah permintaan produk ketika dalam seharinya.

Memproduksi suatu produk tentunya butuh waktu. Produk yang siap untuk dijual sebelumnya pasti masih dari bahan mentah atau belum siap diproduksi. Hal yang diuraikan oleh pemilik *home industry* Dapoer Lulwa adalah sebagai berikut :

“kalau untuk roti-roti kita membutuhkan waktu ketika mengaduk adonan dengan mesin itu cuma 15 menit, habis itu untuk *proving* (mengembangkan adonan) biasanya 35 menit, proses oven sekitar 15 menit, untuk pengemasan mungkin 5 sampai 10 menit. Butuh waktu

sekitar 1 jam setengah sampai 2 jam untuk memproduksi roti, itu belum menu lainnya”⁸¹

Ibu Holifah menyatakan juga tentang waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi sebuah makanan, yang penjelasannya sebagai berikut :

“kalau roti itu yang paling lama sendiri, karena membutuhkan pengembangan adonannya dua kali, sampai tiga jam baaru bisa menjaadi roti, kalau bumbu Arabnya itu biasanya kan berupa bubuk, tapi kan disendirikan bumbu kafsah sendiri, bumbu biryani sendiri. kalau untuk menu nasi biasanya nasinya kita masak dulu agar nanti ketika ada yang order nasi kita tinggal panaskan lagi, biasanya kita memasak nasi biryani, kafsah, mandhii rata-rata 1 sampai 2 jam dan itu juga sudah diberi bumbu-bumbu arabnya, jika sejenis nasi kita menyiapkannya butuh 45 menit sampai 1 jam, waktu juga lebih lama jika konsumen order yang paket 5 sampai 7 orang”⁸²

Ibu Maemunah selaku pemilik AM. Al-Barokah juga menjelaskan terkait waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi satu menu makanan, yakni sebagai berikut :

“mungkin bisa juga 25 menit, ini untuk masakan yang seblumnya sudah disiapkan bahannya atau masih ada di dalam persediaan, untuk 25 menit ini lebih ke makanan asianya seperti nasi goreng, mie goreng dan lain sebagainya. Jika untuk makanan arab seperti nasi mandhi dan yang lainnya, ya membutuhkann waktu sekitar satu jam.”⁸³

Berdasarkan di atas waktu yang dimiliki *home industry* masing-masing berbeda-beda. Ibu Saidah yang menggunakan mesin untuk penggunaan produksi dalam pembuatan roti juga masih memerlukan waktu sekitar 1 jam 45 menit dalam pembuatannya. Ibu Holifah juga menegaskan dalam

⁸¹ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

⁸² Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁸³ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

pembuatan roti membutuhkan waktu yang cukup lama dikarenakan harus mengembangkan adonan 2 kali. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia atau alat yang sudah ada berpengaruh terhadap hasil kinerja *home industry*.

Varian menu yang disediakan masing-masing *home industry* memiliki arti tertentu. Persaingan untuk kreativitas dan inovasi dalam berbisnis bisa dibuat standar menu apa saja yang tersedia dalam *home industry*. Masing-masing *home industry* pasti memiliki menu yang membedakan dengan *home industry* lainnya.

Keanekaragaman menu yang telah diproduksi dimiliki tiap *home industry* tentunya ini termasuk dalam strategi atau cara untuk menarik konsumen dalam pemasaran. Meningkatkan hasil produksi juga bisa melalui menu-menu yang baru agar konsumen tidak bosan dan ada varian yang lain. Hal ini yang diutarakan oleh Ibu Saidah pemilik Dapoer Lulwa adalah sebagai berikut :

“kalau yang di sini yang ada memang *pure* dari *Arabian Food* nya nasi biryani, nasi mandhi, nasi kafsah, bashammel terus sambusa, kalau untuk Asian foodnya kita biasanya ada dessert ada seperti kebab yang sudah banyak di Asia dan di Indonesia, di sini juga ada sandwich terus ayam geprek juga ada disini, nasi goreng makanan Chinese food juga ada disini”⁸⁴

⁸⁴ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

Ibu Holifah juga menyebutkan menu yang ada di home industry Bilqies

Arabian Food yang mana sebagai berikut :

“iya dari roti, roti samuli, nasi juga ada yang lebih cepat daripada roti, terus sambusa, shawrma, canai kare, dan masih banyak lagi, dan jika ada yang baru pertama kali kesini dan mencari menunya ya di hape ini, dan langsung dibagikan ke pelanggannya, dan disitu langsung dicatat mau pesen apa, berapa dan lain sebagainya”⁸⁵

Terkait itu Ibu Maemunah juga langsung mengulas menu apa saja yang ada di AM. Al-Barokah, dengan ulasan sebagai berikut :

“ya ada banyak menu di sini, dari menu yang biasa di masyarakat yang seperti nasi goreng biasa ataupun spesial, ada bakmi juga, mie goreng, nasi pecel, tongseng kambing, lele goreng, mujaer goreng, gurami goreng, dan untuk menu makanan Arabnya ada nasi mandhi kambing, nasi mandhi ayam, nasi biryani kambing, nasi briyani ayam, nasi bukhori ayam, nasi bukhori kambing, ayam steak kentang, sambusa ayam, sambusa sayur dan masih banyak juga roti-roti lainnya, disini juga ada fasilitas sisha arab dengan berbagai rasa”⁸⁶

Home industry AM. Al-Barokah tidak hanya mengembangkan produksi makanan Timur Tengah, tetapi juga memasarkan atau menjual makanan Asia seperti nasi goreng, mie goreng dan lain sebagainya. Hal ini berdampak pada variasi konsumen yang berkunjung ke tempat AM. Al-Barokah dari mulai anak-anak, remaja hingga dewasa. Hal ini dijelaskan oleh pemilik AM. Al-Barokah sebagai berikut :

“ iya memang, banyak dari pengunjung masih remaja dan anak muda, yang betujuan mereka datang untuk sekedar ngobrol atau berkumpul guna membahas sesuatu yang penting. Tentunya kami menyediakan

⁸⁵ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁸⁶ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

menu yang memang sesuai dengan konsumennya. Jika anak muda yang memesan biasanya mereka memesan kopi dan cemilan ringan.”⁸⁷

Wawancara di atas menjelaskan banyak sekali menu yang memang diciptakan oleh pemilik *home industry* yang bertujuan untuk membedakan dengan *home industry* lainnya. Hal ini berdampak positif bagi produsen yakni meningkatnya rasa kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan bisnisnya, sisi positif yang didapatkan oleh konsumen yakni meminimalisir rasa bosan dan banyak pilihan menu yang menjadikan konsumen lebih memilih dengan leluasa.

Proses produksi yang telah dilewati oleh *home industry* akan menghasilkan beberapa produk yang siap diantarkan ke konsumen. Kinerja *home industry* dalam menghasilkan produk intensitasnya bisa setiap hari, minggu, bulan. Meningkatnya hasil produksi dalam *home industry* tidak bisa diperkirakan.

Hasil produksi yang dihasilkan tentu berbeda dalam masing-masing *home industry*. Ada sistem hasil produksi perhari, ada juga perminggu, bahkan ada yang perbulan. Hal ini disampaikan oleh Ibu Saidah selaku pemilik *home industry* Dapoer Lulwa yakni sebagai berikut :

⁸⁷ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

“kalau untuk satu hari 10 sampai 15 kilo untuk macam-macam roti, kalo samuli untuk per resep kan jadi 4 bungkus yang isi 6, kalau yang isi 10 jadi 5 bungkus, yang isi 10 itu yang mini yang kecil-kecil, kalau tamis biasanya jadi 10 paket itu biasanya juga habis 25 kalau ada pemesanan”⁸⁸

Ibu Holifah juga menjelaskan terkait hasil produksi yang dilaksanakan di Bilqies *Arabian Food* yang dijelaskan sebagaimana berikut :

“pokoknya saya setiap hari itu, saya dalam setiap kilonya itu jadi tiga bungkus, jadi tiga bungkus kadang saya habis sampai empat kilo, kadang paling rendah cuma buat dua kilo, tapi ya itu saya memang maunya roti itu setiap hari baru, jadi saya usahakan setiap hari produksi roti, ya itu minimal buat dua kilo perhari”⁸⁹

Sedangkan Ibu Maemunah menerangkan bahwa hasil produksi di AM.

Al-Barokah sebagai berikut :

“kadang-kadang kalau menu Arabnya itu untuk yang nasi biasanya perharinya 2 sampai 3 kilo nasi mandhi, kafsah, atau briyani. Dan untuk macam-macam rotinya biasanya saya perharinya 3 kilo dan itu menjadi 15 bungkus,”⁹⁰

Hasil wawancara di atas menunjukkan waktu yang dibutuhkan masing-masing *home industry* dalam memproduksi suatu produk. Ketiga *home industry* mempunyai perbedaan. Perbedaan ini bukan menjadi masalah yang serius, dikarenakan cara kinerja masing-masing atau alat yang digunakan dalam proses produksi berbeda sehingga kuantitas dalam sehari-hari pun menjadi berbeda.

⁸⁸ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

⁸⁹ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁹⁰ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

Produk yang telah diproduksi dan dikemas siap dipasarkan kepada konsumen. Ketika produk-produk ini ada konsumen yang ingin dibeli, maka banyak sekali jenis konsumen yang ingin membeli produk. Ada konsumen yang langsung datang ke tempat dengan membeli sekaligus mengonsumsinya, ada juga yang membeli ditempat namun produknya dibawa pulang, kemudian ada juga yang memesan online sekaligus diantar kerumah konsumen. Pendistribusian produk ini lebih mengutamakan yang online dikarenakan butuh persiapan yang baik guna mendistribusikan kepada konsumen.

Strategi pendistribusian kepada konsumen juga perlu untuk dikaji dan dilihat. Hal ini juga dijelaskan oleh Ibu Saidah selaku pemilik *home industry* Dapoer Lulwa *Arabian dan Asian Food* terkait pendistribusian produk kepada konsumen, yang dijelaskan bahwa :

“ya kita ada yang orangnya langsung ingin makan di tempat biar hangatnya masih terasa, ada yang dianter juga, nah kita kirim melalui kurir dan kita biasanya kirim ¼ jam sebelum waktu yang ditentukan oleh konsumen biar masih hangat, untuk kurir ada tarif jarak yang diberlakukan sesuai jarak yang ditempuh, itu kita juga sudah mempunyai karyawan sendiri 1 untuk pengantaran”⁹¹

Home industry ini bertempat di Perumahan Banjarejo Permai Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang. Jika konsumen ingin membeli produk *home industry* tersebut, maka konsumen tinggal melihat status whatsapp pemilik *home industry*. Berbagai jenis konsumen bisa ditemukan di *home industry*

⁹¹ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

ini, ada yang harus diantarkan oleh kurir, ada juga yang membeli produk di tempat dan dibawa pulang, serta ada pembeli yang dikonsumsi di tempat.

Sesuai yang diutarakan oleh pemilik *home industry* yakni Ibu Saidah :

“memang pembeli di sini bermacam-macam, ada yang beli tapi dibawa pulang, ada yang harus diantar oleh kurir, ada juga yang beli dan makan di tempat. Jika produk harus diantar oleh kurir maka ada biaya tambahan untuk ongkos kirim. Untuk tarif ongkos kirimnya pun bervariasi, tergantung jauhnya jarak yang ditempuh”.⁹²

Ibu Holifah juga menyatakan dalam pendistribusian produk kepada konsumen. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Holifah sebagai berikut :

“ada juga yang ngambil sendiri mas, ya biasa mungkin langsung datang ke rumah dan sekaligus membayar untuk produk makanannya, kalau diantar ya biasa diantar aja, pertamanya order aja terus saya siapin kalau memang yang sudah siap ya saya panaskan dulu, ya paling lambat daerah terdekat ya 15 sampai 20 menit, ada juga yang bagian mengantarkan ada adik saya, kadang kalau daerah dekat pagi-pagi gini kan masih belum ada yang nganter, ya biasanya saya juga yang langsung mengantarkan”⁹³

Pemilik AM. Al-Barokah juga menyatakan tentang pendistribusian produk, Ibu Maemunah menjelaskan sebagai berikut :

“kadang ada orang yang ngambil di sini juga, tergantung jarak jauhnya juga, 10 ribu atau 5 ribu tergantung tempat konsumennya juga, kalau seperti kepanjen ya 10 ribu, untuk kurirnya tergantung di warung ini siapa yang kosong ya itu yang berangkat”⁹⁴

Wawancara di atas menunjukkan bahwa pendistribusian produk perlu persiapan, mulai dari produknya yang disiapkan dari awal, pengecekan

⁹² Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 19.18

⁹³ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁹⁴ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

lokasi konsumen, jarak yang harus ditempuh, dan biaya tambahan untuk biaya ongkos kirim. Hal ini harus dipersiapkan, perbedaan ongkos kirim konsumen juga dipengaruhi jarak dan medan yang harus ditempuh kurir untuk menjangkaunya.

Proses atau promosi yang dilakukan oleh *home industry* sangatlah penting untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan pengenalan produk *home industry* terhadap masyarakat salah satu caranya dengan media *online*. Kecepatan konsumen mengetahui produk terdapat pada *home industry* yang konsisten promosi di media online.

Strategi promosi juga harus dilakukan untuk masing-masing *home industry* agar keberlanjutan bisnisnya semakin bisa dikembangkan lagi. Tentu ada dampak tersendiri bagi kelangsungan kegiatan *home industry*. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Saidah bahwa :

“yang saya gunakan untuk promosi adalah Whatsapp, Instagram, sama facebook, saya lakukan sendiri juga, dan saya juga kadang-kadang mendapat pujian dari konsumennya, alhamdulillah banyak yang berkomentar positif terhadap hasil masakan saya, oleh karena itu saya setiap pagi open order di status Whatsapp saya biasanya dimulai jam 8 pagi dan pemesanan bisa diambil 2 jam sebelum order”⁹⁵

Selaku pemilik *Bilqies Arabian Food* juga menegaskan bahwa :

“Cuma dari Whatsapp dan Facebook saja,, dan saat itu juga banyak yang melihat distatus saya, ya alhamdulillah juga setelah itu banya yang order ini dan itu, dan juga sama saudara saya juga ikut membantu

⁹⁵ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

mempromosikan di Whatsappnya jadi yang menghubungi saudara saya langsung dialihkan juga kesaya”⁹⁶

Ibu Maemunah juga menjelaskan terkait promosi yang dilakukan oleh

home industry AM. Al-Barokah yakni sebagai berikut :

“kalau saya memasang status di Whatsapp, Instagram, Facebook, dan line, serta memasang beberapa spanduk di pinggir jalan, itu yang saat ini dilakukan agar bisa berlanjut lagi bisnis ini”⁹⁷

Hasil wawancara di atas menunjukkan pentingnya promosi dalam kinerja *home industry*. Ketiga *home industry* diatas menggunakan promosi media online agar konsumen bisa mengamati setiap hari menu yang setiap hari tersedia apa saja. Promosi yang dilakukan diatas juga bertujuan meningkatkan keaktifan, kreasi, dan inovasi dalam mengolah bisnis di media online.

Terkait dengan itu pemesanan yang dilakukan secara *online* memang banyak ditemui dalam kegiatan ketiga *home industry* diatas. Hal ini diutarakan oleh Ibu Saidah yang mana berikut ini :

“kalau untuk pemesanan online di sini memang saya maksimalkan di status *whatsapp*, kadang-kadang juga *instagram* itupun jarang, kadang juga *facebook*, tapi memang yang di *whatsapp* saya utamakan dan para konsumen saya yang tau itu memang dari status *whatsapp*, makanya saya menyimpan yang pernah beli ke saya”⁹⁸

⁹⁶ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

⁹⁷ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

⁹⁸ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

Sedangkan untuk Ibu Holifah pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food menerangkan bahwa :

“ya saya kalau mau posting ya cuma di *whatsapp* aja, itupun saya lupa dalam perharinya itu dapat berapa”⁹⁹

Kemudian untuk Ibu Maemunah selaku pemilik *home industry* AM.

Al-Barokah juga menerangkan :

“ya penjualan saya memang saya fokus ke *whatsapp* kadang-kadang, saya juga memasukkan ke status *whatsapp*, kalau pandemi gini mas kadang-kadang kita nungguin aja yang pesan, ada atau enggak, dari pada nanti kita membuat ternyata tidak ada yang beli”¹⁰⁰

Paparan di atas menerangkan penjualan *online* yang telah dilewati oleh ketiga *home industry*. Memang untuk kebanyakan ketiga *home industry* tersebut menggunakan *whatsapp* untuk mempromosikan dan menjual secara *online*. Dilihat dari data di atas penjualan melalui *whatsapp* saja yang berjalan dengan lancar, untuk aplikasi media sosial yang lain masih belum dipergunakan oleh ketiga *home industry* tersebut.

Keberadaan pelanggan atau konsumen yang sudah mempercayakan untuk dapat membeli produk dimasing-masing *home industry* adalah kebanggaan atau energi positif bagi kinerja bisnis. Diartikan bahwa konsumen sudah mempunyai standar keinginan yang telah terpenuhi oleh *home industry* yang dijadikan tempat langganan.

⁹⁹ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

¹⁰⁰ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

Home industry masing-masing pasti sudah mempunyai pelanggan tetap dan juga ada *resseler*. Hal ini menunjukkan jika suatu produk bisnis sudah mempunyai pelanggan tetap berarti kinerja *home industry* tersebut dapat membangun kepercayaan terhadap pelanggan atau konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh Ibu Saidah pemilik *home industry* Dapoer Lulwa yang menjelaskan sebagai berikut :

“sudah disini sudah mempunyai pelanggan tetap dan reseller, kadang ada juga langsung dijual dalam bentuk yang sama, ada juga yang divariasasi dengan menambah isiannya, dan tentunya juga untuk harga sudah berbeda karena sudah kebijakan penuh reseller”¹⁰¹

Hal ini juga dirasakan oleh Ibu Holifah pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* , juga membahas tentang pelanggan tetap atau juga reseller yakni sebagai berikut :

“iya di sini juga sudah punya pelanggan tetap dan setiap hari bahkan order di sini, biasanya si yang sering order di sini itu lebih ke roti seperti samuli, sambusa, shawrma dan lain sebagainya. Kadang juga ada event pernikahan, pengajian dan juga acara besar-besar lainnya. Di sini juga ada *resellernya* biasanya banyak roti samulinya, karena akan dijual kembali oleh *resellernya*”¹⁰²

Ibu Maemunah selaku pemilik AM. Al-Barokah juga menegaskan bahwa bisnisnya juga mempunyai pelanggan tetap, yang dijelaskan pada berikut ini :

“kalau pelanggan tetap ada, meskipun dipelanggan online juga ada, jadi meski dikondisi pandemi ini, setidaknya tidak mengurangi lah. Tentu pelanggan tetap kita banyak dikalangan remaja dan anak muda,

¹⁰¹ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa *Asian & Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

¹⁰² Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

dikarenakan tempat kita yang luas dan juga kita fasilitasi *free wifi*, jadi ketika ada konsumen kesini dan membeli produk kita maka mereka bisa mengakses internet dengan lancar”¹⁰³

Wawancara di atas bisa disimpulkan bahwa pelanggan tetap dan juga reseller adalah salah satu pendukung dalam majunya *home industry*. Adanya pelanggan tetap ini menunjukkan kepercayaan *home industry* telah tersalurkan kepada konsumen yang didukung dengan kualitas-kualitas produk serta pelayanan yang telah dirasakan oleh pelanggan atau konsumen. Reseller juga menandakan bahwa produk *home industry* ingin disalurkan kembali kepada masyarakat tetapi dengan kreativitas dan inovasi yang lain.

Ciri khusus yang dimiliki masing-masing *home industry* harus bisa dipertahankan. Membentuk produk yang berbeda dengan yang lain memang sulit dan harus dipikirkan secara matang. Perbedaan produk tersebut berdampak pada persaingan *home industry* yang semakin ketat. Inovasi dan konsistensi perlu dijaga dan pelayanan kepada konsumen yang perlu ditingkatkan agar pelanggan dapat bertransaksi dengan lancar.

Perbedaan produk menjadikan suatu kelebihan dari *home industry* masing-masing. Sebab perbedaannya pun berbeda tergantung *home industry* sendiri itu yang menciptakannya dan mengetahui pasar yang saat ini lagi trend. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Saidah sebagai berikut :

¹⁰³ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

“saya di sini mengutamakan beberapa hal, satu rasa, kedua kebersihan, ketiga kerapihan dalam pengemasan, keempat sampai ditangan konsumen tepat waktu”¹⁰⁴

Ibu Holifah selaku pemilik *Bilqies Arabian Food* juga menerangkan terkait hal-hal yang membedakan produk miliknya dengan yang lain, yakni sebagai berikut :

“disini ya saya mengedepankan rasa, makanya saya ga berani pake mesin-mesin itu ya takut aja nanti cita rasa khasnya hilang, terus saya mengutamakan pelayanan kepada konsumen, jangan sampai konsumen itu tidak nyaman dengan kita, maka itu nanti mengurangi kepercayaan terhadap produk kita”¹⁰⁵

Ibu Maemunah selaku pemilik *home industry* AM. Al-Barokah juga menjelaskan, yakni sebagai berikut :

“untuk perbedaan produk saya dengan yang lainnya, mungkin dari segi tempat ya, di sini saya menyediakan tempat yang luas serta nyaman untuk berkumpul dengan keluarga, teman atau yang lainnya, terus juga disini saya juga lebih mengutamakan ke cita rasa masakan Arabnya, kare aitu yang menjadi dasarnya sini, dan fasilitas sisha (rokok arab) dan wifi itu yang menjadikan dengan warung atau kedai yang lainnya”¹⁰⁶

Hasil di atas menjelaskan bahwa masing-masing *home industry* mempunyai ciri yang dibuat untuk membedakan atau yang diunggulkan mereka agar dapat bersaing dengan *home industry* yang lain. Suatu hal yang membedakan bisa terjadi dengan mengembangkan inovasi dan kreasi baru, kemudian fasilitas dan pelayanan juga dapat dijadikan keunggulan yang

¹⁰⁴ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

¹⁰⁵ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

¹⁰⁶ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

menjadi suseuatu hal yang berbeda, dan masih banyak lagi yang dapat diciptakan.

Konsumen atau pelanggan yang telah pernah mencoba produk *home industry* sangatlah bervariasi. Respon yang diberikan bisa berisi tentang pujian, saran, atau bahkan kritik. Hal ini sebagai *home industry* tentu harus menerima apa saja yang konsumen berikan. Jika itu pujian maka harus kita jaga pujian itu kalau bisa ditingkatkan lagi, jika itu saran maka kita harus instropeksi diri dan kinerja yang telah dilakukan selama ini, dan walaupun mendapat kritik, pihak *home industry* harus lapang dada dan mengambil sisi positifnya.

Respon konsumen terhadap produk yang telah didapat tentu sangat penting bagi *home industry* dikarenakan masing-masing pemilik akan tahu dan paham apa saja yang kurang dan hal-hal yang sekiranya bisa dibenahi dalam menjalankan bisnis *home industry*. Ibu Saidah mengutarakan hal tersebut yakni sebagai berikut :

“oh iya, biasanya gini, ada orang beli “saya sering lo beli disana dikedai yang lain contohnya jalan pemukiman Arab, tapi rasanya beda klo yang ini persis yang ada di Timur Tengah, kalau yang di rumah makan Arab lainnya rasanya masih rasa ada bumbu Indonesianya” gitu, kalau saya memang bahan semua bumbu langsung dikirim dari Arab sana, alhamdulillah banyak yang komentar positif dari mulai Madura, Surabaya pun banyak kuliner Arabnya, tapi masih beli disini kalau untuk dibawa pulang ke Surabaya Madura, karena disana pun meskipun ada tapi rasa mungkin benar-benar saya ambil dari khasnya di Timur

Tengah, jadi tidak menambah dengan bumbu Indonesia, tetapi kalau rasa bumbu itu saya memang dari Arab langsung”¹⁰⁷

Pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food juga menjelaskan terkait respon konsumen terkait produknya, hal ini disampaikan sebagai berikut :

“saya sih tidak pernah bertanya kalau orang itu sudah beli pasti langsung mengungkapkan sendiri, yaa macam-macam responnya, dari mulai kata-kata enak, maknyus, mantul, alhamdulillah sampai sekarang juga jarang ada yang protes terkait rasa masakan saya”¹⁰⁸

Ibu Maemunah selaku pemilik *home industry* AM. Al-Barokah ini juga mengungkapkan :

“banyak juga yang langsung chat kesaya kalau masakan saya enak juga, ya itu menjadi kebiasaan apalagi kalau sudah berlangganan dengan saya, pasti banyak yang berkomentar kalau rasanya tetap enak kalau masakan arabnya, kalau menu-menu Asianya juga lumayan direspon positif oleh pembeli, kadang juga banyak komentar positif tentang wifi yang telah disediakan,”¹⁰⁹

Wawancara di atas menunjukkan bahwa respon yang ditunjukkan oleh konsumen sangat baik terhadap *home industry* dikarenakan memang ketiga *home industry* diatas mendapat banyak pujian. Pengamatan yang dilakukan peneliti juga banyak sekali respon yang langsung ditunjukkan oleh konsumen dengan membeli jumlah yang banyak, serta respon yang ditunjukkan di media *online*.

¹⁰⁷ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

¹⁰⁸ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

¹⁰⁹ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

Pengamatan lapangan yang dilakukan oleh penelliti, bahwa yang terjadi di lapangan sesuai dengan apa yang diuraikan dalam wawancara. Terkait dari mulai penggunaan alat produksi mesin hingga produk yang telah sampai kepada tangan konsumen serta konsumen memberikan respon yang baik bagi masing-masing *home industry*.

Implementasi pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal*, banyak menggunakan strategi yang memang dari dulu telah dilaksanakan oleh masing-masing *home industry*, perbedaan yang dirasakan oleh peneliti ketika dilapangan adalah tambahan konsistensi untuk produksi serta lebih menekankan promosi dimesia sosial serta penambahan menu baru untuk lebih meratakan selera masyarakat dan bisa dijangkau oleh apapun.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* diera *New Normal*

Pendukung dan penghambat dalam menjalankan bisnis pasti dirasakan oleh setiap *home industry*. Perjalanan bisnis memang tidak lepas dari kekurangan dalam segi atau aspek dalam menjalankan usaha. Salah satu faktor pendukung pengembangan usaha berbasis *home industry* ini adalah produk unggulan yang menjadikan *home industry* ini dapat diminati masyarakat luas

Masing-masing *home industry* tentu mempunyai produk unggulannya. Mempunyai produk unggulan bisa dikatakan produk tersebut sudah menjadi

trend dimasyarakat. hal ini dijelaskan oleh Ibu Saidah yakni sebagai berikut

:

“tamis dan foulnya, dan nasi mandhi, item yang sering dibeli karena itu mungkin sudah menjadi iconnya orang-orang luar/arab yang sudah suka beli, ya memang nasi-nasi itu atau khubust dan satsuka juga banyak dicari oleh orang-orang”¹¹⁰

Ibu holifah selaku pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food juga menjelaskan tentang produk unggulan yang dimiliki oleh *home industry* tersebut, penjelasannya sebagai berikut ;

“ya itu samuli, karena samuli itu kan jarang, kalau roti-roit biasa dipasaran, kebanyakan roti samuli itu agak keras (bantet), saya kalau membuat terlalu empuk sama konsumen diberi komentar jangan terlalu empuk, karena sudah banyak dipasaran, kadang ada yang berkomentar seperti itu jika orang itu sudah mengerti, kalau yang nggak ngerti ya biasa aja”¹¹¹

Pemilik *home industry* AM. Al-Barokah juga menegaskan dalam pembahasan produk yang diunggulkan, ulasannya sebagai berikut :

“biasanya konsumen yang datang kesini memesan minuman seperti kopi, jus buah, biasanya itu anak-anak muda itu, kalau dari masakan Arab yang unggul dan sering dipesan adalah nasi mandhi kambing, dan sejenisnya, disini juga unggul karena ada sisha (rokok arab), yang jarang ditemui diwarung atau cafe arab lainnya”¹¹²

Wawancara diatas adalah faktor pendukung yang berupa produk unggulan. Masing-masing *home industry* mempunyai produk unggulan yang dimana produk ini bisa menjadi tolak ukur konsumen untuk

¹¹⁰ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

¹¹¹ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

¹¹² Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

membeli produk di *home industry* tersebut. Perbedaan dalam produk unggulan tentu hal biasa dikalangan bisnis, hal ini bagian dari persaingan atau strategi dalam mengembangkan bisnis.

Menjalankan bisnis *home industry* tentunya ada faktor pendukung dalam melaksanakan kegiatan sehari-sehari. Masing-masing *home industry* harus dapat mencari faktor pendukung bisnisnya, agar mereka dapat memasarkan produk dengan maksimal dan lain sebagainya. Penjelasan tentang faktor pendukung disebutkan oleh Ibu Saidah yakni sebagai berikut :

“mungkin satu, kalau pribadi mungkin saya itu harus semangat tidak gampang patah semangat yang namanya usaha pasti ada naik turunnya, dan kita selalu harus bersyukur dan berusaha untuk mengembangkan terus walaupun ada kekeliruan atau kegagalan saya tidak pernah pesimis, yang kedua, untuk umum saya berusaha melayani dengan baik dan senyum dan berusaha untuk mereka puas dengan masakan saya”¹¹³

Sedangkan menurut Ibu Holifah selaku pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* faktor pendukung guna mengembangkan usaha adalah sebagai berikut :

“orang itu biasanya ya yang sudah atau belum pernah dari Arab aja suka gitu, karena bumbunya kan beda kalau ada yang tidak suka pun karena bau bumbunya mungkin, kalau memang bumbu Arab itu memang agak menyengat, kalau masalah itu mungkin memang dari rasa yang pas dilidah orang banyak, faktor dukungan dari keluarga juga sangat berpengaruh dalam menjalankan bisnis ini, salah satunya dengan dari keluarga membantu postingan produk dari saya, kadang-kadang ada juga kayak gitu,”¹¹⁴

¹¹³ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

¹¹⁴ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

Pemilik *home industry* AM. Al-Barokah Ibu Maemunah juga menjelaskan tentang faktor pendukung terkait usahanya. Yakni dengan penjelasan berikut ini :

“menurut saya yang menjadikan bisnis saya bisa lancar tentu konsistensi produksi maksudnya menjaga kualitas produk, dan juga modal produksi atau keuangan yang lancar dibisnis saya, serta semangat dalam menjalani kehidupan sehari-hari”¹¹⁵

Hasil wawancara diatas menunjukkan banyak sekali faktor pendukung yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha. Mulai dari tekad yang kuat dalam menjalankan usaha, dukungan dari orang terdekat dan keluarga, serta semangat dalam meningkatkan kinerja *home industry*, menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas serta mengatur keuangan *home industry* baik.

Menjalankan bisnis *home industry* juga pasti ada faktor penghambat yang menyebabkan belum lancarnya bisnis atau sulitnya dikenal oleh masyarakat. Penjelasan dari Ibu Saidah adalah sebagai berikut :

“kalau untuk saat ini apa ya ,, saya ada cita-cita pengen punya rumah makan mungkin saat ini masih dana yang menjadi penghambat untuk pengembangan terakhirnya, karena kebanyakan orang pengen makan ditempat, tapi memang tempat saya ini masih kurang bisa dijangkau oleh konsumen, sementara ini masih dana dan tempat yang menjadi penghambat sementara bisnis saya”¹¹⁶

¹¹⁵ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

¹¹⁶ Wawancara dengan Ibu Saidah, pemilik *home industry* Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 19 Januari 2021 di Rumah Ibu Saidah pada jam 10.29

Ibu Holifah juga menjelaskan yang menjadi faktor penghambat *home industry*nya, yakni penjelasannya sebagai berikut :

“kesulitan saya yang menjadi penghambat saat ini adalah saya masih belum terlalu paham teknologi mas, jadi saya pingin jualan saya ada di instagram itu, biar banyak orang yang tau dan penjualan saya meningkat”¹¹⁷

Ibu Maemunah juga menyebutkan faktor penghambat mengenai *home industry* AM. Al-Barokah, yakni sebagai berikut :

“kalau hambatannya biasanya ketika pemasarannya mas, karena kita dari phak AM. Al-Barokah sedikit kurang dipromosi juga dan untuk konsumen makanan Arab pun tidak sebanyak makan Asianya jadi kami kurang promosi di makanan Arabnya, kadang-kadang juga harga bahan bakunya naik atau bumbu arabnya sulit didapat dipasaran”¹¹⁸

Wawancara diatas menunjukkan bermacam-macam faktor yang menghambat jalannya *home industry*. Ketiga *home industry* diatas menjelaskan beberapa diantara lain lokasi yang masih belum strategis, penguasaan ilmu mengolah teknologi dalam bidang bisnis media sosial, memang kebanyakan faktor penghambat dalam *home industry* yang telah ada pembahasan diatas.

Faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan usaha berbasis *home industry* di era *new normal* saling dimiliki oleh masing-masing *home industry*. Cara untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam masing-masing *home industry* adalah dengan mengetahui apa

¹¹⁷ Wawancara dengan Ibu Holifah, pemilik *home industry* Bilqies Arabian Food di Kecamatan Pagelaran, 17 Januari 2021 di Rumah Ibu Holifah pada jam 09.21

¹¹⁸ Wawancara dengan Ibu Maemunah, pemilik *home industry* AM. Al-Barokah di Kecamatan Pagelaran, 23 Januari 2021 di Rumah Makan Ibu Maemunah pada jam 13.04

yang menjadi kekurangan dalam kinerja *home industry*, kemudian mengevaluasi segala jenis kegiatan serta mencari kebijakan atau solusi untuk kinerja *home industry* kedepannya.

C. Temuan Penelitian

Setelah penulis mengumpulkan data yang diperoleh dilapangan, maka ada data pokok yang dibutuhkan guna diperlukan untuk penelitian, dengan hasil dari wawancara dan observasi dilapangan, data-data yang didapat dapat disajikan sebagai berikut :

1. Konsep Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era New Normal

Berdasarkan pada paparan data yang telah terkumpul, konsep pengembangan usaha berbasis *home industry* di Era *new normal* bisa disimpulkan sebagai berikut :

- a. Bergerak di bidang *online* dan menjalankan bisnis terkait penjualan dan promosi melalui status *whatsapp*, *facebook*, dan *instagram*.
- b. Menjaga kualitas produk makanan dengan menambah bahan yang ditujukan agar masyarakat masih bisa menikmati dengan kualitas yang sama dengan sebelum adanya pandemi dan setelah pandemi.
- c. Memperbaiki fasilitas yang disediakan oleh *home industry* dimulai dari tempat, pelayanan, kebersihan, dan lain yang dapat mendukung kelancaran *home industry* dalam meningkatkan produktivitas kerja.

- d. Menyiapkan produk terbaik agar konsumen tetap dapat membeli dan bisnis tetap berjalan disaat pandemi.
2. Implementasi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di era *New Normal*

Implementasi pengembangan usaha berbasis *home industry Arabian Food* di Era *new normal* terdapat pada usaha yang digunakan masing-masing *home industry* dalam menjalankan bisnisnya, ada beberapa hal berikut :

- a. Pengembangan usaha berbasis *home industry* dengan penjualan serta promosi dilakukan mengutamakan media sosial atau *online* seperti *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*. Penjualan dilakukan dimulai pagi hari dengan menawarkan menu yang tersedia pada hari itu. Promosi yang dilakukan juga dengan menambah menu baru dengan harga yang terjangkau.
- b. Kualitas yang harus dijaga dengan menambah bahan dapat dengan melalui menambah varian menu yang tersedia di *home industry*, agar menjaga konsumen dibisnis masing-masing serta mengurangi rasa bosan terhadap produk yang telah dikonsumsi.
- c. Fasilitas yang dimaksimalkan pada pengembangan usaha berbasis *home industry* dalam tiap penerapannya berbeda, penggunaan *wifi* yang dapat diakses ketika konsumen membeli produk dan dikonsumsi ditempat. Pemilik bisnis juga menambah fasilitas diabaikan

pendistribusian ke konsumen dengan menggunakan jasa kurir dengan mengedepankan ketepatan waktu dan kenyamanan bagi setiap konsumen.

- d. Produk unggulan yang dimiliki setiap *home industry* secara tak langsung memberi dampak signifikan terhadap hasil *home industry* hal ini dapat dicapai dengan adanya produk yang sudah dipercaya oleh masyarakat kemudian menjadi ciri khas khusus pada *home industry* itu, ada juga yang menggunakan menu baru sebagai produk unggulan yang dapat menarik perhatian konsumen dimasyarakat.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal*

a. Faktor Pendukung

- 1) Motivasi dari dalam diri dan juga dukungan dari keluarga pemilik *home industry*
- 2) Kesetiaan konsumen terhadap produk *home industry* dalam mengonsumsi hasil produksinya
- 3) Pengaturan keuangan bisnis yang baik sehingga meminimalisir kerugian ditengah pandemi

b. Faktor Penghambat

- 1) Akses jangkauan tempat yang kurang dalam hal fasilitas *home industry*
- 2) Pengetahuan dalam mengolah media sosial yang rendah dapat memperlambat laju pemasaran di media online

- 3) Bahan baku makanan *Arab* yang terbatas, harga yang lumayan mahal.

4.3 Tabel Omset Pada Masa New Normal

No.	<i>Home Industry</i>	Rata-rata Omset sebelum Pandemi (Rp)/Bulan	Rata-rata Omset setelah pandemi (Rp)/Bulan	Penurunan (%)
1	Dapur Lulwa	5.000.000-8.000.000	4.000.000-6.000.000	25-35
2	Bilqies <i>Arabian Food</i>	2.000.000-3.000.000	800.000-1.500.000	50
3	RM. Al Barokah	3.000.000-5.000.000	1.000.000-1.500.000	60-65

Tabel di atas merupakan data omset atau keuntungan yang diperoleh oleh ketiga *home industry*. Secara umum ketiga *home industry* tersebut terdampak oleh pandemi. Kebijakan atau strategi yang digunakan dalam mengembangkan kembali kinerja *home industry* banyak sekali yang telah dijabarkan. Faktor pendukung dan penghambat pun banyak yang dirasakan oleh ketika *home industry* tersebut.

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti ini menggunakan teknik analisis data yang bertujuan menganalisis data-data yang didapat dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang telah peneliti kumpulkan kemudian dianalisis sesuai dengan fokus penelitian ini. Data-data yang peneliti dapat merupakan hasil wawancara di tiga *home industry ARABIAN FOOD* di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang. Berdasarkan fokus penelitian dan tujuan penelitian yang telah ditulis, maka peneliti membagi ada tiga bagian, yakni berikut :

A. Konsep Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal*

Era globalisasi memang kesempatan besar untuk mengembangkan hobi atau *skill* dari dunia bisnis. Kemajuan teknologi yang mutakhir dapat dimanfaatkan dalam pemasaran produk baik berupa jasa atau pun barang. Produk yang berupa media sosial dapat dijadikan mengembangkan ekonomi kreatif dengan membentuk konten yang positif sehingga media sosial dapat menggambarkan detail produk yang sudah siap untuk disediakan untuk konsumen yang bisa lebih bebas untuk

memperhatikan detail kualitas, harga, produk yang akan dibutuhkan oleh konsumen kedepannya.¹¹⁹.

Mengembangkan ekonomi kreatif juga tidak ketinggalan dengan konten atau objek yang kreatif. Konten adalah suatu hal yang penting dalam persaingan di era digital. Tanpa adanya konten kreatif sudah bisa dipastikan akan sulit mengembangkan perencanaan ekonomi dengan melihat persaingan yang semakin hari akan semakin canggih pula alat atau *platform* yang digunakan sebagai ciri atau syarat dalam persaingan ekonomi digital. Konteks ini merupakan rancangan konten kreatif yang harus ditumbuhkan oleh masing-masing pemilik usaha, UMKM, *home industry* atau apapun wadah yang berisi tentang pebisnis atau sejenisnya. Pemilik bisnis atau *home industry* harus memahami sifat atau karakter yang terdapat dalam dunia digital yang utama adalah media *online*. membicarakan media *online* atau media sosial yang banyak digunakan hingga sekarang, konten kreatif menjadi salah satu faktor utama yang menjadikan produk itu dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini yang harus menjadikan pemilik *home industry*, usaha, dan lain sebagainya bisa menguasai teknologi dalam pemasaran digital. Ada beberapa studi yang menunjukkan bahwa konten kreatif bisa menjadikan pusat perhatian bagi warganet. Konten itulah yang menjadikan produk dan usaha dapat tersampaikan kepada

¹¹⁹ Maskarto Lucky Nara Rosmadi. *Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika. Vol. 4 No. 1 Maret 2021

konsumen sehingga konsumen memahami ketika apa yang dibutuhkan oleh mereka bisa dapat didapat disalah satu *home industry* yang menyediakan.¹²⁰

Mengembangkan usaha *home industry* dimasa pandemi juga salah satu penyaluran ide kreatif seseorang dalam mengimplementasikan buah pikiran yang akan bergerak di bidang bisnis. Hasil ide yang kreatif tentu tidak hadir langsung begitu saja, tapi perlu adanya proses menganalisis dengan mempertimbangkan hal-hal yang dapat mendukung atau memberikan hambatan bagi peluang bisnis yang akan dijalankan. Ekonomi kreatif menjadi konsep yang menjadikan seseorang bisa menggabungkan buah pikiran yang kreatif tetapi juga mendatangkan hal yang bisa dimanfaatkan secara ekonomis

Mengembangkan usaha adalah salah satu implementasi kewirausahaan yang dapat memunculkan potensi dari dalam diri seseorang sehingga kreasi dan inovasi dapat tersampaikan ke khalayak umum. Hal ini sesuai dengan firman Allah sebagai berikut :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

¹²⁰ Bambang Arianto. *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6 No. 2 Desember 2020

“Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung” (QS. Al-Jumu’ah Ayat 10).

Ayat di atas menerangkan bahwa kita sebagai makhluk di bumi tentunya harus bisa melanjutkan perjuangan dan kegiatan sehari-hari dengan mengumpulkan harta untuk menjadi modal kegiatan yang berunsur ekonomis ataupun yang agamis. Mencari harta di dunia tentu harus berusaha dengan sekuat tenaga dengan mengutamakan spesialisasi diri untuk lebih mudah untuk mengimplementasikan dalam suatu pekerjaan.

Kehidupan masyarakat di masa pandemi ini harus tetap berjalan. Cara atau strategi yang masing-masing individu tentu berbeda. Ide, kreativitas, inovasi menjadi kebutuhan khusus dan wajib dimiliki oleh setiap individu. Mengembangkan usaha tentu banyak mengandung resiko, tetapi tekad yang kuat mampu mengalahkan tantangan yang siap menghadang di depan mata. Usaha adalah salah satu bentuk penyaluran hobi, kreativitas yang dimiliki, dengan mengembangkan hal-hal atau potensi masing-masing yang dapat mengantarkan kita hal-hal yang bermanfaat bahkan bisa mendatangkan penghasilan atau harta.

Etos kerja yang dimiliki masing-masing individu dapat mempengaruhi hasil yang akan didapat dalam mencari apa yang diinginkan. Hal ini jelas diterangkan sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur’an sebagaimana berikut ini :

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى ﴿١٦﴾ وَأَنْ سَعْيُهُ سَوْفَ يُرَى ﴿١٧﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ
الْأَوْفَى ﴿١٨﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُتَبَيِّنَاتِ ﴿١٩﴾

Artinya :

“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya. Dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan kepadanya. Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna. Dan sesungguhnya kepada tuhanmulah kesudahannya” (QS. An-Najm Ayat 39-42).

Isi kandungan terkait ayat di atas adalah bahwa Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* memberi kabar kepada orang-orang yang mau bekerja kerasserta bersungguh-sungguh dalam menjalankan usaha apapun dan pasti akan mendapat hasil yang sesuai dengan apa yang diusahakan sebelumnya. Serta niat yang perlu dikuatkan lagi dalam setiap menjalankan usaha. Tentunya dalam menjalan usaha yang telah ditekuni etos kerja yang dimiliki harus bisa seimbang dengan apa yang telah diharapkan. Berdoa kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* juga salah satu kunci menjaga niat dan usaha yang telah dilakukan selama ini.

Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu, ini baru dari segi etimologi (asal usul kata).¹²¹ *Home industry* juga bisa disebut dengan usaha dikarenakan di dalamnya ada seorang wirausaha yang mengembangkan bisnisnya. Sama seperti Ibu Saidah, Ibu Holifah dan Ibu Maemunah, beliau-beliau adalah seorang orang yang

¹²¹ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm.1

bergelut di bidang makanan Arab, yang menjadikan makanan Arab bisa dikonsumsi masyarakat luas.

Organisasi bisnis lazim disebut perusahaan, yaitu sarana untuk mencari laba (keuntungan). Organisasi bisnis didirikan oleh pemilik modal atau lazim disebut kaum kapitalis. Tujuannya adalah untuk mengembangkan modalnya melalui perolehan laba. Organisasi bisnis biasanya anggota terdiri dari pemilik, manajer dan buruh. Pemilik adalah mereka yang memiliki alat kerja, memiliki modal kerja, menentukan sasaran kerja, dan menentukan metode kerja. Manajer adalah orang yang menjadi kepercayaan pemilik untuk memimpin organisasi bisnis, dan buruh adalah yang mengoperasikan alat kerja untuk mencapai sasaran kerja.¹²²

Penjelasan tentang macam-macam peluang usaha dalam meningkatkan ekonomi kreatif, yakni antara lain¹²³ :

1. Usaha makanan dan minuman, menjalankan bisnis makanan dan minuman adalah salah satu peluang bisnis yang memang tahan akan berbagai kondisi yang memungkinkan untuk rugi. Salah satu sektor usaha yang memang dibutuhkan oleh masyarakat. Maka dari itu sektor usaha ini memang sulit untuk kehilangan konsumen. Tak hanya itu, sektor usaha ini memang membutuhkan modal yang relatif kecil, sehingga semua kalangan masyarakat apapun dapat menjangkanya. Tenaga kerja juga tidak terlalu

¹²² Darsono Prawironegoro. *Kewirausahaan Abad 21*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017) hlm. 39

¹²³ Bambang Arianto. *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6 No. 2 Desember 2020

butuh banyak orang, tapi bisa jadi sektor usaha ini dapat menghasilkan laba yang cukup besar. Maka dari sektor yang sangat digemari orang banyak ini sulit untuk dilanda kerugian dalam krisis ekonomi.

2. Usaha yang berupa kebutuhan pokok, kebutuhan pokok merupakan kebutuhan yang sudah sangat melekat dalam diri masyarakat. Hal ini sulit ditinggalkan dalam kondisi separah apapun, termasuk dalam pandemi seperti ini. Bisnis dalam dunia perdagangan bahan yang menjadi pokok dalam masyarakat menjadi hal yang bisa mempertahankan usaha dari krisis ekonomi.
3. Usaha yang berupa produk atau jasa kesehatan, ketika waktu normal atau mengalami krisis, jasa kesehatan adalah tetap menjadi kebutuhan untuk seseorang untuk dapat mengembalikan stamina tubuh dalam berkegiatan sehari-hari. Maka dari itu jasa kesehatan adalah salah satu dari banyaknya usaha yang sulit terkena dampak dalam krisis kondisi apapun. Jasa kesehatan juga termasuk dalam garda terdepan dalam pelayanan masyarakat.
4. Usaha yang berupa pendidikan dan pelatihan, dalam kondisi politik, ekonomi atau lebih yang lainnya dan terjadi masalah dalam hal tersebut, proses perkembangan dalam jasa pendidikan akan tetap berjalan dikarenakan belajar adalah suatu hal yang tak akan surut dalam diri masyarakat sehingga dalam masa kritis pun sebagian orang masih ada keinginan untuk menambah dan mengevaluasi pengetahuan guna mengembangkan diri.

5. Bisnis bidang digital, sektor bisnis yang dipandang masyarakat bisa bertahan dalam kondisi krisis atau terjadi masalah. Teknologi yang mutakhir dalam setiap perkembangannya menjadikan bisnis dalam bidang digital menjadi sektor bisnis yang membawa dampak positif serta juga dapat mendukung sektor bisnis yang lain. Proses yang dijalani dalam berbisnis secara digital tentunya menjadi solusi dan mendorong masyarakat untuk keluar dari persoalan yang selama ini masyarakat alami.

Home industry Arabian Food di Kecamatan Pagelaran ini salah satu tujuannya adalah mengumpulkan keuntungan, keuntungan tentunya didapat dari hasil penjualan produk makanan *arab* yang telah terjual. *Home industry* masing-masing tentu ada struktur yang telah berjalan, contoh pemilik *home industry* Dapoer Lulwa menjabat sebagai pemilik sekaligus manajer dan ada beberapa karyawan yang membantu yakni berjumlah 3 orang. Ibu Saidah dalam sehari-hari selalu mengontrol dalam proses produksi mulai dari pembuatan roti, serta menu lainnya.

Ada salah satu tahap dalam mengembangkan usaha yakni dengan melihat pangsa pasar. Setelah memilih usaha yang akan ditekuni dan dikembangkan, selanjutnya dengan melihat kondisi pasar untuk menemukan ide yang dipilih, sehingga dapat menemukan strategi yang akan dilakukan selanjutnya. Contoh, memilih usaha di bidang makanan/kuliner. Selanjutnya menentukan pasar mahasiswa atau karyawan bahkan hingga masyarakat.¹²⁴ Tahap pengembangan usaha yang telah dilaksanakan dan dipraktikkan oleh ketiga *home industry*. Ketiga

¹²⁴ Kasmir. *Kewirausahaan*. (Depok: Raja Grafindo Perkasa, 2006) hlm. 38

home industry tersebut bergerak di bidang makanan, bisa dikatakan bisnis yang bergerak di bidang makanan bisa cepat berkembang dan kadang-kadang juga bisa cepat rugi, tergantung bagaimana kinerja *home industry* dalam mengembangkan bisnisnya. Ketiga *home industry* tersebut bisa dijadikan contoh bagaimana mengembangkan bisnis di bidang makanan Arab. Ketika kondisi pandemi pun ketiga *home industry* tersebut masih bisa menjalankan kegiatan produksi meskipun dengan perlahan dan menyesuaikan kondisi masyarakat sekarang.

Kondisi krisis yang dialami oleh beberapa *home industry* adalah pandemi covid-19. Krisis yang menjadi dampak dari pandemi tentunya berbeda dengan krisis keuangan yang biasa dialami ketika kondisi normal. Ketika krisis keuangan yang dialami biasanya mengalami penurunan dalam hal daya beli disebabkan oleh PSBB guna menjaga kesehatan bersama. Banyak *home industry* yang kecewa dengan kebijakan yang telah diresmikan sehingga berdampak bagi keuntungan *home industry* sehingga banyak dari berbagai jenis usaha yang menutup kegiatan produksinya. Dampak diberbagai negara juga sudah makin terasa sehingga kebijakan *new normal* perlahan-lahankan dijalankan guna memperbaiki kembali kegiatan perekonomian. Menyembuhkan dan memperbaiki kembali kondisi kegiatan sebelum dilanda covid-19 memang perlu proses, oleh dari itu strategi perlu diterapkan diberbagai aspek, mengingat banyak kerugian yang telah dirasakan

sehingga harus dilaksanakannya evaluasi mengenai *home industry* agar usaha tetap bisa berjalan dengan sesuai tujuan masing-masing.¹²⁵

Walaupun pandemi covid-19 belum reda, tetapi nyatanya tidak semua *home industry* merasakan penurunan omset atau keuntungan dalam penjualannya dan tidak semuanya juga harus menutup *home industry*nya, ada juga *home industry* yang masih bisa melanjutkan bisnisnya, *home industry* yang masih bisa melanjutkan bisnisnya berupaya dengan menyesuaikan diri dalam hal produk dan melaksanakan beberapa strategi pemasaran guna bertahan dari kondisi pandemi covid-19. Strategi pemasaran ialah segala sesuatu kebijakan, cara, rangkaian, atau aturan yang bisa menjadikan perubahan dari waktu ke waktu. Tentunya strategi pemasaran mempunyai poin penting untuk memberikan arahan untuk usaha yang bergerak dibidang pemasaran salah satunya untuk mengarahkan dalam menghadapi keadaan dan lingkungan pesaing bisnis yang selalu mempunyai strategi yang berubah-ubah.¹²⁶

Keikutsertaan pemilik *home industry* dalam produksi ini juga salah satu pentingnya menjalankan usaha di tengah pandemi. Hal ini bertujuan pengontrolan kualitas yang harus dijaga dengan mengedepankan kenyamanan dan kepercayaan produk di mata konsumen. Hal ini terbukti pemilik yang ikut serta dalam produksi

¹²⁵ Fadilah Nur Azizah dan dkk. *Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat new normal*. *OECOMICUS Journal of economics*. Vol. 5 No. 1, Desember 2020

¹²⁶ Ade Omy Siagian dan Yoyok Cahyono. *Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif*. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*. Vol. 3, No. 1 31 Januari 2021

menyicipi hasil dari produksinya. Kemudian untuk pemilik dari *home industry* *menghandle* semuanya dikarenakan *home industry Bilqies Arabian Food* masih ditangani oleh beliau sendiri. pemilik tersebut juga ikut mengontrol dalam *home industry*nya.

Memproduksi sebuah produk dalam *home industry* memang membutuhkan energi waktu. Proses dari bahan yang mentah sampai produk yang siap untuk dijual. Perbedaan waktu yang dibutuhkan untuk proses produksi tentu tergantung dengan jenis makanan Arab yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini dijelaskan oleh pemilik Dapoer Lulwa bahwa ketika memproduksi macam roti membutuhkan waktu sekitar 1 sampai 2 jam, berbeda lagi dengan menu makanan nasi Arabnya, jika ada yang memesan nasi waktu persiapannya sekitar 30 menit dan nasi Arab hanya tinggal memanaskan saja. Sedangkan pemilik *home industry Bilqies Arabian Food* mengutarakan bahwa untuk memproduksi roti membutuhkan 3 jam baru bisa menjadi roti, hal ini lebih lama dikarenakan beliau masih menggunakan tenaga manual dengan tangan tidak dengan *mixer*, beliau juga menjelaskan bahwa jika menu nasi Arabnya juga tergantung porsi yang dibutuhkan semakin banyak porsi yang diinginkan oleh konsumen. Kemudian pemilik *home industry AM. Al-Barokah* juga menjelaskan jika membutuhkan sekitar waktu 25 menit untuk menyiapkan menu jenis nasi Arab yang sebelumnya sudah diproses dulu untuk nasinya.

B. Implementasi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal*

1. Strategi Produksi

Perluasan skala ekonomi dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan *out-put* akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti skala usaha yang ada ekonomis (*economics of scale*).¹²⁷ Menu yang beragam membuat *home industry* memperbanyak teknik dalam mengembangkan usaha. Munculnya berbagai menu tidak langsung seluruhnya di dalam *home industry* tersebut, dalam mengembangkan usaha di tahap awal justru *home industry* Dapoer Lulwa hanya mengeluarkan beberapa menu saja. Hal ini bertujuan hanya untuk memperkenalkan *home industry* dan masa evaluasi terhadap produk yang telah diperjual-belikan terhadap konsumen. Baru setelah 6 bulan itu menambah menunya dan memperbaiki aspek yang dirasa perlu untuk dievaluasi. Kemudian hingga sekarang Dapoer Lulwa dapat mengembangkan dengan berbagai menu yang *ARABIAN FOOD* seperti nasi *kafsa*, *bashammel*, sambusa, menu *ASIAN FOOD*nya ada *dessert box*, kebab, *sandwich*, ayam geprek. Sedangkan menjelaskan bahwa menu yang ada di *Bilqies Arabian Food* kebanyakan makanan *arabnya* seperti roti *samuli*, sambusa, *shawrma*, canai kare, dan lain sebagainya. Kemudian di AM. Al-

¹²⁷Sudaryono, dkk. *Kewirausahaan Membahas: Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship IT-preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan dilengkapi dengan kasus.* (Yogyakarta: Andi, 2011) hlm. 157-160

Barokah menu makanannya lebih banyak menu Indonesianya, seperti nasi pecel, lele goreng, tongseng kambing, dan masih banyak lagi. Untuk menu *ARABIAN FOOD* nya juga ada seperti pada umumnya.

Produk yang akan dijual atau ditawarkan harus dikenal oleh konsumen. Strategi ini yang harus dipertimbangkan adalah berkaitan dengan produk secara utuh dan terpadu, mulai dari merek atau nama produk, bentuk, isi, karakteristik, kualitas (termasuk bungkus).¹²⁸ Proses produksi memang memakan waktu. Jumlah hasil produksi yang didapat dipengaruhi oleh berapa lama proses produksi. Macam-macam *home industry* menggunakan sistemnya sendiri. ada yang sistem hasil produksinya perhari, perminggu, dan perbulan, tergantung *home industry* menerapkan sistemnya. Dalam *home industry* Dapoer Lulwa menggunakan 10 sampai 15 kg untuk membuat 4 bungkus roti samuli yang isi 6, kalau dijadikan yang isi 10 jadi 5 bungkus, kalau untuk dijadikan roti tamis maka 10 sampai 15 kg bahan roti akan menjadi 10 paket, dan ada juga ketika satu hari itu habis sampai 25 paket roti tamis. Sedangkan *home industry* Bilqies *Arabian Food* dalam satu hari menghabiskan 2 kg untuk bahan roti dan itu menjadi 6 bungkus, minimal Biliqies *Arabian Food* memproduksi roti yang *fresh* setiap hari. Dan di AM. AL-Barokah dalam perharinya membutuhkan 2 sampai 3 kg bahan nasi *mandhi, kafsah, bukhori* dan yang lainnya. Sedangkan

¹²⁸ Sudaryono, dkk. *Kewirausahaan Membahas: Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship IT-preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan dilengkapi dengan kasus.* (Yogyakarta: Andi, 2011) hlm. 240-241

untuk roti AM. Al-Barokah membutuhkan 3 kg dan itu pun menjadi 15 bungkus.

Mempertahankan keunggulan bersaing adalah cara yang harus dikejar atau diupayakan oleh setiap pengusaha. Jika suatu produk pada posisi mengalami penurunan, maka harus diupayakan untuk mendapat posisi naik kembali walaupun keunggulan bersaing tidak selalu dapat dipertahankan dalam jangka waktu yang lama.¹²⁹ Meningkatkan hasil penjualan *home industry* adalah tujuan semua organisasi bisnis. Cara atau strategi yang dimiliki telah menjadi keputusan yang diambil ketika pemilik merasakan sudah ada penurunan keuntungan (laba). Hal ini menjadikan *home industry* harus siap terhadap kondisi yang akan dihadapi dimasa yang akan datang. Penggunaan alat *modern* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja dan hasil produksi. Penjelasan pemilik *home industry* Dapoer Lulwa bahwasannya beliau telah menggunakan mesin dalam proses produksi, contoh *mixer* untuk mengaduk adonan, *proving* untuk mengembangkan adonan, *oven* dan *microwave* untuk memanggang, serta *freezer* untuk menyimpan bahan-bahan produksi. Berbeda dengan Bilqies *Arabian Food* ini masih menggunakan cara manual dengan tangan untuk mengaduk adonan roti. Sedangkan AM. Al-Barokah kondisional terhadap pemakaian mesin untuk memproduksi.

¹²⁹ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm.

Strategi yang dapat mempertahankan *home industry* ditengah pandemi juga ada beberapa yang bisa dijadikan referensi, rinciannya adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan dan produk. Pelayanan dan produk dapat ditingkatkan dengan menggunakan strategi penawaran produk. Yang perlu diperhatikan dalam pengembangan strategi penawaran ini adalah sudut pandang konsumen yang dimiliki. Tim atau mitra juga harus diperhatikan dalam sudut pandang konsumen. Memperbaiki strategi sangat diperlukan untuk lebih dapat berkoordinasi dan berkolaborasi bersama tim atau mitra.
2. Teknologi yang dimanfaatkan secara maksimal. Efisien dan efektif dalam memanfaatkan teknologi dalam proses bisnis. Jaringan sosial bisa juga dimanfaatkan dalam pemasaran bisnis.
3. Banyak persiapan bisnis guna untuk mengembangkan bisnis yang telah dijalankan.

2. Strategi Tempat dan Distribusi

Strategi tempat dan distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan produk dari tempatnya sampai ke tangan konsumen akhir secara efisien dan efektif, sehingga tidak mengganggu strategi harga. Strategi ini penting dan harus mempertimbangkan bagaimana perusahaan dapat melayani konsumen tepat waktu, tepat jumlah, dan tepat sasaran.¹³⁰ Keanekaragaman konsumen dalam membeli produk berhubungan dengan kemauan, dan tempat tinggal.

¹³⁰ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 128-

Pendistribusian terhadap konsumen adalah proses produk sudah layak untuk dikonsumsi. Proses pendistribusian masing-masing *home industry* mempunyai kebijakan yang berbeda-beda. Pendistribusian produk ini terjadi ketika ada konsumen yang meminta produk untuk diantar langsung ke tempat tujuan atau tempat yang telah disepakati. Hal ini juga dijelaskan oleh pemilik *home industry* Dapoer Lulwa bahwa sudah ada kurir yang memang bertugas mengantarkan produk kepada konsumen. Untuk tarifnya tentu tergantung jarak tempuh dan kondisinya. Pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* juga menjelaskan bahwa jika ada orang yang memesan dan harus diantarkan, beliau mengajak saudaranya untuk mengantarkan produk tersebut, hal ini dikarenakan Bilqies *Arabian Food* masih belum mempunyai kurir tetap. AM. Al-Barokah juga menjelaskan terkait pendistribusian produk juga menggunakan jasa kurir.

Pelayanan yang diberikan oleh masing-masing *home industry* bisa dikatakan *Service Excellent*. Pelayanan yang optimal yaitu pelayanan yang sudah terjamin dapat memenuhi standar kualitas sama dengan harapan yang pelanggan sudah inginkan. Membicarakan dunia usaha atau kompetisi dalam dunia bisnis tentu masing-masing usaha atau *home industry* menawarkan pelayanan yang bisa membuat konsumen dapat tertarik untuk menggunakan produk yang telah dijual. Hal ini bisa dijadikan batu loncatan bagi para pemilik *home industry* agar

bisa memaksimalkan pelayanan agar pelanggan atau konsumen tidak beralih ke *home industry* lainnya.¹³¹

3. Strategi Promosi & Pemasaran (*Marketing*)

Kata *Promotion* berarti pemasaran. Promosi ialah sesuatu wadah guna membangun komunikasi dengan hal yang terkait pemasaran. Yang dimaksud adalah segala bentuk kegiatan usaha guna menyebarkan berbagai informasi, serta banyak mengingatkan cakupan pasar yang akan dituju dan bisa menerima produk yang akan dijual.¹³²

Strategi promosi yang dilakukan masing-masing *home industry* bermacam-macam. Tujuan dan cakupan usaha pun berbeda. Mengembangkan dan memperluas usaha adalah cara untuk produk *home industry* dikenal masyarakat. Promosi yang dilakukan oleh Dapoer Lulwa *Arabian Food* menggunakan media sosial seperti *status whatsapp*, *instagram*, *facebook*, dan Ibu Saidah langsung yang mengontrol promosi di media sosial. Kemudian untuk Bilqies *Arabian Food* menggunakan *whatsapp*, dan *instagram* saja, memang sudah dari sebelumnya oleh Ibu Holifah nomor *whatsapp*nya sudah disimpan, ada juga saudara dari pemilik yang membantu mempromosikan. Kemudian AM. Al-Barokah menggunakan *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *line* serta menggunakan spanduk pinggir jalan.

¹³¹ Ade Omy Siagian dan Yoyok Cahyono. *Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif*. Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis. Vol. 3, No. 1 31 Januari 2021

¹³² Ibid. hlm. 4

Salah satu istilah juga ada *Customers Rewards*. Memberikan hadiah kepada pelanggan, hal ini juga bisa menjadi strategi pemasaran kepada konsumen. Tujuan yang akan dicapai guna mempertahankan rasa setia pelanggan kepada *home industry*, sebagai juga daya tarik untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen lain yang dapat menambah omset atau keuntungan usaha, sebagai juga bentuk promosi dan rasa terimakasih kepada pelanggan. Untuk jenis *reward* banyak sekali, dari barang sampai jasa bisa dijadikan hadiah sekaligus pengenalan produk kepada konsumen agar cakupan pasar dapat lebih luas

Strategi pemasaran yaitu sasaran dan tujuan yang menjadi rangkaian, aturan yang menunjukkan arah yang benar terhadap pemasaran usaha dari waktu ke waktu, alokasi dengan masing-masing acuan dan tingkatannya, terlebih lagi dengan komentar perusahaan dalam menghadapi keadaan yang terjadi dilapangan persaingan yang strateginya berubah-ubah. Hal ini beberapa yang bisa dilakukan, sebagai berikut¹³³ :

a. *Marketing Strategy*. Membicarakan strategi pemasaran didalamnya terdapat dasar yang menjadi tindakan pada kegiatan produksi bisnis/usaha, suasana yang dimiliki oleh lingkungan dan persaingan yang selalu berubah menjadikan harapan dapat dicapainya dengan tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya. Sebelum strategi ini digunakan, tentunya harus dilihat kondisi pasar dilapangan guna memberi nilai pada posisi pasar agar

¹³³ Ade Omy Siagian dan Yoyok Cahyono. *Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif*. Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis. Vol. 3, No. 1 31 Januari 2021

bisa dipastikan kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat menerapkan yang sudah direncanakan. Strateginya terdapat berikut ini ;

- 1) *Segmentation*. Yakni tindakan meneliti dan menciptakan kelompok konsumen atau pembeli dengan secara dipisah. Masing-masing pembeli dibedakan menurut sifat atau karakteristik yang dibutuhkan oleh produk serta bauran tersendiri dalam pemasaran.
 - 2) *Targetting*. Yakni perlakuan memilih satu atau lebih pasar yang akan dimasuki oleh produk yang telah disiapkan. Menargetkan pasar tentu harus melihat beberapa hal, antara lain adalah tingkat permintaan/penawaran pasar, daya tarik pembeli dalam jangka pendek maupun jangka panjang serta sasaran sumber daya yang kompetitif.
 - 3) *Positioning*. Menempatkan posisi pasar dengan tujuan yakni mendirikan suasana serta membangun jaringan yang bisa dikomunikasikan dengan mengaitkan keunggulan bersaing yang ada didalam pasar. Strategi pasar ini terdiri dengan atribut pasar (mahal atau murahnya produk), menurut kelas pembeli dan kelas penjual.
- b. *Marketing Tactic*. Yakni salah satu cara guna menaikkan produk supaya banyak meningkatkan hasil produksi dan bisa diminati oleh pembeli, yang dapat dirincikan sebagai berikut :
- 1) *Product Differentiation*. Diferensiasi produk ialah suatu kegiatan untuk membedakan produk dengan yang lainnya. Hal ini produk dapat dikemas dengan menarik agar konsumen bisa membedakan produk yang sudah biasa konsumen inginkan dengan produk yang masih baru muncul dipangsa pasar.

2) *P 7*. Meningkatkan laba atau profit yang dimiliki oleh usaha atau *home industry* dengan cara *P 7*, yakni, *physical evidence, process, people, place, promotions, price, dan products*. Ketujuh hal tersebut menjadi kunci dimana produk dapat dikembangkan serta pangsa pasar dapat menerima dengan positif terkait pertumbuhan *home industry* yang telah berkembang.

3) *Personal Selling*. Perorangan dalam penjualan adalah suatu hal yang dikomunikasikan dengan secara langsung guna mengenalkan produk yang telah ada kepada calon pembeli serta mengembangkan suatu pemahaman terhadap produk yang telah ada sehingga pembeli bisa menikmati produk dengan semaksimal mungkin.

c. *Marketing Value*. Paradigma pemasaran yang sudah terbangun dimasyarakat telah menjadi nilai pasar baik perusahaan yang menjalani dibidang manufaktur maupun perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Hal ini digunakan untuk memberi ketenangan dalam persaingan pasar konsumen. Nilai yang harus dibangun yakni ini rinciannya :

1) *Brand*. Brand atau merk yaitu sebuah simbol, atau ciri yang menjadikan gambaran suatu produk dan menjadi identitas perusahaan atau *home industry* yang dijalankan hal ini bertujuan guna membedakan dengan produk yang lainnya.

2) *Services*. Jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau bisnis tentu memiliki tujuan untuk memaksimalkan kepuasan yang dimiliki oleh konsumen. Kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen atas produk atau jasa yang dibutuhkan.

3) *Process*. Kegiatan dimana mengaitkan hasil produk dengan proses yang ditempuh guna menghasilkan produk dimasyarakat. Penyaluran produk terhadap konsumen juga harus diperhatikan, proses produksi, distribusi, sampai dikonsumsi oleh pembeli harus diperhatikan.

Pada dasarnya usaha *home industry* yang dijalani memiliki anggaran dalam hal *marketing* yang terbilang kecil jika dibandingkan dengan usaha yang sudah berkembang menjadi usaha berskala besar. Menggunakan anggaran yang kecil harusnya lebih kreatif lagi dalam penyusunan strategi serta menentukan strategi yang sesuai dengan kondisi pemasaran usaha atau *home industry*. Melaksanakan strategi pemasaran sebelumnya harus melihat terlebih dahulu pasar serta menilai posisi pasar agar bisa menentukan kegiatan pemasaran yang akan diimplementasikan. Tahap awal yang berisi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* tentunya harus bisa mengidentifikasi nilai pelanggan atau yang disebut dengan *customer value*. *Segmenting* ialah kegiatan pengelompokan dan juga pembagian beberapa segmen pasar menurut kelompok pasar tertentu. Tujuan diadakannya segmentasi pasar yakni guna menempatkan produk dengan sesuai pasar yang dituju dan tepat sasaran. Segmentasi pasar juga meneliti kelas konsumen dimasyarakat yang memiliki keinginan dan kebutuhan tentang produk *home industry*. Dengan itu adanya segmentasi pasar menjadikan pasa

yang mulanya bersifat heterogen menjadi terbagi-bagi menjadi segmen yang akan menjadi pasar yang homogen.¹³⁴

Kegiatan *marketing mix* yang terakhir adalah promosi. Strategi promosi mencakup usaha mempromosikan seluruh produk/jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perusahaan harus dapat memilih sasaran yang tepat, sehingga efisiensi dan efektivitas dapat tercapai. Sarana promosi yang bisa dipakai antara lain : periklanan, promosi penjualan, publikasi, dan penjualan secara personal.¹³⁵ Kondisi pandemi seperti ini memaksa pemilik *home industry* untuk memberikan solusi agar bisnis tetap berjalan seperti biasa. Solusi untuk setiap *home industry* tentunya berbeda, tergantung dengan kondisi dan kebutuhan *home industry* tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Saidah bahwasannya Dapoer Lulwa menambah menu baru yang bisa dikonsumsi orang banyak, serta lebih luas lagi promosi di *media sosial*

4. Strategi Konsumsi

Mendapatkan pelanggan tetap bagi sebuah *home industry* adalah suatu penghargaan tersendiri bagi sebuah perusahaan. Kepercayaan pelanggan kepada *home industry* membuat kinerja dan perluasan cakupan usaha semakin luas. Hal ini bisa terjadi dengan ada pelanggan tetap yang mengajak pelanggan

¹³⁴ Ade Omy Siagian dan Yoyok Cahyono. *Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif*. Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis. Vol. 3, No. 1 31 Januari 2021

¹³⁵ Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm.

baru untuk berlangganan dan membeli produk *home industry*. *Reseller* dalam *home industry* juga ada. Hal ini dijelaskan bahwa Dapoer Lulwa sudah mempunyai pelanggan tetap dan *reseller*, beliau juga menambahkan produk yang dijual kembali oleh *reseller* biasanya divariasikann dengan isiannya atau yang lain. Sedangkan pemilik *home industry* Bilqies *Arabian Food* mengutarakan bahwa ada juga pelanggan tetap untuk roti *samuli*, sambusa, dan yang lainnya. Beliau juga mempunyai *reseller* untuk roti *samuli*. Kemudian AM. Al-Barokah menyebutkan bahwa pelanggan tetap AM. Al-Barokah terdiri dari anak-anak remaja dan anak muda yang biasanya memesan kopi dan cemilan ringan dengan berkumpul dengan teman-temannya.

Respon konsumen atau komentar yang diberikan terhadap produk yang telah sampai ditangan masyarakat tentu memberikan kekuatan tersendiri bagi *home industry*. Hal tersebut dibuktikan oleh pemilik *home industry* Dapoer Lulwa bahwa produk makanannya banyak menerima komentar positif dari masyarakat, responnya berupa pujian. Hal ini membuat Dapoer Lulwa lebih percaya diri dalam memproduksi sehingga dapat meningkatkan cakupan usahanya. Respon yang baik bagi *home industry* Dapoer Lulwa dapat menyebabkan contohnya banyaknya konsumen dari luar kota. Kemudian Bilqies *Arabian Food* mendapatkan banyak pujian positif dari konsumennya. Sedangkan AM. Al-Barokah juga banyak mendapat komentar positif juga terkait fasilitas yang telah disediakan di AM. Al-Barokah.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal*

Melaksanakan kegiatan usaha tidak jauh dengan Faktor pendukung dan faktor penghambat yang menyebabkan tidak atau lancarnya usaha masing-masing *home industry*. Dalam mengambil keputusan guna mengembangkan usaha yang berkaitan dengan proses kegiatan produksinya. Terkait faktor pendukung lancarnya kegiatan usaha Dapoer Lulwa adalah semangat dari dalam diri masing-masing *home industry*, semangat yang dimaksud dari pemilik, karyawan serta dukungan dari konsumen, kemudian melayani konsumen dengan senang hati. Faktor pendukung yang lain menurut Ibu Holifah adalah tentang bumbu yang memang didatangkan langsung dari Arab, yang menjadikan cita rasa makanan lebih berkualitas. Kemudian pemilik *home industry* AM. Al-Barokah juga menyebutkan bahwa faktor pendukung berupa konsistensi dalam berproduksi, serta mengatur keuangan *home industry* dengan baik dan benar.

Salah satu faktor pendukung dari pengembangan usaha berbasis *home industry* yakni penentuan strategi harga sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga produk merupakan salah satu penyebab laku atau tidak lakunya produk atau jasa yang telah ditawarkan. Strategi harga yang salah akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan konsekuensi tidak lakunya dipasar. Harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan atau pengusaha.¹³⁶ Hal ini

¹³⁶ Sudaryono, dkk. *Kewirausahaan Membahas: Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship IT-preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan dilengkapi dengan kasus.* (Yogyakarta: Andi, 2011) hlm. 241-243

terjadi dengan Pemilik Bilqies *Arabian Food* beliau memberikan solusi memberikan harga tetap tapi menambah bahan-bahan atau menambah kualitas makanannya, hal ini bertujuan tetap menjaga kualitas makanan dengan harga yang pas dan terjangkau oleh masyarakat pada umumnya. Kemudian pemilik AM. Al-Barokah juga menjelaskan terkait solusi yang digunakan di *home industry*nya yakni dengan memberikan potongan harga terhadap pelanggan, promosi di media sosial, serta memperbaiki fasilitas yang telah disediakan.

Keunggulan kompetitif adalah sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari pesaingnya dan memberikan posisi yang unik di pasar sehingga lebih unggul dari para pesaingnya. Dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan diperlukan strategi yang matang, memetakan berbagai kompetensi inti yang unggul. Kompetensi inti ini adalah serangkaian kemampuan yang unik yang dikembangkan oleh perusahaan dalam bidang-bidang utama seperti : kualitas, layanan, inovasi, fleksibilitas, kecepatan dan lain sebagainya yang lebih dari pada pesaingnya.¹³⁷ Perbedaan yang dimiliki oleh produk dalam masing-masing *home industry* menjadi ciri khas khusus yang membuat konsumen menjadi lebih nyaman ketika menikmatinya. Ini adalah salah satu kelebihan yang harus dimiliki oleh setiap *home industry*. Kelebihan yang dimiliki oleh produk *home industry* Dapoer Lulwa terletak dirasa, kebersihan, kerapian, pengemasan, dan juga tepat waktu. Aspek yang didepankan ini tentunya

¹³⁷ Franky slamet,dkk. *Dasar-dasar Kewirausahaan : Teori dan Praktik*.(Jakarta: Indeks,2016)hlm. 34

untuk kenyamanan konsumen dalam menikmati hasil produksi. Sedangkan pemilik *Bilqies Arabian Food* menyatakan bahwa rasa menjadi pembeda dengan produk lainnya serta kenyamanan terhadap konsumen. Kemudian pemilik *home industry* AM. Al-Barokah menjelaskan bahwa perbedaannya terletak difasilitas dimana AM. Al-Barokah memberikan *wifi* di warungnya yang menjadikan anak remaja nyaman berkumpul di AM. Al-Barokah.

Sedangkan faktor penghambat yang menyebabkan kurangnya berkembang *home industry* yakni masalah akses jalan menuju *home industry* yang sulit dijangkau atau jauh dikunjungi, hal ini terjadi di *home industry* dapoer lulwa, sehingga pemilik *home industry* ini bercita-cita ingin membangun lebih luas lagi tempat makannya, dikarenakan konsumen yang makan ditempat juga mulai banyak. Kemudian faktor penghambat yang dihadapi oleh *Bilqies Arabian Food* yakni kurangnya pengetahuan tentang teknologi yang menjadikan promosi atau penjualan secara *online* terbatas atau kurang berkembang. Yang dihadapi AM. Al-Barokah juga kurangnya pengetahuan teknologi bagi admin *home industry* serta mekanisme promosi secara *online* dalam kegiatan produksi sehari-hari.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Konsep Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal*

Konsep yang digunakan dalam mengembangkan usaha berbasis *home industry* dengan menggunakan media sosial *online* guna mengatasi permasalahan terkait kondisi pandemi, menambah bahan produksi agar kualitas produk tetap terjaga, fasilitas yang harus ditambah dan diperbaiki, produk unggulan yang harus ada untuk dapat bersaing dengan sektor usaha-usaha kecil yang lain.

2. Implementasi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal*

Adapun implementasi pengembangan usaha *home industry* di Era *new normal* yakni :

- a. Menggunakan alat produksi mesin yang bertujuan kelancaran produksi serta mengejar kualitas produk dan ketepatan waktu dalam melayani konsumen.
 - b. Pendistribusian kepada konsumen dengan kurir jika konsumen ingin menikmati produk di rumah saja.
 - c. Menambah varian menu makanan agar konsumen tidak ada rasa bosan serta menciptakan menu yang bisa dikonsumsi semua lapisan masyarakat.
 - d. Peningkatan kegiatan promosi yang dilakukan agar cakupan usaha serta pengenalan pasar lebih luas. Promosi yang sangat dibutuhkan dikondisi seperti ini yakni promosi di media sosial.
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di era *New Normal*
- a. Faktor Pendukung : motivasi dari pemilik, karyawan, hingga dukungan dari konsumen, cita rasa yang konsisten, konsistensi produksi, serta mengatur keuangan *home industry* yang baik.
 - b. Faktor Penghambat : akses menuju *home industry* yang jauh untuk dijangkau, kurangnya pandangan guna memperluas fasilitas, kurangnya pengetahuan dalam mengolah teknologi dalam pemasaran atau promosi *online*, serta bahan baku yang mahal dan sulit dicari.

B. Saran

1. Menggunakan alat produksi mesin untuk *home industry* yang masih menerapkan metode manual.

2. Meningkatkan cakupan pasar yang luas serta, menambah pengetahuan terkait pengolahan teknologi dalam bidang pemasaran dan promosi secara *online*.
3. Membuat manajemen *home industry* yang baik dengan memetakan *job description* yang baik agar pengorganisasian *home industry* semakin lancar.

Daftar Pustaka

- Ade Omy Siagian, Y. C. (2021). Strategi Pemulihan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 6-7.
- Agustina Prativi N, D. (2020). Strategi Pelaku UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 4-5.
- Alma, B. (2009). *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5-6.
- Audina, S. F. (2017). *Strategi Keberhasilan Usaha Home Industry dalam Memberdayakan Masyarakat (Studi Kasus Home Industry Sepatu Bapak Haryono di RT 02 Kemayoran Jakarta Pusat)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Dumairy. (1996). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Erlangga.

- Fadilah Nur Azizah, d. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perkonomian Selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics* , 7-8.
- Franky Slamet, d. (2016). *Dasar-dasar Kewirausahaan : Teori dan praktik*. Jakarta: Indeks.
- Hoetoro, A. (2017). *Ekonomika Industri Kecil*. Malang: UB Media.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Depok: Raja Grafindo Perkasa.
- Kuntoro, B. M. (2015). *Kewirausahaan Technopreneurship untuk Mahasiswa Ilmu-ilmu Eksakta*. Yogyakarta: Andi.
- Mahfoedz, M. (2006). *Kewirausahaan : Metode, Manajemen dan Implementasi* . Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Mulhadi. (2010). *Hukum Perusahaan: Bentuk-bentuk badan usaha di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, A. (2016). *Strategi Pengembangan Kewirausahaan Masyarakat melalui Home Industri Ceriping Desa Banjarwaru, Kecamatan Bawang Kabupaten Batang*). Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Prawironegoro, D. (2017). *kewirausahaan Abad 21*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Purhantara, W. (2010). *Metode penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rizkika, N. (2017). *Pengembangan Usaha Home Industry Air Kerawang Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Masyarakat Usaha Air Kerawang di Dusun Kerawang Sari, Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Peringsewu)*. Lampung: IAIN Raden Intan Lampung.
- Rosmadi, M. L. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 3-4.
- Scarborough, T. W. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat .
- Sudaryono. (2011). *Kewirausahaan Membahas: pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship IT-preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan dilengkapi dengan kasus*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (t.thn.). *Metode Penelitian Pendidikan ;*

Suryana, Y. (2010). *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*.

Jakarta: Kencana.

Zuriah, N. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan : Teori dan Aplikasi*.

Jakarta: Bumi Aksara.



LAMPIRAN I

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Nama Informan : Ibu Saidah

Jabatan/Status : Pemilik *Home Industry* Dapoer Lulwa Arabian dan Asian Food

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa yang anda rasakan kegiatan produksi sebelum pandemi dan kegiatan produksi setelah pandemi ?	sebelum pandemi kita berjalan dengan normal, setelah pandemi kita awal-awal mungkin ya banyak bahan-bahan yang susah didapat di Malang karena tutup, itu mempengaruhi juga ke produksi juga, tapi setelah itu kita mencari jalan atau solusi gimana kita nyari tempat-tempat online untuk membeli barang, trus setelah itu kembali berjalan seperti biasanya, tapi memang kita banyak bergerak di online
2.	Untuk menyikapi kondisi pandemi seperti ini apakah ada solusi yang anda lakukan untuk kelanjutan bisnis anda ?	setelah pandemi ini kita lebih banyak menu-menu baru yang mungkin bisa dikonsumsi orang banyak, lebih luas lagi dan promosi makanan lewat media sosial, instagam, facebook, dan lain sebagainya
3.	Apa anda juga ikut serta dalam kegiatan produksi ?	iya, untuk masakan ada yang bantu tapi saya yang handle untuk rasa, ditakutkan nanti ada beberapa komponen atau bahan yang takarannya kurang atau lebih dan itu menjadikan rasanya sedikit berbeda dengan ciri khas yang telah dibangun bertahun-tahun

4.	Apa keunggulan produk anda dengan yang lain, sehingga dapat bertahan hingga saat ini ?	kalau saya saat ini, kalau disini kan menonjol ke <i>Arabian Food</i> nya ya, roti tamis fowl kita sampai kirim ke Madura, Pontianak, dengan menggunakan jasa orang yang mau berangkat atau pulang ke Pontianak, nasi juga bisa dikirim ke Surabaya, Madura juga ada, yang diunggulkan juga disini tentang rasa, kualitas, pengemasannya, kebersihannya, dan lain sebagainya
5.	bagaimana anda bisa membuat produk anda berbeda dengan yang lain ?	iya disini sudah menggunakan mesin, ada mixer, pengembang atau proving, oven untuk roti, oven untuk masakan arabnya juga ada, microwave untuk nasi juga ada, freezer untuk menyimpan bahan makanan juga ada
6.	Apakah proses produksi menggunakan mesin/ alat masak yang lain ?	kalau untuk rot-roti kita membutuhkan waktu ketika mengduk adonan dengan mesin itu cuma 15 menit, habis itu untuk proving (mengembangkan adonan) biasanya 35 menit, proses oven sekitar 15 menit, untuk penngemasan mungkin 5 sampai 10 menit. Butuh waktu sekitar 1 jam setengah sampai 2 jam untuk memproduksi roti, itu belum menu lainnya
7.	Bagaimana pendistribusian produk kepada konsumen ?	ya kita ada yang orangnya langsung ingin makan ditempat biar hangatnya masih terasa, ada yang dianter juga, nah kita kirim melalui kurir dan kita biasanya kirim ¼ jam sebelum waktu yang ditentukan oleh konsumen biar masih hangat, untuk kurir ada tarif jarak yang diberlakukan sesuai jarak yang ditempuh, itu kita juga sudah mempunyai karyawan sendiri 1 untuk pengantaran
8.	Membutuhkan waktu berapa lama yang dibutuhkan untuk produksi dari bahan awal hingga menjadi barang jadi dan siap dijual ?	kalau untuk rot-roti kita membutuhkan waktu ketika mengduk adonan dengan mesin itu cuma 15 menit, habis itu untuk proving (mengembangkan adonan) biasanya 35 menit, proses oven sekitar 15 menit, untuk penngemasan mungkin 5 sampai 10 menit. Butuh waktu sekitar 1 jam setengah sampai 2 jam untuk memproduksi roti, itu belum menu lainnya

9.	Produk apa saja yang anda produksi ? adakah varian produk yang anda miliki ?	kalau yang disini yang ada memang pure dari <i>Arabian Food</i> nya nasi biryani, nasi mandhi, nasi kafsah, bashammel terus sambusa, kalau untuk Asian foodnya kita biasanya ada dessert ada seperti kebab yang sudah banyak di Asia dan di Indonesia, disini juga ada sandwich terus ayam geprek juga ada disini, nasi goreng makanan Chinese food juga ada disini
10.	Apakah anda sudah memiliki pelanggan tetap ?	sudah disini sudah mempunyai pelanggan tetap dan reseller, kadang ada juga langsung dijual dalam bentuk yang sama, ada juga yang divariasi dengan menambah isian nya, dan tentunya juga untuk harga sudah berbeda karena sudah kebijakan penuh reseller
11.	Dalam satu hari/seminggu/sebulan berapa hasil produksinya ? apakah ada waktu tersendiri dalam hal peningkatan hasil produksi ?	kalau untuk satu hari 10 sampai 15 kilo untuk macam-macam roti, kalo samuli untuk per resep kan jadi 4 bungkus yang isi 6, kalau yang isi 10 jadi 5 bungkus, yang isi 10 itu yang mini yang kecil-kecil, kalau tamis biasanya jadi 10 paket itu biasanya juga habis 25 kalau ada pemesanan
12.	Apakah iklan/promosi yang anda lakukan memberi dampak terhadap jumlah penjualan produk anda ? produk ini juga diikuti dalam iklan media sosial <i>online</i> ?	yang saya gunakan untuk promosi adalah Whatsapp, Instagram, sama facebook, saya lakukan sendiri juga, dan saya juga kadang-kadang mendapat pujian dari konsumennya, alhamdulillah banyak yang berkomentar positif terhadap hasil masakan saya, oleh karena itu saya setiap pagi open order di status Whatsapp saya biasanya dimulai jam 8 pagi dan pemesanan bisa diambil 2 jam sebelum order
13.	Apa produk anda adalah salah satu yang unggul ? jik iya mengapa ?	saya disini mengutamakan beberapa hal, satu rasa, kedua kebersihan, ketiga kerapihan dalam pengemasan, keempat sampai ditangan konsumen tepat waktu
14.	bagaimana respon konsumen anda terkait produk anda ?	oh iya, biasanya gini, ada orang beli “saya sering lo beli disana dikedai yang lain contohnya jalan pemukiman Arab, tapi rasanya beda klo yang ini persis yang ada di Timur Tengah, kalau yang dirumah makan Arab lainnya rasanya masih rasa

		ada bumbu Indonesianya” gitu, kalau saya memang bahan semua bumbu langsung dikirim dari Arab sana, alhamdulillah banyak yang komentar positif dari mulai Madura, Surabaya pun banyak kuliner Arabnya, tapi masih beli disini kalau untuk dibawa pulang ke Surabaya Madura, karena disana pun meskipun ada tapi rasa mungkin benar-benar saya ambil dari khasnya di Timur Tengah, jadi tidak menambah dengan bumbu Indonesia, tetapi kalau rasa bumbu itu saya memang dari Arab langsung
15.	apa saja faktor pendukung dalam mengembangkan usaha berbasis <i>home industry</i> ini ?	mungkin satu, kalau pribadi mungkin saya itu harus semangat tidak gampang patah semangat yang namanya usaha pasti ada naik turunnya, dan kita selalu harus bersyukur dan berusaha untuk mengembangkan terus walaupun ada kekeliruan atau kegagalan saya tidak pernah pesimis, yang kedua, untuk umum saya berusaha melayani dengan baik dan senyum dan berusaha untuk mereka puas dengan masakan saya
16.	apa saja faktor penghambat dalam mengembangkan usaha berbasis <i>home industry</i> ini ?	kalau untuk saat ini apa ya ,, saya ada cita-cita pengen punya rumah makan mungkin saat ini masih dana yang menjadi penghambat untuk pengembangan terakhirnya, karena kebanyakan orang pengen makan ditempat, tapi memang tempat saya ini masih kurang bisa dijangkau oleh konsumen, sementara ini masih dana dan tempat yang menjadi penghambat sementara bisnis saya

Nama : Ibu Holifah

Jabatan/Status : Pemilik *Home Industry Bilqies Arabian Food*

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa yang anda rasakan kegiatan produksi sebelum pandemi dan kegiatan produksi setelah pandemi ?	sebenarnya adanya pandemi ini tidak berpengaruh masih saja berjalan terus, pernah satub hari kemarin waktu sebelum saya terkena sakit dan dirawat di rumah sakit, sebelum itu walaupun ada pandemi ya jalan seperti biasa saja, sampai satu harinya saya memproduksi 10 kilo, paling sedikit biasanya 7 kilo yang saya produksi, ya banyak pelanggan yang minat dan dijual lagi. Dan ketika saya pulang dari rumah sakit baru itu ada penurunan, tapi saya terus semangat saja, semangat terus meskipun yang pertamanya dalam sehari bisa 7 kilo sampai 10 kilo dan sekarang cuma bisa buat 2 kilo saja tapi ya alhamdulillah
2.	Untuk menyikapi kondisi pandemi seperti ini apakah ada solusi yang anda lakukan untuk kelanjutan bisnis anda ?	untuk memperlancar kemarin-kemarin itu, walaupun harga saya tetap samakan, tapi yang saya jual untuk bahannya saya tambah
3.	Apa anda juga ikut serta dalam kegiatan produksi ?	iya, saya saja yang menjalankan produksi ini, masih belum punya karyawan, kadang juga dibantu saudara saya ketika dapat orderan agak banyak, ketika saya sakit tidak ada yang menggantikan saya, tapi ya gitu banyak yang menghubungi untuk memesan
4.	Apa keunggulan produk anda dengan yang lain, sehingga dapat bertahan hingga saat ini ?	oh itu tentang rasa, karena bumbunya yang asli dari Arab, saya dapat kiriman dari arab, terus resep masih saja tetap saya jalani yang saya bikin setiap hari, dari awal sampai akhir tidak ganti resep dan tidak ganti tangan cuma saya saja
5.	bagaimana anda bisa membuat produk anda berbeda dengan yang lain ?	nggak masih belum menggunakan mesin untu bisnis saya, masih manual, ulenan (mengaduk) juga masih dengan tangan saya, kalo oven nanti ketika mengembangkan roti itu baru ada, klo untuk yang lain masih menggunakan tangan, hal ini saya

		lakukan agar rasa tetap terjaga dengan mengutamakan kepuasan konsumen saya, baru kalau dapat orderan banyak seperti acara besar, hajatan dan lain-lain, baru saya menggunakan mesin untuk bisa mengejar target order
6.	Apakah proses produksi menggunakan mesin/ alat masak yang lain ?	kalau roti itu yang paling lama sendiri, karena membutuhkan pengembangan adonannya dua kali, sampai tiga jam baaru bisa menjaadi roti, kalau bumbu Arabnya itu biasanya kan berupa bubuk, tapi kan disendirikan bumbu kafsah sendiri, bumbu biryani sendiri. kalau untuk menu nasi biasanya nasinya kita masak dulu agar nanti ketika ada yang order nasi kita tinggal panaskan lagi, biasanya kita memasak nasi biryani, kafsah, mandhii rata-rata 1 sampai 2 jam dan itu juga sudah diberi bumbu-bumbu arabnya, jika sejenis nasi kita menyiapkannya butuh 45 menit sampai 1 jam, waktu juga lebih lama jika konsumen order yang paket 5 sampai 7 orang
7.	Bagaimana pendistribusian produk kepada konsumen ?	memang pembeli disini bermacam-macam, ada yang beli tapi dibawa pulang, ada yang harus diantar oleh kurir, ada juga yang beli dn makan ditempat. Jika produk harus diantar oleh kurir maka ada biaya tambahan untuk ongkos kirim. Untuk tarif ongkos kirimnya pun bervariasi, tergantung jauhnya jarak yang ditempuh
8.	Membutuhkan waktu berapa lama yang dibutuhkan untuk produksi dari bahan awal hingga menjadi barang jadi dan siap dijual ?	kalau roti itu yang paling lama sendiri, karena membutuhkan pengembangan adonannya dua kali, sampai tiga jam baaru bisa menjaadi roti, kalau bumbu Arabnya itu biasanya kan berupa bubuk, tapi kan disendirikan bumbu kafsah sendiri, bumbu biryani sendiri. kalau untuk menu nasi biasanya nasinya kita masak dulu agar nanti ketika ada yang order nasi kita tinggal panaskan lagi, biasanya kita memasak nasi biryani, kafsah, mandhii rata-rata 1 sampai 2 jam dan itu juga sudah diberi bumbu-bumbu arabnya, jika sejenis nasi kita menyiapkannya butuh 45 menit sampai 1 jam,

		waktu juga lebih lama jika konsumen order yang paket 5 sampai 7 orang
9.	Produk apa saja yang anda produksi ? adakah varian produk yang anda miliki ?	iya dari roti, roti samuli, nasi juga ada yang lebih cepat daripada roti, terus sambusa, shawrma, canai kare, dan masih banyak lagi, dan jika ada yang baru pertama kali kesini dan mencari menunya ya dihape ini, dan langsung dibagikan ke pelanggannya, dan disitu langsung dicatat mau pesen apa, berapa dan lain sebagainya
10.	Apakah anda sudah memiliki pelanggan tetap ?	iya disini juga sudah punya pelanggan tetap dan setiap hari bahkan order disini, biasanya si yang sering order disini itu lebih ke roti seperti samuli, sambusa, shawrma dan lain sebagainya. Kadang juga ada event pernikahan, pengajian dan juga acara besar-besar lainnya. Disini juga ada resellernya biasanya banyak roti samulinya, karena akan dijual kembali oleh resellernya
11.	Dalam satu hari/seminggu/sebulan berapa hasil produksinya ? apakah ada waktu tersendiri dalam hal peningkatan hasil produksi ?	pokoknya saya setiap hari itu, saya dalam setiap kilonya itu jadi tiga bungkus, jadi tiga bungkus kadang saya habis sampai empat kilo, kadang paling rendah cuma buat dua kilo, tapi ya itu saya memang maunya roti itu setiap hari baru, jadi saya usahakan setiap hari produksi roti, ya itu minimal buat dua kilo perhari
12.	Apakah iklan/promosi yang anda lakukan memberi dampak terhadap jumlah penjualan produk anda ? produk ini juga diikutkan dalam iklan media sosial <i>online</i> ?	Cuma dari Whatsapp dan Facebook saja,, dan saat itu juga banyak yang melihat distatus saya, ya alhamdulillah juga setelah itu banya yang order ini dan itu, dan juga sama saudara saya juga ikut membantu mempromosikan di Whatsappnya jadi yang menghubungi saudara saya langsung dialihkan juga kesaya
13.	Apa produk anda adalah salah satu yang unggul ? jik iya mengapa ?	disini ya saya mengedepankan rasa, makanya saya ga berani pake mesin-mesin itu ya takut aja nanti cita rasa khasnya hilang, terus saya mengutamakan pelayanan kepada konsumen, jangan sampai konsumen itu tidak nyaman dengan kita, maka itu nanti mengurangi kepercayaan terhadap produk kita

14.	bagaimana respon konsumen anda terkait produk anda ?	saya sih tidak pernah bertanya kalau orang itu sudah beli pasti langsung mengungkapkan sendiri, yaa macam-macam responnya, dari mulai kata-kata enak, maknyus, mantul, alhamdulillah sampai sekarang juga jarang ada yang protes terkait rasa masakan saya
15.	apa saja faktor pendukung dalam mengembangkan usaha berbasis <i>home industry</i> ini ?	orang itu biasanya ya yang sudah atau belum pernah dari Arab aja suka gitu, karena bumbunya kan beda kalau ada yang tidak suka pun karena bau bumbunya mungkin, klalau memang bumbu Arab itu memang agak menyengat, kalau masalah itu mungkin memang dari rasa yang pas dilidah orang banyak, faktor dukungan dari keluarga juga sangat berpengaruh dalam menjalankan bisnis ini, salah satunya dengan dari keluarga membantu postingan produk dari saya, kadang-kadang ada juga kayak gitu
16.	apa saja faktor penghambat dalam mengembangkan usaha berbasis <i>home industry</i> ini ?	kesulitan saya yang menjadi penghambat saat ini adalah saya masih belum terlalu paham tekonologi mas, jadi saya pingin jualan saya ada di instagram itu, biar banyak orang yang tau dan penjualan saya meningkat

Nama : Ibu Maemunah

Jabatan/Status : Pemilik *Home Industry* AM. Al-Barokah

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa yang anda rasakan kegiatan produksi sebelum pandemi dan kegiatan produksi setelah pandemi ?	ada, apalagi dimasa pandemi semakin merusut 2 kali lipat dari hari aktif biasanya, 50 persen itu turunnya. Kondisinya memang berbanding terbalik dengan kondisi normalnya
2.	Untuk menyikapi kondisi pandemi seperti ini apakah ada solusi yang anda lakukan untuk kelanjutan bisnis anda ?	tentu kami juga mempunyai strategi atau solusi untuk mempertahankan bisnis kami, potongan harga adalah salah satu cara kami, setelah itu dengan menambah menu, terus promosi di media sosial, memperbaiki fasilitas di rumah makan ini, ya itu sementara ini yang saya lakukan. Berusaha sabar dan berdoa adalah hal yang paling harus dilakukan ketika kondisi seperti ini
3.	Apa anda juga ikut serta dalam kegiatan produksi ?	iya, saya semua ikut dalam memproduksi makanan, dari roti, makanannya, ada juga yang membantu dibagian minuman, dan juga bumbu ketika diolah dari mentah ke matang
4.	Apa keunggulan produk anda dengan yang lain, sehingga dapat bertahan hingga saat ini ?	ya mungkin ya dari segi rasa, banyak juga yang sudah berkomentar kepada kami terkait segi rasa, dan juga konsep dari tempat makan kita yang didesain sendiri dan juga mengutamakan kenyamanan pelanggan untuk betah berlama-lama ditempat saya
5.	bagaimana anda bisa membuat produk anda berbeda dengan yang lain ?	untuk bisnis saya juga tergantung dengan makan yang dipesan oleh konsumen. Kalau mungkin masakan itu harus dengan mesin seperti roti dalam lain-lain ya saya pakai itu, baru kalau ada pesanan nasi saya tangani sendiri mungkin klo pake blender itu yang buat menghaluskan bumbu, tidak semuanya pakai mesin
6.	Apakah proses produksi menggunakan mesin/ alat masak yang lain ?	mungkin bisa juga 25 menit, ini untuk masakan yang seblumnya sudah disiapkan bahannya atau masih ada di dalam persediaan, untuk 25 menit ini lebih ke makanan asianya seperti nasi goreng, mie goreng dan lain sebagainya. Jika untuk makanan arab seperti nasi mandhi dan yang lainnya, ya membutuhkann waktu sekitar satu jam
7.	Bagaimana pendistribusian produk kepada konsumen ?	ada juga yang ngambil sendiri mas, ya biasa mungkin langsung datang kerumah dan sekaligus membayar

		untuk produk makanannya, kalau diantar ya biasa diantar aja, pertamanya order aja terus saya siapin kalau memang yang sudah siap ya saya panaskan dulu, ya paling lambat daerah terdekat ya 15 sampai 20 menit, ada juga yang bagian mengantarkan ada adik saya, kadang kalau daerah dekat pagi-pagi gini kan masih belum ada yang nganter, ya biasanya saya juga yang langsung mengantarkan
8.	Mebutuhkan waktu berapa lama yang dibutuhkan untuk produksi dari bahan awal hingga menjadi barang jadi dan siap dijual ?	mungkin bisa juga 25 menit, ini untuk masakan yang sebelumnya sudah disiapkan bahannya atau masih ada di dalam persediaan, untuk 25 menit ini lebih ke makanan asianya seperti nasi goreng, mie goreng dan lain sebagainya. Jika untuk makanan arab seperti nasi mandhi dan yang lainnya, ya membutuhkann waktu sekitar satu jam
9.	Produk apa saja yang anda produksi ? adakah varian produk yang anda miliki ?	ya ada banyak menu disini, dari menu yang biasa dimasyarakat yang seperti nasi goreng biasa ataupun spesial, ada bakmi juga, mie goreng, nasi pecel, tongseng kambing, lele goreng, mujaer goreng, gurami goreng, dan untuk menu makanan Arabnya ada nasi mandhi kambing, nasi mandhi ayam, nasi biryani kambing, nasi briyani ayam, nasi bukhori ayam, nasi bukhori kambing, ayam steak kentang, sambusa ayam, sambusa sayur dan masih banyak juga roti-roti lainnya, disini juga ada fasilitas sisha arab dengan berbagai rasa
10.	Apakah anda sudah memiliki pelanggan tetap ?	kalau pelanggan tetap ada, meskipun dipelanggan online juga ada, jadi meski dikondisi pandemi ini, setidaknya tidak mengurangi lah. Tentu pelanggan tetap kita banyak dikalangan remaja dan anak muda, dikarenakan tempat kita yang luas dan juga kita fasilitasi free wifi, jadi ketika ada konsumen kesini dan membeli produk kita maka mereka bisa mengakses internet dengan lancar
11.	Dalam satu hari/seminggu/sebulan berapa hasil produksinya ? apakah ada waktu tersendiri dalam hal peningkatan hasil produksi ?	kadang-kadang kalau menu Arabnya itu untuk yang nasi biasanya perharinya 2 sampai 3 kilo nasi mandhi, kafsah, atau briyani. Dan untuk macam-macam rotinya biasanya saya perharinya 3 kilo dan itu menjadi 15 bungkus

12.	Apakah iklan/promosi yang anda lakukan memberi dampak terhadap jumlah penjualan produk anda ? produk ini juga diikutkan dalam iklan media sosial <i>online</i> ?	kalau saya memasang status di Whatsapp, Instagram, Facebook, dan line, serta memasang beberapa spanduk dipinggir jalan, itu yang saat ini dilakukan agar bisa berlanjut lagi bisnis ini
13.	Apa produk anda adalah salah satu yang unggul ? jik iya mengapa ?	untuk perbedaan produk saya dengan yang lainnya, mungkin dari segi tempat ya, disini saya menyediakan tempat yang luas serta nyaman untuk berkumpul dengan keluarga, teman atau yang lainnya, terus juga disini saya juga lebih mengutamakan ke cita rasa masakan Arabnya, karena itu yang menjadi dasarnya sini, dan fasilitas sisha (rokok arab) dan wifi itu yang menjadikan dengan warung atau kedai yang lainnya
14.	bagaimana respon konsumen anda terkait produk anda ?	banyak juga yang langsung chat kesaya kalau masakan saya enak juga, ya itu menjadi kebiasaan apalagi kalau sudah berlangganan dengan saya, pasti banyak yang berkomentar kalau rasanya tetap enak kalau masakan arabnya, kalau menu-menu Asianya juga lumayan direspon positif oleh pembeli, kadang juga banyak komentar positif tentang wifi yang telah disediakan
15.	apa saja faktor pendukung dalam mengembangkan usaha berbasis <i>home industry</i> ini ?	menurut saya yang menjadikan bisnis saya bisa bisa lancar tentu konsistensi produksi maksudnya menjaga kualitas produk, dan juga modal produksi atau keuangan yang lancar dibisnis saya, serta semangat dalam menjalani kehidupan sehari-hari
16.	apa saja faktor penghambat dalam mengembangkan usaha berbasis <i>home industry</i> ini ?	kalau hambatannya biasanya ketika pemasarannya mas, karena kita dari phak AM. Al-Barokah sedikit kurang dipromosi juga dan untuk konsumen makanan Arab pun tidak sebanyak makan Asianya jadi kami kurang promosi di makanan Arabnya, kadang-kadang juga harga bahan bakunya naik atau bumbu arabnya sulit didapat dipasaran

LAMPIRAN II

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
 FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
 JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
 Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 551354 Faksimile (0341) 572533

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Chamim Thohari Mahfudillah
NIM : 17130087
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* Di Era *New Normal* (Studi Kasus *Home Industry* Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)
Dosen Pembimbing : Nur Lailatus Zahroh, M.Pd

Tanggal	Bab/Materi Konsultasi	Paraf
15 Desember 2020	Revisi BAB I, II, dan III	
8 Januari 2021	ACC Pedoman Wawancara	
2 Maret 2021	Konsultasi BAB IV	
19 Maret 2021	Revisi BAB IV	
10 April 2021	Konsultasi BAB V dan BAB VI	
29 April 2021	Revisi BAB V dan BAB VI	
5 Mei 2021	ACC Keseluruhan	

Malang, 05 Mei 2021

Dosen Pembimbing,

Nur Lailatus Zahroh, M.Pd

NIDT. 19860309 20180201 2 130

LAMPIRAN III

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS *HOME INDUSTRY*
ARABIAN FOOD DI ERA *NEW NORMAL* (Studi Kasus *Home Industry*
Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)**

Oleh : Chamim Thohari Mahfudillah (17130087)

Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

No.	Fokus Penelitian	Data yang diperoleh dari observasi	Data yang diperoleh dari dokumentasi	Bentuk pertanyaan
1.	Bagaimana konsep pengembangan usaha berbasis <i>home industry Arabian Food</i> di era <i>new normal</i> ?	Data gambaran kegiatan <i>home industry</i> setelah pandemi covid-19.	Dokumentasi terkait jenis produk, dokumentasi proses produksi hingga pengemasan.	4. Apa yang anda rasakan kegiatan produksi sebelum pandemi dan kegiatan produksi setelah pandemi ? 5. Untuk menyikapi kondisi pandemi seperti ini apakah ada solusi yang anda lakukan untuk kelanjutan bisnis anda ? 6. Apa anda juga ikut serta dalam kegiatan produksi ? 7. Apa keunggulan produk anda dengan yang lain, sehingga dapat bertahan hingga saat ini ?
2.	Bagaimana implementasi pengembangan usaha berbasis <i>home industry Arabian Food</i> di era <i>new normal</i> ?	Data yang dimulai dari proses produksi, pendistribusian produk, hingga produk telah sampai ditangan konsumen	Dokumentasi terkait proses produksi, pendistribusian produk, dan pengiriman produk kepada konsumen.	3. Apakah proses produksi menggunakan mesin/ alat masak yang lain ? 4. Bagaimana pendistribusian produk kepada konsumen ? 5. Membutuhkan waktu berapa lama yang dibutuhkan untuk produksi dari bahan awal hingga menjadi barang jadi dan siap dijual ? 6. Produk apa saja yang anda produksi ? adakah varian produk yang anda miliki ?

				<p>7. Apakah anda sudah memiliki pelanggan tetap ?</p> <p>8. Dalam satu hari/seminggu/sebulan berapa hasil produksinya ? apakah ada waktu tersendiri dalam hal peningkatan hasil produksi ?</p> <p>9. Apakah iklan/promosi yang anda lakukan memberi dampak terhadap jumlah penjualan produk anda ? produk ini juga diikutkan dalam iklan media sosial <i>online</i> ?</p>
3.	Apa faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha berbasis <i>home industry Arabian Food</i> di era <i>new normal</i> ?	Data penjualan sebelum pandemi dan setelah pandemic	Dokumentasi terkait bahan-bahan produksi, dokumentasi konsumen yang membeli produk	<p>3. Apa produk anda adalah salah satu yang unggul ? jika iya mengapa ?</p> <p>4. bagaimana anda bisa membuat produk anda berbeda dengan yang lain ?</p> <p>5. apa anda mempunyai pelanggan tetap atau <i>reseller</i> untuk produk anda ?</p> <p>6. bagaimana respon konsumen anda terkait produk anda ?</p> <p>7. apa saja faktor pendukung dalam mengembangkan usaha berbasis <i>home industry</i> ini ?</p> <p>8. apa saja faktor penghambat dalam mengembangkan usaha berbasis <i>home industry</i> ini ?</p>

LAMPIRAN IV

SURAT IZIN PENELITIAN (DAPOER LULWA ARABIAN FOOD)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
<http://fitk.uin-malang.ac.id> email : fitk@uin-malang.ac.id

Nomor : 1870/Un.03.1/TL.00.1/12/2020 23 Desember 2020
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Kepada
Yth. Pimpinan Dapoer Lulwa Arabian Food
di
Desa Banjarejo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Chamim Thohari Mahfudillah
NIM : 17130087
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS)
Semester - Tahun Akademik : Ganjil - 2020/2021
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food di Era New Normal (Studi Kasus Home Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)**
Lama Penelitian : **Desember 2020** sampai dengan **Februari 2021** (3 bulan)

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dekan,

(Signature)
Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
NIP. 19650817 199803 1 003

Tembusan :

1. Yth. Ketua Jurusan P.IPS
2. Arsip

SURAT IZIN PENELITIAN (BILQIES ARABIAN FOOD)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
 Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
<http://fitk.uin-malang.ac.id>, email : fitk@uin-malang.ac.id

Nomor : 1871/Un.03.1/TL.00.1/12/2020 23 Desember 2020
 Sifat : Penting
 Lampiran : -
 Hal : **Izin Penelitian**

Kepada
 Yth. Pimpinan Bilqies Arabian Food
 di
 Desa Brongkal

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Chamim Thohari Mahfudillah
 NIM : 17130087
 Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS)
 Semester - Tahun Akademik : Ganjil - 2020/2021
 Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food di Era New Normal (Studi Kasus Home Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)**
 Lama Penelitian : **Desember 2020** sampai dengan **Februari 2021** (3 bulan)

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dekan,

[Signature]
 Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
 NIP. 19650817 199803 1 003

Tembusan :

1. Yth. Ketua Jurusan P.IPS
2. Arsip

SURAT IZIN PENELITIAN (AM. AL-BAROKAH)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN
 Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
<http://fitk.uin-malang.ac.id> email : fitk@uin-malang.ac.id

Nomor : 1872/Un.03.1/TL.00.1/12/2020 23 Desember 2020
 Sifat : Penting
 Lampiran : -
 Hal : **Izin Penelitian**

Kepada
 Yth. Pimpinan RM. Al-Barokah
 di
 Desa Gondanglegi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Chamim Thohari Mahfudillah
 NIM : 17130087
 Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS)
 Semester - Tahun Akademik : Ganjil - 2020/2021
 Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food di Era New Normal (Studi Kasus Home Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)**
 Lama Penelitian : **Desember 2020** sampai dengan **Februari 2021** (3 bulan)

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dekan,

[Signature]
 Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
 NIP. 19650817 199803 1 003

Tembusan :

1. Yth. Ketua Jurusan P.IPS
2. Arsip

LAMPIRAN V

SURAT IZIN MELAKUKAN PENELITIAN

(HOME INDUSTRY DAPOER LULWA ASIAN & ARABIAN FOOD)

SURAT KETERANGAN

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tertanggal 23 Desember 2020 Nomor 1870/Un.03.1/TL.00.1/12/2020 perihal Izin Penelitian, maka kami yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Saidah Abdullah
 Home Industry : Dapoer Lulwa Asian & Arabian Food
 Jabatan : Pemilik Home Industry
 Alamat : Perumahan Banjarejo Permai, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang

Menerangkan Bahwa :

Nama : Chamim Thohari Mahfudillah
 NIM : 17130087
 Jurusan : S1 Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS)
 Semester : VIII (Delapan)

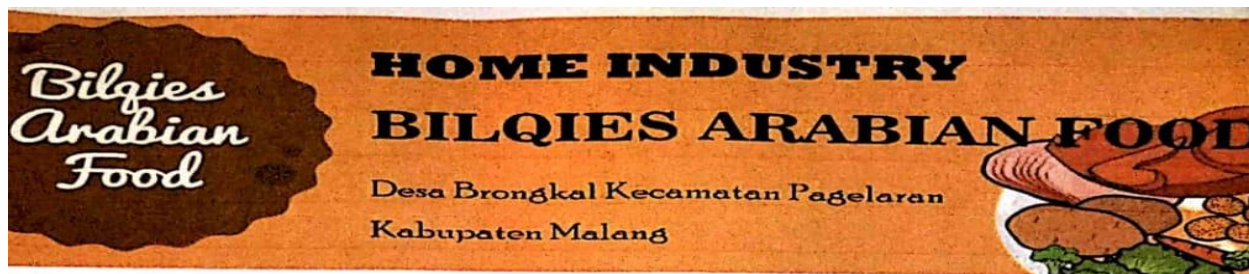
Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada *home industry* kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "**Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food di Era New Normal (Studi Kasus Home Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)**".

Demikian surat Keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan bagi yang berkepentingan.

Malang, 03 Maret 2021
 Pemilik Home Industry,


 SAIDAH ABDULLAH

(HOME INDUSTRY BILQIES ARABIAN FOOD)



SURAT KETERANGAN

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tertanggal 23 Desember 2020 Nomor 1870/Un.03.1/TL.00.1/12/2020 perihal Izin Penelitian, maka kami yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Holifah
 Home Industry : Bilqies Arabian Food
 Jabatan : Pemilik Home Industry
 Alamat : Desa Brongkal, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang

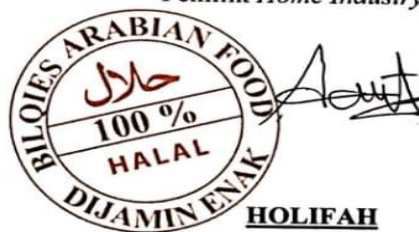
Menerangkan Bahwa :

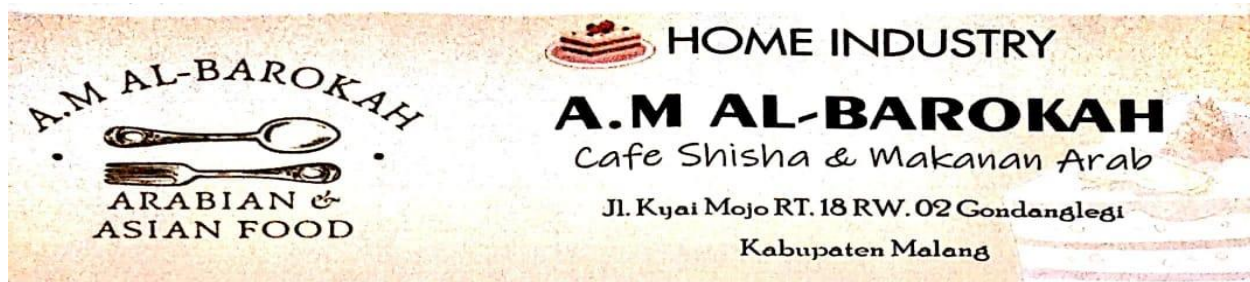
Nama : Chamim Thohari Mahfudillah
 NIM : 17130087
 Jurusan : S1 Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS)
 Semester : VIII (Delapan)

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada *home industry* kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "**Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food di Era New Normal (Studi Kasus Home Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)**".

Demikian surat Keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan bagi yang berkepentingan.

Malang, 03 Maret 2021
 Pemilik Home Industry,



(HOME INDUSTRY AM. AL-BAROKAH)**SURAT KETERANGAN**

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tertanggal 23 Desember 2020 Nomor 1870/Un.03.1/TL.00.1/12/2020 perihal Izin Penelitian, maka kami yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maemunah
 Home Industry : A.M Al-Barokah Cafe *Shisha* dan Makanan Arab
 Jabatan : Pemilik *Home Industry*
 Alamat : Jl. Kyai Mojo RT. 18 RW. 02 Gondanglegi Kabupaten Malang

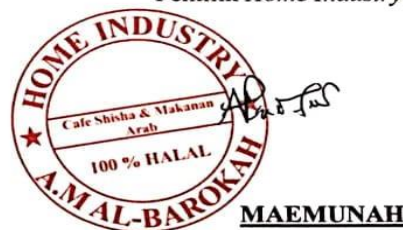
Menerangkan Bahwa :

Nama : Chamim Thohari Mahfudillah
 NIM : 17130087
 Jurusan : S1 Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS)
 Semester : VIII (Delapan)

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada *home industry* kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "**Strategi Pengembangan Usaha Berbasis *Home Industry Arabian Food* di Era *New Normal* (Studi Kasus *Home Industry Makanan Arab* di Kecamatan Pagelaran)**".

Demikian surat Keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan bagi yang berkepentingan.

Malang, 03 Maret 2021
 Pemilik *Home Industry*,



LAMPIRAN VI

DOKUMENTASI LAPANGAN

Wawancara dengan Pemilik *Home Industry* Dapoer Lulwa

Keikutsertaan pemilik dalam proses produksi

Penggunaan *mixer* dalam proses produksi

proses produksi roti

Bumbu-bumbu produk *Arabian Food*

Bahan-bahan produksi



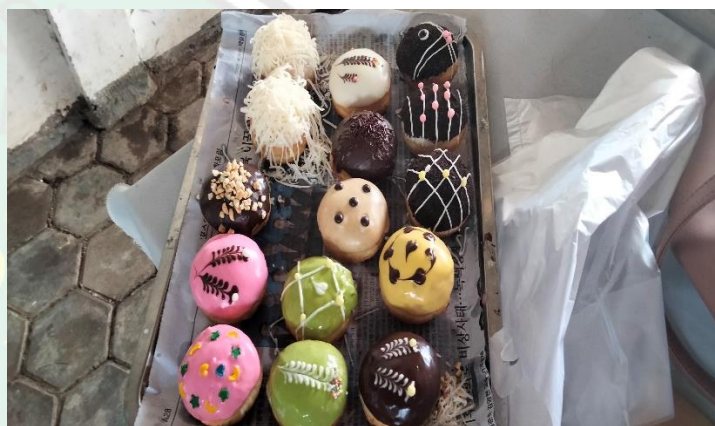
Bahan siap untuk dioven



Proses pengovenan



Produk Sudah matang, proses *finishing* (hias)



Salah satu menu, donat mini



Proses pengemasan sebelum ke tangan konsumen



Proses pendistribusian produk oleh kurir



Konsumen yang menikmati ditempat



Salah satu menu produk Arabian Food



Wawancara dengan Ibu Holifah Bilqies Arabian Food



Keikutsertaan Ibu Holifah dalam



proses produksi

Bumbu Produk Bilqies Arabian Food



Bilqies Arabian Food Tampak Depan



Wawancara dengan Pemilik AM. Al-Barokah



AM. Al-Barokah Tampak Depan



Proses pembuatan Produk Makanan/bumbu



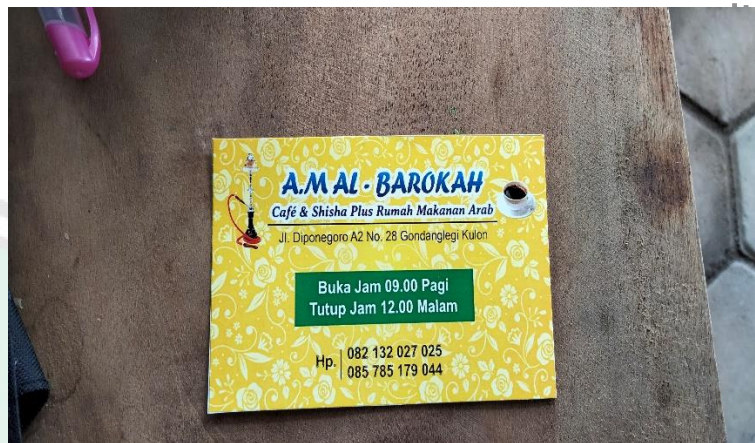
Penggunaan teknologi dalam produksi

 A photograph of a menu board for AM. Al-Barokah. The board is divided into sections for "Menu Makanan" and "Menu Minuman". It lists various dishes and drinks with their respective prices in Indonesian Rupiah (Rp.).

Daftar Menu AM. Al-Barokah



Tempat Minuman/Jus

Tempat duduk dan fasilitas *wifi*

Kartu nama sebagai salah satu bentuk promosi



Kertas promosi menu guna menarik konsumen

Respon konsumen terhadap produk *home industry*



Salah satu menu di *home industry* Dapoer Lulwa



outlet guna mmpertluas jangkauan pasar




Menu makanan *arab* yang berupa Nasi



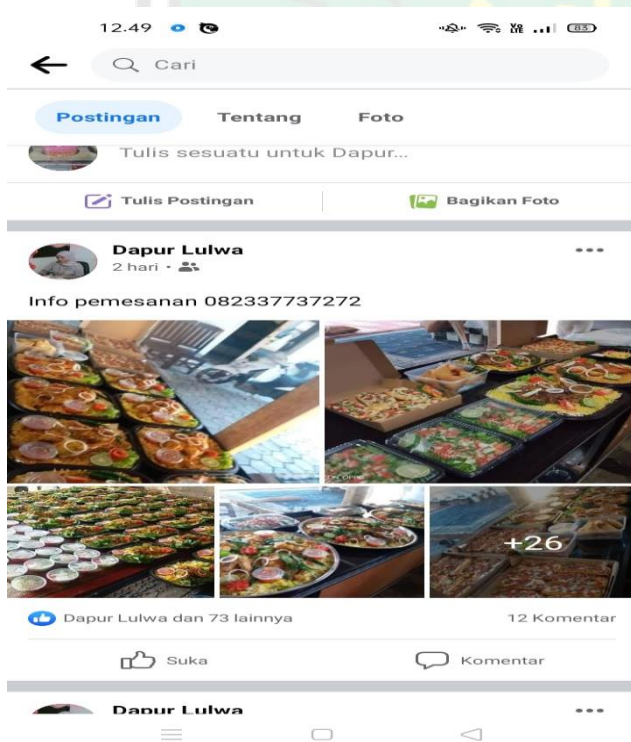
Respon konsumen lain terhadap produk

Assalamualaikum sahabat lulwa
 Bismillah
 Dapur lulwa buka ya
 Syukron jazakumullah atas
 semua yg sdh order kemaren
 semoga Allah mudahkan
 semua urusannya dan
 diberikan kesehatan selalu
 Amin amin 🙏
 Maaf nggak ada pict dihari
 kemaren

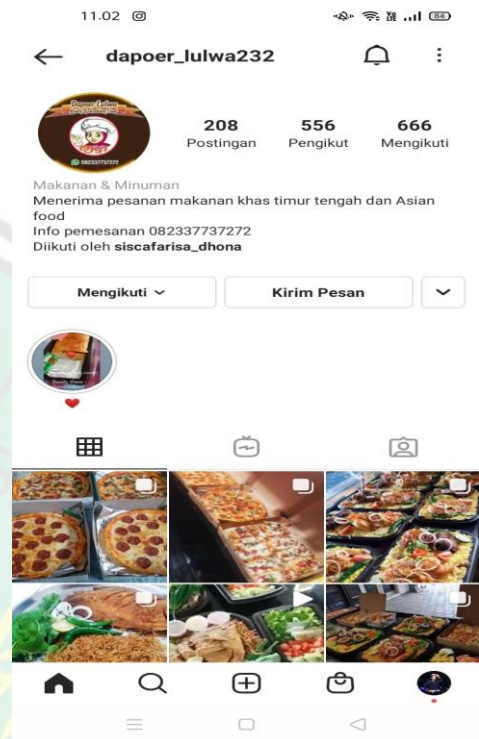
Ready hari ini 🙏
 Pemesanan 2 jam sebelum
 diambil atau dianter



Penjualan dengan media Status *Whatsapp*



Penjualan dengan media *facebook*



Penjualan dengan media *instagram*

LAMPIRAN VII**BIODATA DIRI MAHASISWA**

Nama : Chamim Thohari Mahfudillah

NIM : 17130087

TTL : Malang, 26 September 1999

Fakultas / Jurusan : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan / Pendidikan IPS

Alamat : RT. 21 RW. 09, Desa Kedungbanteng, Kec.
Sumbermanjingwetan, Kab. Malang, Jawa Timur

No. HP : 085645907210

Email : iktissw2017@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

SD / MI : MI. Al-Misbakh (2005-2011)

SMP / MTs : MTs. Raden Patah (2011-2014)

SMA / MA : MAN. Tambakberas (2014-2017)

Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
(2017-2021)

