STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM PENGEMBANGAN USAHA *HOME INDUSTRY* PINYARAM DI NAGARI KOTO TINGGI KURANJI HILIR KECAMATAN SUNGAI LIMAU KAB. PADANG PARIAMAN

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

RICI NORIS SAPUTRI

3216035

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBARAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 7
C. Batasan Masalah 7
D. Rumusan Masalah 7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 8
F. Ruang Lingkup Penelitian 8
G. Penjelasan Judul 9
H. Kajian Terdahulu 10
I. Sistem Penulisan .....

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Inovasi 12
B. Proses Inovasi 15
C. Tipe Inovasi 16
D. Prinsip Inovasi 17
E. Manfaat Inovasi 18
F. Faktor-faktor Mempengaruhi Kreatifitas dan Inovasi 19
G. Faktor Mendukung Keberhasilan Inovasi 20
H. Pengertian Produk 22

I. Klasifikasi Produk 23
J. Siklus Hidup Produk 24
K. Inovasi Produk 26
L. Pengertian Etika Bisnis Islam 30
M. Produksi Dalam Etika Bisnis Islam 32
N. Faktor-Faktor Produksi Dalam Etika Bisnis Islam 35
O. *Home Industry* 37
P. TeoriStrategi Pengembangan Usaha 38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 46
B. Lokasi dan Waktuk Penelitian 46
C. Jenis dan Sumber Data 47
1. Data Primer 47
2. Data Sekunder 47
D. Informan Penelitian 47
E. Teknik Pengumpulan Data 48
1. Observasi 48
2. Wawancara 48
3. Studi Kepustakaan 48
4. Dokumentasi 49
E. Teknik Analisis Data 49
1. Analisis SWOT 50
2. Analisis Matrik SWOT 51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir 54
1. Sejarah Nagari 54
2. Geografis Nagari 55
B. Gambaran Umum (Demografi) 58
1. Jumlah Penduduk 58
2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur 59
3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan 60
4. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian 60
5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia Kerja 61
6. Jumlah Penduduk menurut Agama 62
C. Visi Dan Misi 62

D. Kondisi Pemerintah Nagari 64

E. Kondisi Ekonomi 66
1. Sub Sektor Pertanian 66
2. Sub Sektor Industri 67
3. Sub Sektor Perikanan/ Nelayan 67
4. Sub Sektor *Home Industry* 67

F. Kondisi Sosial 68

D. Gambaran Umum Gambaran Umum Home Industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir 69
E. Analisis SWOT Home Industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir .....
..... 72
1. Kekuatan *(Strenght)* 72
2. Kelemahan *(Weakness)* 73
3. Peluang *(Opportunities* 74
4. Ancaman *(Threats)* 74
F. Matrik Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE) 76
1. Analisis Matrik IFE 77
2. Analisis Matrik EFE 78
G. Matrik SWOT 78
1. Strategi Strenghts-Opportunities (SO) 82
2. Strategi Weaknesses- Opportunities(WO) 83
3. Strategi Srenghts-Threats (ST) 84
4. Strategi Weaknesses-Threats (WT) 86
H. Analisis Bobot Tabel Skor 87

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan ……92
B. Saran ……...92

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi 6
Tabel 3.1 Matrik SWOT 52
Tabel 3.2 Total Bobot Skor 53
Tabel 4.1 Batas Nagari 56
Tabel 4.2 Luas Nagari.....56
Tabel 4.3 Jarak dan Waktu Tempuh Nagari.....57
Tabel 4.4 Jumlah Penduduk Perkorong 58
Tabel 4.5 Jumlah Penduduk berdasarkan Umur.....59
Tabel 4.6 Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan 60
Tabel 4.7 Jumlah Penduduk berdasarkan Mata Pencaharian 61
Tabel 4.8 Jumlah Penduduk Usia Kerja.....62
Tabel 4.9 Daftar Wali Nagari dan Perangkat Nagari 64
Tabel 4.10 Daftar Nama Badan Permusyawaratan Nagari 65
Tabel 4.11 Kesejahteraan Sosial 66
Tabel 4.12 Jumlah Sarana da Prasarana Umum 69
Tabel 4.13 Data Penjualan Home Industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi 71
Tabel 4.14 Analisis SWOT pada Home Industry Pinyaram 75
Tabel 4.15 Analisis Matrik IFE 77
Tabel 4.16 Analisis Matrik EFE.....78
Tabel 4.17 Matrik SWOT Home Industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi 80
Tabel 4.18 Bobot Skor pada Matrik SWOT.....88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang *kaffah,* yang mengatur segala perilaku kehidupan manusia. bukan hanya menyangkut urusan peribadahan saja, urusan sosial dan ekonomi juga diatur dalam islam. Islam merupakan sistem hidup diimplementasikan secara komprehensif dalam seluruh aspek kehidupannya tanpa terkecuali[1].

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam melaksanakan bisnis, yakni Al-qur'an dan sunnah. Sebagai sumber ajara islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu[2].

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Ar-Rad :11



Artinya: *Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain dia.*(Ar-Rad: 11)

---

[1]Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam,* (Semarang: Walisongo,2009) Hal 81.

[2]Muhammad, *Etika Bisnis Islam,* (Yogyakarta:Unit Penerbita dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan, 2004) , hal 7.

Ayat tersebut mengisyaratkan bahwa semua orang dalam kebaikan dan kenikmatan. Allah tidak akan mengubah kenikmatan-kenikmatan seseorang kecuali mereka mengubah kenikmatan itu menjadi keburukkan. Dalam ayat ini manusia diperintahkan untuk melakukan sebuah perubahan berupa inovasi dan kreativitas dalam kegiatan usaha/bisnis untuk mencapai tujuan kehidupan. Namun bukan semata-mata mencari materi atau kekayaan sebagai tujuan utama, melainkan keseimbangan antara materi dan rohani. Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan. Bisnis yang diperbolehkan oleh islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.

Perdagangan bebas menimbulkan persaingan ketat pada produsen ditiap negara agar dapat menghasilkan produk yang lebih unggul, sehingga menyebabkan adanya perkembangan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi diperlukan agar dapat menciptakan produk yang lebih efektif penggunaanya juga efisien sehingga tidak memakan waktu yang dapat menekan biaya. Dengan adanya perkembangan perdagang yang pesat dibantu dengan perkembangan ilmu teknologi, para produsen berlomba-lomba untuk menghasilkan produk yang lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan pasar. Agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pasar dan dapat dibedakan dengan persaingnya, maka produsen harus melakukan strategi inovasi dengan harapan dapat menghasilkan produk

yang mempunyai nilai lebih sehingga menciptakan keunggulan bersaing yang tinggi pula. Strategi inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat berupa desain produk yang dihasilkan, segmen pasar yang dituju, sistem distribusi produk yang digunakan, dan sebagainya. Dengan menggunakan inovasi maka dapat menjaring konsumen baru karena timbulnya kebutuhan baru yang sebelumnya belum ada. Hal tersebut dapat terjadi karena ketika produk baru diluncurkan ke pasar, maka sebuah pasar baru akan tercipta[3]. Penggunaan inovasi dalam produk lebih disukai dan dicari oleh pasar membuat produsen bergairah untuk memperluas pemasaran produknya. Dengan adanya inovasi maka akan membuat suatu usaha akan berkembang.

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yag penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik sektor tradisional maupun modern. Menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan[4].

Industri makanan adalah salah satu industri yang cepat berkembang inovasinya dengan dipengaruhi oleh teknologi dan selera pasar. Keterlibatan

---

[3]Hanissa Rahmaniar Hasnim, " *Inovasi Produk Melalui Strategi Imitasi dalam Menghadapi Persaingan Produk Impor* ", Tesis Magister Administrasi dalam Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Administrasi Bisnis Internasional Jakarta, Tidak Diterbitkan,2011,Hal 19.

[4]Mariana," *Website* Sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang , *Jurnal Aplikasi Manajemen,* Vol 13, No 2, 2015, 188-189.

inovasi produk dalam industri makanan dapat dilihat dalam struktur organisasi, manajemen usahanya, proses pembuatannya hingga rasa makanan yang dihasilkan, hal ini terjadi karena adanya persaingan antara industri makanan dalam mendapatkan perhatian dari konsumen sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan yang menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Namun dengan ketatnya pesaingan yang ada, setiap inovasi baru yang terjadi dalam industri dapat diikuti oleh pesaing dengan mengimitasi hingga dikembangkan menjadi sesuatu yang lebih baik[5].

Industri kecil dan rumah tangga memiliki tiga alasan penting yang mendasari keberadaannya di Indonesia. *Pertama,* adalah karena kinerja industri kecil dan rumah tangga cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktivitas. *Kedua,* sebagian dari dinamikanya, industri kecil dan rumah tangga yang sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. *Ketiga,* karena seing diyakini bahwa industri kecil rumah tangga memiliki keuntungan dalam hal fleksibilitas ketimbangan usaha besar[6].

Usaha *home indutry* yang beralokasi di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman merupakan salah satu usaha yang mengandalkan pinyaram sebagai produknya. Dimana pinyaram ini terbuat dari campuran gula pasir atau gula aren,tepung beras putih atau beras hitam, dan santan kelapa. Cara pembuatannya adalah dengan digoreng menngunakan kuali

[5]Hanissa Rahmaniar Hasnim, " Inovasi Produk Melalui Strategi...., Hal 17.

[6]Kiki Joesyiana, "Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekan Baru", *Jurnal Valuta* , Vol 3, No 1, 2017, Hal 161-165.

yang sekaligus menjadi cetakannya. Makanan ini umumnya disajikan dalam bentuk penganan atau kue[7].

Dilihat dari segi tenaga kerja mayoritas masyarakat yang bekerja di *Home Industry* ini adalah ibu rumah tangga yang menjadikan sebagai pekerja sampingan untuk menambah penghasilan, disamping menjalankan tugas keseharian mengurus rumah tangga dan juga untuk menambah pemasukan rumah tangga selain pemasukan dari suami yang bekerja sebagai buruh dan petani. Melihat kondisi lapangan, memang banyak ibu rumah tangga di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yang menggantungkan hidupnya dengan bekerja diusaha *home industry* Pinyaram tersebut untuk menambah pemasukan, karena usahanya yang cukup mudah dan pekerjaanya bisa dilakukan dirumah dan tida menganggu pekerjaan rumah tangga, dan tidak ada paksaan untuk pekerjaan ini melainkan keinginan sendiri.

Menurut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu pelaku usaha *home industry* Pinyaram yang bernama ibuk Nelli bahwa Faktor penghambat berkembangnya *home industry* pinyaram yaitu, modal usaha kurang, pemasaran yang belum maksimal, manajemen usaha yang belum bagus dan SDM yang kurang trampil, sedangkan faktor eksternalnya yaitu tidak ada bantuan modal dari pemerintah. Selain itu faktor penghambat lainnya yaitu kurangnya kreativitas produk yang dihasilkan, karena pemilik usaha merasa tidak ada yang harus diperbaharui atau ditingkatkan semuanya dianggap sudah cukup. Padahal dalam dunia usaha saat ini keunggulan dari sebuah produk

[7] http://id.m.wikipedia.org/wiki/pinyaram, diakses tanggal 18 januari 2020.

merupakan hal yang penting dari dunia persaingan. Untuk adanya keunggulan dari sebuah produk maka harus adanya kreatifitas dan inovasi agar permintaan konsumen atas pinyaram lebih banyak. Tetapi apabila tidak adanya kreatifitas dan inovasi maka, permintaan akan pinyaram akan berkurang bahkan tidak ada. Hal ini peneliti paparkan dalam tabel 1.1 yaitu:

Tabel 1.1
Data Penjualan *Home Industry* Pinyaram
di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kabupaten Padang Pariaman.

No	Nama *Home Industry*	2015	2016	2017	2018	2019
1	Sunny	84.000.000	82.500.000	80.000.000	78.800.000	76.700.000
2	Yati	84.000.000	83.000.000	82.900.000	82.200.000	80.300.000
3	Yur	268.800.000	268.100.000	259.900.000	257.700.000	200.400.000
4	Nelli	235.200.000	234.500.000	233.000.000	230.200.000	229.000.000
5	Kundue	84.000.000	82.500.000	80.000.000	78.800.000	77.800.000
6	Desi	235.200.000	234.800.000	234.500.000	23.200.000	22.000.000
7	Manidar	168.000.000	167.600.000	167.200.000	166.200.000	166.000.000
8	Kasma	67.200.000	67.000.000	66.600.000	64.800.000	63.900.000
9	Dayli	67.200.000	67.100.000	66.800.000	66.100.000	65.900.000

Sumber: Hasil wawancara dengan pemilik Home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman, pada tanggal 14 Maret 2020

Dari tabel diatas dapat dianalisis bahwa penjualan pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman, bahwasannya penjualan atau permintaan dari konsumen atas pinyaram mengalami penurunan dari tahun ke tahun, hal ini disebabkan karena konsumen merasa bosan akan produk yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana strategi inovasi produk usaha rumahan dan bagaimana langkah agar usaha tersebut dapat berkembang pada masyarakat perdesaan dan perkotaan, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam dan mengangkat sebuah judul

yaitu: **”Strategi Inovasi Produk dalam Pengembangan Usaha *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penulis dapat mengindentifikasi masalah yang terjadi sebagai berikut:

1. Kurangnya modal untuk pengembangan usaha pinyaraman di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.
2. Minimnya kreativitas produk oleh si pengusaha Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.
3. Minimnya permintaan konsumen terhadap pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas batasan masalah yang menjadi pokok permasalahan yaitu analisis strategi inovasi produk terhadap pengembangan usaha*Home Industry* yang menjadi objek penelitiannya yaitu *Home industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah maka rumusan masalahnya yaitu bagaimana strategi inovasi produk terhadap pengembangan

usaha *home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merumuskan Strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

2. Manfaat atau Kegunaan Penelitian

a. Penelitian ini berguna untuk persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN BUKITTINGGI

b. Mempeluas Penelitian di manajemen strategik khususnya dalam merumuskan strategi pada *Home Industry*.

c. Memberikan masukan kepada pelaku usaha *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian digambarkan untuk menganalisis strategi inovasi produk terhadap pengembangan usaha *Home Industry* studi kasus *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

G. Penjelasan Judul

Strategi :Alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitanya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya[8].

Inovasi Produk :Kreasi yang lebih baik atau lebih efektif tentang produk, proses, pelayanan, teknologi, atau ide-ide yang telah tersedia untuk keperluan pasar pemerintah dan masyarakat[9].

Pengembangan Usaha :Suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun masa datang dengn meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu[10].

Home Industry :Pelaku kegiatan ekonomi yang dapat berbasis di rumah yang pekerjaannya terdiri dari keluarga, biasanya produk yang dibuat adalah produk yang ttidak melalui proses yang rumit[11].

---

[8]Devi Herfita, "Analisis Strategi Bisnis Pada PT Gancia Citra Rasa", *Jurnal Eksekutif,*Vol. 14, No 2, Desember 2017, Hal 372-374.

[9]Suryanan, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang,* (Salemba Empat,2013), Hal 31.

[10]M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil,*(Yogyakarta: Kanisius,2000) Hal 2.

[11]Ety Rachacty, *Kamus Istilah Ekonomi,* (Jakarta:Bumi Aksara,2007) Hal 146.

H. Kajian Terdahulu

Penelitian tentang strategi pengembangan usaha kecil atau *Home Industry* telah banyak dilakukan oleh peneliti diantaranya adalah **Helen Malinda** pada tahun 2017 dengan judul **Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapat Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam**, hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa pengembangan bisnis UKM berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karyawan, pengembangan bisnis yang dilakukan dari media dan tempat dan usaha tersebut sesuai dengan etika bisnis islam[12].

Selanjutnya **Kiki Joesyiana** pada tahun 2017 dengan judul penelitian **Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekan Baru**, hasil penelitiannya adalah pembahasan menunjukkan bahwa pengembangan indutri rumah tangga dengan menggunakan strategi agresif yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang[13].

Selanjutnya **Aang Curatman** pada tahun 2016 dengan judul analisis **Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM makanan dan Minuman di wilayah Harjamukti Kota Cirebon**, hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 13,1%, hal ini berarti bahwa apabila perusahaan ingin mempunyai keunggulan

---

[12]Helen Marlinda, *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*,Skripsi Srata Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017, Hal 80.

[13]Kiki Joesyiana," Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekan Baru", *Jurnal Valuta* ,Vol. 3, No.1, 2017, Hal 169-171.

bersaing, maka perusahaan dapat menciptakan inovasi terhadap produk yang diciptakan[14].

I. Sistem Penulisan

Untuk mempermudah penulisan dan mendapatkan gambaran yang utuh dan terpadu mengenai penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan gambaran seluruh Skripsi yang meliputi: (a Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, Penjelasan Judul, Kajian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas Tentang teori Inovasi, Teori Produk, Inovasi Produk, Etika Bisnis Islam, Produksi Dalam Etika Bisnis Islam, *Home Industry*, Teori Strategi Pengembangan Usaha

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan, yaitu Jenis Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Teknik

[14]Aang Curatman,"Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM makanan dan Minuman di wilayah Harjamukti Kota Cirebon",*Jurnal Logika*, Vol. XVIII, No.3, Desember 2016, Hal 71-73.

Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan tentang hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dilapang

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan hasil penelitian, saran-saran dan penutup.

BAB II
LANDASAN TEORI

1. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Secara etimologi, kata inovasi yaitu *"innovation"* asal mulanya diambil dari bahasa latin, yaitu *"innovatus"*, yang berarti "pembaruan atau perubahan" Inovasi merupakan kreasi yang lebih baik atau lebih efektif tentang produk, proses, pelayanan, teknologi, atau ide-ide yang telah tersedia untuk keperluan pasar, pemerintah, dan masyarakat[15].

Secara konvensional istilah inovasi diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk-produk baru. Thompson dalam Hurley dan Hult mendefinisikan bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas, yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Sedangkan Hurley dan Hult mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan[16].

Inovasi dalam binis adalah memperkenalkan ide baru, barang baru, pelayanan baru dan cara-cara baru yang lebih bermanfaat. Santoso S.

---

[15]Suryanan, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang,* (Salemba Empat,2013), Hal 31.

[16]Aang Curatman, "Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon",*Jurnal Logika,* Vol XVIII, No 3, 2017, Hal 64-66.

Hamijoyo menjabarkan bahwa kata baru diartikan sebagai apa saja yang belum dipahami, diterima atau dilaksanakan oleh si penerima pembaharuan, meskipun mungkin bukan baru lagi bagi orang lain. Akan tetapi, yang lebih penting dari sifatnya yang baru adalah kualitatif yang berbeda dari sebelumnya. Kualitatif berarti bahwa inovasi itu memungkinkan adanya reorganisasi atau pengaturan kembali dalam bidang yang mendapat inovasi[17].

Menurut Undang-undang no 18 tahun 2002, pengertian inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan dan atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru atau cara baru, untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Menurut Bustonshaw-Gunn bahwa inovasi merupakan penggunaan teknologi dan pengetahuan pasar yang baru dalam rangka menawarkan produk atau baru sesuai dengan keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Fortana bahwa inovasi merupakan keberhasilan secara sosial dan ekonomi karena diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara lama dalam mengubah input menjadi ouput sedemikian rupa sehingga dihasilkan perubahan besar dalam perbandingan antara nila manfaat dan harga menurut persepsi konsumen atau pengguna. [18]

---

[17]Aisyah, " Inovasi Dalam Perspektif Hadis", *Jurnal Tahdis,* Vol 8, No 1, 2017, Hal 91.

[18] Handy Aribowo dan Alexander Wirapraja,"Strategi Inovasi Dalam rangka Menjaga Keberlanjutan Bisnis Dalam Menghadapi Era Volatility, Uncertainty, Compelxity,(VUCA), *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT),*Vol 9, No 1, Mei 2018, Hal 52-53.

Inovasi dapat menjadi positif atau negatif. Inovasi positif didefinisikan sebagai proses membuat perubahan terhadap sesuatu yang telah mapan dengan memperkenalkan sesuatu yang baru yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Inovasi negatif menyebabkan pelanggan enggan untuk memakai produk tersebut karena tidak memiliki nilai tambah, merusak cita rasa dan kepercayaan pelanggan hilang[19].

Menghasilkan produk atau layanan yang menoton membuat sebagian konsumen akan merasa bosan, terlebih produk atau layanan sebelumnya memiliki banyak kekurangan

Dalil yang berkaitan dengan inovasi yaitu surah Qs. Al-Rad (13): 11

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: *Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan. Yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia*.(Qs. Al-Rad (13): 11)

[19]Aisyah, " Inovasi Dalam Perspektif Hadis...., Hal 92.

b. Proses Inovasi

Proses inovasi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi, mulai dari sadar atau tahu adanya inovasi sampai menerapkan (implementasi) inovasi. Inovasi sebagaisuatu proses yang digambarkan sebagai proses yang siklus dan berlangsung terus-menerus, meliputi fase kesadaran, penghargaan, adopsi, difusi dan implementasi De Jong dan den Hartog[20].

Proses inovasi terdiri dari atas:

1) Melihat peluang. Peluang muncul ketika ada persoalan yang muncul atau dipersepsikan sebagai suatu kesenjangan antara yang seharusnya dan realitasnya. Oleh karenanya, perilaku inovatif dimulai dari keterampilan melihat peluang.
2) Mengeluarkan ide. Ketika dihadapkan suatu masalah dipersepsikan sebagai masalah maka gaya berfikir konvergen yang digunakan, yaitu mengeluarkan ide sebanyak-banyaknya terhadap masalah yang ada. Dalam tahap ini, kreativitas sangat diperlukan.
3) Mengkaji ide. Tidak semua ide dapat dipakai, maka dilakukan kajian terhadap ide yang muncul. Gaya berfikir divergen atau mengerucut mulai diterapkan. Salah satu dasar pertimbangan adalah seberapa besar ide tersebut mendatangkan kerugian dan keuntungan. Ide yang realistik yang diterima, sementara ide yang kurang realistik dibuang. Kajan dilakukan terus-menerus sampai

[20]Baroroh Lestari, *Praktik Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Inovasi Dalam Industri Manufaktur,* (Malang: UB Press, 2013), Hal 39.

ditemukan altenatif yang paling mempunyai probalbilitas yang paling besar.

4) Implementasi. Dalam tahap ini, keberanian mengambil risiko sangat diperluakan. Risiko berkaitan dengan probabilitas kesuksesan dan kegagalan, oleh karenanya David Mc Clelland menyarankan pengambilan risiko sebaiknya dalam taraf sedang. Hal ini berkaitan dengan probabilitas untuk sukses yang disebabkan oleh kemampuan pengontrolan perilaku untuk mencapai tujuan atau berinovasi[21].

Berinovasi yaitu memperkenalkan sesuatu yang baru dari sebuah ide, metode, atau alat inovasi adalah kombinasi dari dua proses pengimplementasiannya[22].

c. Tipe Inovasi

Menurut Hendro yang dikutip oleh Tintin Suhaeni, ada 5 tipe inovasi yaitu[23]:

1) Inovasi produk; yang melibatkan pengenalan barang baru dan pelayanan baru yang secara substansial meningkat. Melibatkan peningkatan karakteristik fungsi juga kemampuan teknisi yang mudah dalam menggunakannya.
2) Inovasi proses; melibatkan implementasi peningkatan kualitas produk yang baru atau pengiriman barangnya

[21]Baroroh Lestari, *Praktik Manajemen Pengetahuan dan Kinerja....,* Hal 40.
[22]Aisyah, " Inovasi Dalam Perspektif Hadis...., Hal 93.
[23]Tintin Suhaeni,"Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing di Industri kreatif ", *Jurnal Riset Bisnis,* Vol 4, No 1, april 2018 , Hal 60-61.

3) Inovasi pemasaran; mengembangkan metode mencari pangsa pasar baru dengan meningkatkan kualitas desain, pengemasan dan promosi
4) Inovasi Teknikal; inovasi yang terdiri dari teknik desain, teknik pengawas dan teknik pengerjaannya
5) Inovasi administrasi; mengubah cara berbisnis berdasarkan nilai yang dianut.

d. Prinsip Inovasi

Dalam dunia bisnis, yang terkadang harus mendapatkan sentuhan inovasi adala sebuah produk. Maka, inovasi produk bertujuan dapat meningkatkan kualitas, fungsi, menambah menariknya desain produk, serta menekan biaya operasional produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Melalui sebuah inovasi di dalam penyediaan produk atau layanan jasa bisnis, maka hal terpenting yang paling diharapkan adalah adanya penyempurnaan kualitas dari sebuah produk yang dihasilkan terhadap produk yang sebelumnya sudah ada. Jadi inovasi merupakan suatu bentuk penyempurnaan, bukan merupkan perubahan yang menyebabkan kualitas sebuah produk atau layanan jasa menurun kualitasnya[24].

[24]Aisyah, " Inovasi Dalam Perspektif Hadis...., Hal 94.

Adapun prinsip-prinsip inovasi sebagai berikut:[25]

1) Menganalisa peluang
2) Mapa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang
3) Sederhana dan terarah
4) Dimulai dari kecil dan
5) Bertujuan meraih kepemimpinan pasar.

e. Manfaat Inovasi

Menurut Everret M. Rogers yang dikutip oleh Baroroh Lestari, inovasi tidak hanya berurusan dengan pengetahuan baru dan cara-cara baru, tetapi juga dengan nilai-nilai, karena harus bisa membawa hasil yang lebih baik, jadi selain melibatkan Iptek baru, inovasi juga melibatkan cara pandang dan perubahan sosial. Inovasi dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1) Peningkatan kualitas hidup manusia melalui penemuan-penemuan baru yang membantu dalam proses pemenuhan kebutuhan manusia.
2) Memungkinkan suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang dapat diperolehnya.
3) Adanya peningkatan dalam kemampuan mendistribusikan kreativitas kedalam wadah penciptaan sesuatu hal yang baru.
4) Adanya keanekaragaman produk dan jenisnya di dalam pasar.

[25] Ernani Hadiyati,"kreatvitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan,*Vol 13,No 1, Maret 2011, Hal 11-12

Menurut Everret M.Rogers. Inovasi dapat ditunjang oleh beberapa faktor pendukung seperti:

1) Adanya keinginan untuk merubah diri, dari tidak bisa menjadi bisa dan dari tidak tahu menjadi tahu
2) Adanya kebebasan untuk berekspresi
3) Adanya pembimbing yang berwawasan luas dan kreaktif
4) Tersediannya sarana dan prasarana
5) Kondisi lingkungan yang harmonis, baik lingkungan keluarga, pergaulan maupun sekolah[26]

f. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreatifitas dan Inovasi

Menurut Rogers yang dikutip oleh Rifky Riansyah, Faktor-Faktor yang dapat mendorong terwujudnya kreativitas dan inovasi individu diantaranya[27]:

1) Dorongan dari dalam diri sendiri

   Menurut Rogers setiap individu memiliki kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkreativitas, mewujud potensi, mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas yang dimilikinya. Dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya.

[26]Baroroh Lestari, *Praktik Manajemen Pengetahuan dan Kinerja....,* Hal 38.

[27]Rifky Riansyah, " Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitasan dan Inovasi serta Impikasinya terhadap Kinerja Karyawan pada Konsultasi Perencanaan dan Pengawasan Arsitektur", *Jurnal Ilmiah Magister managemen UNIKOM,* Vol 2, No 1, Hal 6-8.

2) Dorongan dari lingkungan

Munandar menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dapat berupa kemampuan berpikir dan sifat kepribadian yang berinteraksi dengan lingkungan tertentu. Faktor kemampuan berpikir terdiri dari kecerdasan (intelegensi) dan pemerkayaan bahan berpikir berupa pengalaman dan keterampilan. Faktor kepribadian terdiri dari ingin tahu, harga diiri dan kepercayaan diri, sifat mandiri, berani mengambilan resiko dan sifat asertif.

Kreativitas akan sangat membantu organisasi dalam merespon setiap perubahan yang mungkin sja terjadi di dunia bisnis yang penuh persaingan.

J. Faktor Yang Mendukung Keberhasilan Inovasi

Menurut James Brian Quinn yang dikutip oleh Hendro, ada beberapa faktor mendukung keberhasilan dari sebuah inovasi yaitu:[28]

Berorientasi pasar, mampu menigkatkan nilai tambah perusahaan, punya unsur efisiensi dan efektivitas, harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan, dan harus bisa ditingkatkan lagi. Harus berorientasi pasar, banyak inovasi yang sekedar pemecahan masalah kreatif tetapi tidak bersifat dan mempunyai keunggulan bersaing di pasar. Hubungan inovasi dengan pasar yang didalamnya ada 5C, yaitu *Competitor* (pesaing),*Competition* (persaingan),*Change of competition* (perubahan persaingan), *Change driver* (penentu arah perubahan),dan *Customer behaviour* (perilaku konsumen).

[28] Mukhlishotul Jannah, "Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif", *Jurnal Sains*, Vol 5, No 1, Tahun 2014, Hal 4-5.

Selanjutnya masih menurut Hendro, ada beberapa sumber yang mendoron terjadinya sebuah inovasi, yaitu:

1) Perbedaan antara permintaan dan penawaran

   Di suatu Negara yng mempunyai budaya tertentu, biasanya jika penawaran barang/produk tidak sesuai dengan kondisi permintaan yang ada, maka kejadian ini bisa memunculkan sebuah inovasi.

2) Penciptaan permintaan karena kecenderungan

   Adanya kecenderungan pola hidup masyarakat Indonesia yang menyukai produk instan, maka muncullah produk-produk lain yang mengikutii tren tersebut.

3) Perubahan

   Setiap perubahan pasti diikuti sang motivator untuk dimanfaatkan, misalnya perubahan ekonomi, perubahan teknologi, perubahan sosial dan lain-lain

4) Masalah yang belum terpecahkan dalam jangka waktu yang lama

   Terkadang masalah yang diselesaikan dengan cara pemecahan masalah kreatif saja belum tentu bisa memecahkan masalah dalam jangka waktu yang lama atau dapat menghilangkan masalah.

5) Inovasi yang ditujukan untuk mengganti inovasi produk sendiri

   Hampir sebagian besar industri berteknologi tinggi menggunakan prinsip ini agar produknya bisa diganti dengan produk yang baru diluncurkan sehingga masih bisa menjadi pimpinan pasar.

2. Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan[29].

Menurut Kotler dan Keller yang diahlikan bahasakan oleh Bob Sabran produk adalah segala sesutu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebuutuhan. Produk yang dipasarkan meliputi: barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Menurut Kotler menyebutkan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk diperlukan untuk mempertemukan hasil perusahaan dengan permintaan yang ada agar produk yang diperlukan oleh konsumen, memberikan kepuasan pada konsumen dan sekaligus menguntungkan perusahaan[30].

Sedangkan menurut William J. Stanton, produk secara sempit dapat diartikan sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyat terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasikan. Sedangkan secara luar, produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, presise pengecer, dan

---

[29]Laksana Fajar, *Manajemen Pemasaran;Pendekatan Praktis,*(Yogyakarta:Graha Ilmu, 2008), Hal 67.

[30]Riyono," Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", *Jurnal Stie Semarang,* Vol 8, No 2, Juni 2016, hal 97-98.

pelayanan pabrik dan pengencer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan keputusan atas keinginanya[31].

Jadi dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan atau segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisii, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

b. Klasifikasi produk

Menurut Tjiptono dikutip oleh Sintia Dewi Pratiwi produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu[32]:

1) *Core Benefit* yaitu manfaat dasar dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen
2) *Actual product* yaitu produk fisik yang memberikan manfaat produk kepada konsumen seperti nama merk, layout dan layanan terminal bandara
3) *Augmented Product* yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

[31]Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategy),* (Surabaya: Qiara Media, 2019) Hal 3.

[32]Sintia Dewi Pratiwi, "Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan Pada PT. Hari Rezeki Kita Semua PekanBaru" *Jurnal Valuta,*Vol 3, No 2, Oktober 2017, hal 250-252.

c. Siklus Hidup Produk

Siklus hidup produk *(product life cycle = PLC)* menggambarkan secara grafis riwayat penjualan sebuah produk atau kelas produk *(product class)* semenjak pertama diperkenalkan ke pasar sampai dengan ditarik dari pasar.[33]

Menurut Komisno model siklus kehidupan produk menjadi lima tahapan yakni, pertumbuhan produk, pengenalan produk, pengembangan produk, pendewasaan produk serta penurunan produk.

1) Tahap Perkembangan Produk

Tahapan ini dimulai ketika perusahaan menemukan dan mengembangkan ide mengenai produk baru. Dalam tahapan ini, dilakukan penafsiran berbagi informasi untuk kemudian dimasukkan sebagai unsur-unsur pembentukan produk baru. Sebelum diekspos ke target pelanggan dalam pasar uji, suatu produk biasanya mengalami beberapa perubahan yang melibatkan banyak uang dan waktu selama pengembangan. Produk-produk yang bertahan di pasar uji lantas diperkenalkan ke pasar uji lantas diperkenalakan ke pasar nyata dan fase pengenalan produk dimulai. Selama fase pengembangan produk, penjualan bernilai nol dan pendapatan bernilai negatif.

[33] Sucy V Manentu," Analisis Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Posisi Siklus Hidup Produk *Smartphone* Samsung di Kota Manado", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 7, No 1, Tahun 2018, Hal 18-19.

2) Tahap Pengenalan Produk

Dalam tahap ini, pengeluaran besar-besaran dalam roses promosi dan pengiklanan pada umumnya terjadi.

3) Tahap Pertumbuhan

Dalam tahap ini, perusahaan dapat menikmati kepuasan ketika melihat produk lepas landas di pasar. Ini adalah waktu yang tepat untuk fokus pada peningkatan pangsa pasar. Jika produk telah diperkenalkan ke pasar, maka produk tersebut berada dalam posisi yang relatif mudah untuk mendapatkan pangsa pasar.

4) Tahap Kematangan Produk

Periode ini adalah periode pengembalian tertinggi dari produk. Perusahaan yang telah mencapai sasaran pangsa pasar menikmati periode yang paling menguntungkan. Sementara itu, perusahaan yang tertinggal di belakang tujuan pangsa pasarnya, harus mempertimbangkan kembali posisi pemasarannya ke pasar. Pada tahap ini, merek-merek baru akan muncul, sekalipun bersaing dengan jenis yang sama dari perusahaan yang sama pula. Perubahan model lebih sering terjadi.

5) Tahap Penurunan Produk

Pada tahap ini, perusahaan mulai variasi produk dari pasar yang lemah di posisi pasar mereka. Tahap ini harus dilakukan

dengan hati-hati karena bvariasi produk apa yang menghasilkan pendapatan jarang terlihat.[34]

Menurut Kotler, suatu produk memiliki siklus produk untuk menegaskan empat hal:

1) Produk memiliki umur yang terbatas
2) Penjualan produk melewati tahap-tahap yang berbeda, dengan tantangan yang berbeda, dengan tantangan yang berbeda bagi penjual
3) Laba naik dan turun pada tahap yang berbeda dalam siklus hidup produk.

Produk membutuhkan strategi pemasaran, keuangan, produksi, pembelian, dan personel yang berbeda dalam tiap tahap siklus hidupnya.[35]

3. Inovasi Produk

Langley et al dalam Rosli et al mendefinisikan inovasi produk sebagai suatu kreasi suatu produk baru dari bahan baku baru (benar-benar Produk baru) atau pembaruan dari produk yang telah ada sebelumnya untuk memenuhi kepuasan pelanggan (versi perbaikan dari produk sebelumnya). Briones juga menyebutkan bahwa inovasi produk bukan hanya sekedar menemukan hal atau produk yang baru, namun hal baru tersebut harus berpotongan dengan *add value* atau nilai tambah dalam barang. Jadi jika

[34] Fitria Chaerunisa, " Analisis Foreign Direct Invesment (FDI) Indonesia di Nigeria Periode 2014-2017: Studi Kasus PT Indofood Sukses Makmur", *Jurnal Hubungan Internasional*, Vol 2, No 1, Januari-Juni 2019, Hal 124-126.

[35] Sucy V Manentu," Analisis Strategi Bauran....., Hal 19.

tercipta produk baru atau penemuan baru yang tidak menawarkan nilai tambah di dalamnya, maka belum bsa dikatakan inovasi produk. [36]

Menurut Myres & Marquis dikutip oleh Imas Fatimah, inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputsan pembelian konsumen. Hal tersebut didukung oleh Kotobe dalam Tamamudin yang menunjukkan bahwa meningkatnya kinerja perusahaan melalui peningkatan keputusan pembelian, dipengaruhi oleh inovasi produk yang dilakukan perusahaan[37]

Perlu diperhatikan bahwa menciptakan produk baru memiliki resiko cukup besar, dan memerlukan tahapan yang panjang. Proses penciptaan produk baru dalam inovasi produk diharuskan melewati serangkaian proses diantaranya adalah pengenalan, yang mengindikasi produk baru belum tentu dapat diterima dipasar.

Sebelum menciptakan inovasi pada suatu produk perlu diketahui sejauh mana penerimaan konsumen terhadap produk yang dimunculkan upaya ini dilakukan untuk mencapai hasil yang maksimal dan jika memang gagal resiko yang diterima tidak besar.

Tingkat pengguna suatu produk dapat diketahui dengan menggolongkan kedalam lima tingkatan:

---

[36] Tintin Suhaeni,"Pengaruh Strategi Inovasi terhadap....., Hal 61-62.

[37] Imas Fatimah Hasnatika dan Ida Nuraida, Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM" Duren Kamu Pasti Kembali" Di Kota Serang, *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, Vol 4, No 3,Desember 2018, Hal 2-3.

1) *Awareness*

   Konsumen telah mengetahui adanya inovasi produk tetapi belum memiliki informasi yang cukup tentang inovasi tersebut.

2) *Interest*

   Konsumen terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut tentang inovasi produk yang dilakukan

3) *Evaluation*

   Konsumen mempertimbangkan untuk mencoba inovasi produk yang ditawarkan

4) *Trial*

   Konsumen mencoba inovasi produk untuk meningkatkan perkiraannta tentang nilai dari inovasi tersebut

5) *Adaption*

   Konsumen memutuskan untuk mempergunakan inovasi dari suatu produk secara menyeluruh dan teratur. [38]

Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dalam menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung.

Ada beberapa cara yang dapat ditempuh untuk menghasilkan produk yang inovatif, yaitu dengan cara:

---

[38] Sopa Martini, dkk, " Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatka Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jatiluhut Purwakarta", *Jurnal Khasa Ilmu,*Vol 4, No 2, September 2013, Hal 60-61.

1) Mengembangkan atribut produk baru
2) Mengembangkan beragam tingkat mutu
3) Mengembangkan model dan ukuran produk

Produk inovasi dapat gagal karena banyak faktor, misalnya tidak menawarkan desain yang unik atau salah memperkirakan persaingan merupakan kesalahan yang umum terjadi. Kadang-kadang gagasannya sendiri sebenarnya baik tetapi terletak pada desain dan efisiensi biayanya jauh lebih tinggi dari yang semula diperkirakan. Dengan adanya inovasi produk maka akan memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis(keunggulan produk), sehingga akan meningkatkan penjualan.[39]

Menurut Kotler & Keller dikutip oleh Imas Fatimah, dimensi dari inovasi produk diantaranya: [40]

1) Produk baru bagi dunia
2) Perbaikan produk yang sudah ada
3) Lini produk baru
4) Tambahan pada lini produk yang telah ada

Inovasi produk seharusnya mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis (keunggulan produk) sehingga dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya. Lukas dan Ferrell menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

[39] Mukhlishotul Jannah, "Strategi Inovasi Produk...., Hal 5-6.
[40] Imas Fatimah Hasnatika dan Ida Nuraida, Analisis Pengaruh Inovasi...., Hal 3-4.

1) Perluasan lini (*lini extensions)* yaitu produk yang dihasilkan perusahaan tidaklah benar-benar baru tetapi relative baru untuk sebuah pasar.
2) Produk baru *(me too-product)* yaitu produk baru bagi perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar
3) Produk benar-benar baru (*new-to-the-world-product)* adalah produk yang termasuk baru baik bagi perusahaan maupun pasar. [41]
4) Tambahan pada lini yang sudah ada (*additions to existing product)* adalah produk baru yang melengkapi lini produk yang sudah mantap
5) Penempatan kembali produk yang sudah ada *(repositioning)* adalah produk yang sudah ada ditargetkan pada pasar atau segmen pasar yang baru.
6) Pengurangan biaya*(cost reductions)* adalah produk baru yang memberikan kinerja hamipir sama dengan biaya yang lebih rendah. [42]

4. Etika Bisnis Dalam Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis dapat diartikan sebagai Pemikiran atau refleksi tenang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik dan buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya perilaku manusia tersebut

[41] Rika Devi Kurniasari,"*Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk dan Kuliatas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing",*Skripsi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Tidak Diterbitkan, 2018, Hal 33.

[42] Sopa Martini, dkk, " Strategi Inovasi Produk Wisata..., Hal 61-62

diperbolehkan atau tidaknya. Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia dari kegiatan ekonomi merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting.[43]

Etika dalam islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Islam meruapakn sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia yang menyeluruh, termasuk dalam wacana bisnis. Bisnis yang islami harus lahir untuk kepentingan beribadah kepada Allah SWT dengan niatan akan memenuhi turan lahir. Islam memandang bisnis dalam operasionalnya terbagi menjadi dua area, yaitu pertama pada prinsip-prinsip dasar yang telah ditetapkan oleh Al-qur'an dan Sunnah dan konsep ini tidak akan berubah sampai kapanpun, sedangkan yang kedua pada area perkembangan ilmu pengetahuan.

Beberapa prinsip etika bisnis islam yang merupakan aksioma-aksioma etik yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan dan tanggung jawab. Di dalam tataran kehidupan manusai secara global etika bisnis islam bukanlah satu-satunya dijadikan sebagai parameter, karena masih banyak parameter-parameter lain yang diciptakan oleh manusia dimuka bumi ini. Berdasarkan aksioma etik ini, maka sudah seharusnya seluruh kegiatan proses, bahkan sistem pada suatu perusahaan bisnsi mengacu kepadanya agar sesuai dengan etika bisnis islam. Segala komponen yang terkait dengan perusahaan harus selalu diwujudkan

[43] Sutarno,*Serba-Serbi Manajemen Bisnis,*(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Hal 14.

secara baik dan optimal. Berlandaskan kelima aksioma etika bisnis islam, perusahaan akan terminimalisir dari kegiatan-kegiatan yang tidak diperbolehkan atau kegiatan yang tertentangan dengan prinsip syariah. [44]

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis islami, yaitu:

1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2) Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami. Dan caranya biasanya dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
3) Etika bisnis terutama etika bisnis islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-qur'an dan Sunnah. [45]

b. Produksi Dalam Etika Bisnis Islam

Produksi dalam istilah konvensional adalah mengubah sumber-sumber dasar ke dalam barang jadi, atau proes dimana input diolah menjadi ouput. Efisiensi dalam proses produksi tergantung pada proporsi dari berbagai jenis input yaitu tenaga kerja, tingkat absolut setiap inout,

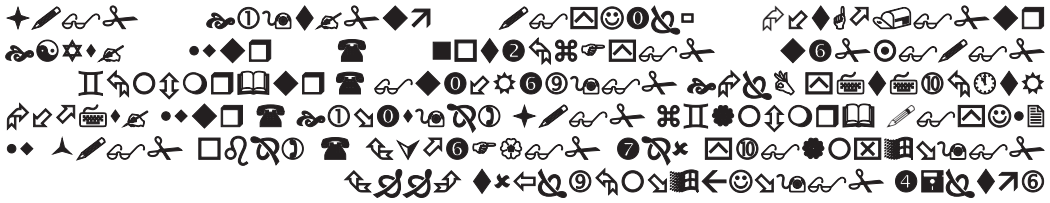
[44] Wahyu Mijil Sampurno, " Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industry Rumah Tangga", *Journal Of Islamic Ecomics Lariba,* Vol 2, No 1, Tahun 2016, hal 14-15.

[45] Erly Juliyani," Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Quran,*Vol VII, No 1, Maret 2016, Hal 65-66.

dan produktivitas masing-masing input pada setiap tingkat dan rasio input.

Pemahaman produksi dalam islam memiliki arti bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber yang diperbolehkan secara syariah dan melipatgandakan pendapatan dengan tujuan kesejahteraan masyarakat, menopang eksistensi, serta meninggikan derajat manusia. efisiensi produksi dalam islam lebih dikaitkan dengan menggunakan prinsip produksi yang dibenarkan dalam syariah.[46]

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Produksi mempunyai peranan penting dalam menentukan taraf hidup manusia dan kemakmuran suatu bangsa hal telah dijelaskan dalam Surah Al-Qashash: 77



Artinya:*Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat bak kepadam dan janganlah kamu berbuat kerusaka di (muka) bmui. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.*(Al-Qashash:77)

Kata-kata *ibtaghu* bermakna keinginan, kehendak yang sungguh-sungguh untuk mendapatkan sesuatu yang menunjukkan usaha yang tak terbatas. Sedangkan *fadl* berarti perbaikan ekonomi yang menjadikan

[46] Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam,* (Bandung:Erlangga, 2012), Hal 64.

kehidupan manusia secara ekonomis mendapatkan kelebihan dan kebahagiaan. Ayat ini menunjukkan, bahwa mementingkan kegiatan produksi merupakan prinsip yang mendasar dalam ekonomi islam. Kegiatan produksi mengerucut pada manusia dan eksistensinya, pemerataan kesejahteraan yang dilandasi oleh keadilan dan kemaslahatan bagi seluruh manusia di muka bumi. Dengan demikian, kepentingan manusia yang sejalan dengan moral islam harus menjadi fokus dan target dari kegiatan produksi.[47]

Uraian diatas menunjukkan adanya aturan atau koridor syariah dalam mengoptimalkan segala kemampuan dan memanfaatkan fasilits yang ada(sumber daya alam) untuk diberdayakan sebagai barang dan jasa, demi kemaslahatan masyarakat. Dalam halmni syariah sangat menganjurkan adanya profesionalisme kerja dalam proses produksi, karena segala sesuatu harus ditempatkan pada porsinya dan berdasarkan keseriusan ayau kesungguhan dalam operasional. Dengan demikian, optimalisasi dan efisiensi kerjapun dapat dicapai dalam operasional produk.

Produksi dalam ekonomi islam, harus benar-benar memperhatikan urgensitas dan karakteristik produk yang akan diproduksinya. Produk-produk dengan kategori *dharuriyah,* harus lebi diutamakan memproduksinya, daripada produk-produk *hajjiyat,*hingga ketersediaan produk *dharuriyah* ini sudah benar-benar tercukupi . begitu pula dengan

[47] Rozalinda, *Ekonomi Islam,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), Hal 111-112.

dengan produk-produk *hajjiyat* harus lebih diutamakan daripada memproduksi barang dan jasa yang bersifat *tahsiniyat.* Produksi dalam islam bukan hanya menciptakan materi, namun juga manfaat.

Tujuan produksi dalam ekonomi islam, adalah pemenuhan terhadap sarana kebutuhan manusia, pada takaran semestinya. Maksudnya adalah, produsen dituntut untuk memproduksi barang atau jasa lebih pada kebutuhan bukan keinginan. Selain itu dalam kapasitasnya menghasilkan produk dan jasa, produsen dilarang untuk memproduksinya secara berlebihan, tetapi hanya sebatas kebutuhan yang wajar. Sebab melakukan kegiatan produksi , secara berlebihan tidak saja menimbulkan mis-alokasi sumberdaya ekonomi dan kemubaziran. Dampak dari aktivitas produksi yang berwawasan keislaman adalah terciptanya kegiatan ekonomi yang berwawasan lingkungan.[48]

c. Faktor-Faktor Produksi Dalam Etika Bisnis Islam

Menurut Said Sa'ad Marthon Faktor-faktor produksi dalam islam yaitu:

1) Sumber Daya Alam

Sumber daya alam merupakan amanat dari Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya harus dipertangung jawabkan di akhirat nanti. Sehingga setiap orang muslim harus menggunakannya dalam kegiatan yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.

[48] Wartoyo, " Etika Bisnis Islam: Kontruksi Nilai Keseimbangan dan Kemanusiaan", *Jurnal Al-Amwal,*Vol 10, No 2, Tahun 2018, Hal 236-237.

2) Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang memiliki peranan penting dalam proses produksi tersebut, kualitas dan kuantitas dari hasil produksi tergantung kepada tenaga kerja yang dipekerjakannya sendiri. Dalam islam, tenaga kerja tidak boleh lepas dari moral dan etika. Seorang mukmin harus kuat, baik secara maupun mental, sehingga prilakunya tersebut tidak merugikan orang lain. Adapun hak tenaga kerja sebagai salah satu faktor produksi adalah mendapatkan upah Allah SWT mengancam tidak akan memberikan perlindungan di hari kiamat pada orang yang tidak memberikan upah pada pekerjanya.

3) Modal

Modal merupakan kekayaan yang menghasilkan kekayaan lain. Pemilik modal harus berupaya memproduktifkan modalnya, dan bagi yang tidak menjalankan usaha, islam menyediakan bisnis.

4) OrganisasI

Organisasi atau lembaga yang melaksanakan produksi tersebut, yang mana di dalamnya terdapat sebuah struktural dan setiap struktur itu memiliki tugas yang berbeda-beda sesuai dengan jabatanny. Dan memiliki tujuan bersama untuk maju atau sukses. [49]

[49] Diana, Ilfi Nur,*Hadis-Hadis Ekonomi*,(Malang: UIN Maliki Pres, 2012), Hal 39-44.

5. *Home Industry*

a. Pengertian *Home Industry*

Home Industry atau yang dikenal dengan sebutan *industri rumahan* adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu[50]. *Home Industry* adalah kegiatan industri yang dikerjakan di rumah yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Bisnis rumahan atau industri rumah tangga juga didefinisikan sebagai usaha yang dijalankan dari rumah. Sebagian atau seluruh kegiatannya bisa saja dilakukan diluar rumah, tetapi pusat dari kegiatan itu tetap dijalankan di rumah. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal merupakan usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum[51].

Penentuan besar-kecil omset suatu *home industry* tergantung pada 6 hal, yaitu:

1) Jenis usaha yang dikelola
2) Pangsa pasar fanatik yang dimiliki
3) Besar kecil modal usah
4) Manajemen dan pengelolaan sistem
5) Kualitas tenaga kerja.
6) Jumlah pekerja yang terlibat[52]

---

[50]Muliawan Jasa Ungguh, *Manajemen Home Industry*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2008), Hal 3.

[51]Cristoper Loweok, *Teknologi dan Strategis.* (Jakarta: Erlangga, 2010) Hal 32.

[52]Muliawan Jasa Ungguh, *Manajemen....*,Hal 3.

b. Pengertian strategi pengembangan usaha

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun[53].

Menurut Brown dan Petrello, pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang di butuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Sedangkan menurut Huart T Chwee pengertian pengembangan usaha ada 2 yaitu: Pengembangan usaha dalam arti yang luas adalah menggambarkan semua aktifitas dan industri yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Pengembangan usaha dalam arti sempit adalah sekumpulan uang kecil yang dikelola sekelompok orang banyak sehingga berubah menjadi barang nyata[54].

---

[53]Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalang Kabupaten Bireuen", *Jurnal S. Pertanian* ,Vol. 1, No.3, 2017, Hal 224-225.

[54]Irpah Rambe, "*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengaruh Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi*",Skripsi Srata Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Tidak Diterbitkan, 2018 ,Hal 43.

c. Tahapan-tahapan pengembangan usaha

Di dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha , seorang wirausaha pada umunyan akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahapan-tahapan pengembangan usaha sebagai berikut:

1) Memiliki ide usaha

Usaha apapun yang akan dikembangkan oleh seseorang wirausahawan pada mula berasal dari sebuah ide, ide yang dimiliki oleh seorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber[55].

2) Penyaringan ide/konsep usaha

Ide usaha masih merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan. Pada tahapan selanjutnya, wirausahawan akan menerjemahkan ide usaha tersebut kedalam konsep yang merupakan penerjemahan lebih lanjut ide usaha kedalam mantra-mantra bisnis yang lebih spesifik.

4) Pengembangan rencana usaha

Dalam menyusun rencana usaha, harus segera ditambahkan bahwa wirausahawan memiliki perbedaan yang menolok dalam membuat rincian rencana usaha.

5) Implementasi Rencana Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinvi maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaa usaha, rencana usaha akan

[55]Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis,* (Jakarta: Kencana,2006), Hal 123.

menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan[56].

d. Jenis-jenis strategi Pengembangan Usaha

Menurut Fread r. David yang dikutip oleh Husein Umar, strategi dapat dikelompokkan atas empat strategi yaitu[57]:

1) Strategi Integrasi Vertikal

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pegawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para pesaingnya.

2) Strategi Intensif

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

3) Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksud untuk menambahkan produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

4) Strategi Bertahan

---

[56]Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis....*, Hal 124-125.

[57]Husein Umar, *Strategi Management in action,*(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) Hal 35.

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamat agar terlepas dari kerugian yang lebih besar.

e. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkn manusia memiliki kekayaan. Menurut Yusuf Qardhawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar, demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya , mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja[58].

Allah berfirman pada Qs, Al-Ahqaf: 19:

وَلِكُلٍّ دَرَجَاتٌ مِمَّا عَمِلُوا ۖ وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: *Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan.* (Qs, Al-Ahqaf: 19)

[58]Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Predanamedia Grup, 2014) Hal 75.

Dalam surat tersebut, orang-orang islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha untuk mengembangkan usaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba.

Nabi Muhammad SWA telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisni, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu[59]. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu :

1) Jujur

   Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk maka keuntungan akan terus mengalir.

2) Ikhlas

   Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non material.

3) Profesional

   Seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi masalah.

[59]Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah,* (Banjarmasin: Penerbit Antasari Pers, 2011) Hal 40.

4) Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Qs. Al-Dzariyat (51): 56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : *Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdi kepada-Ku.*(Qs. Al-Dzariyat: 56)

Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci, tujuan yang benar serta pemanfaatan hasil yang benar.

5) Menunaikan Zakat, Infaq, dan Sadaqah

Menurut ajaran islam harta yang digunakan untuk mebayar zakat, infaq, dan shadaqah tidak akan hilang, bahkan menjadi tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah di dunia akhirat. Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah:261



Artinya: *Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.*(Qs.Al-Baqarah:261)

Ada beberapa hal dalam pengembangan usaha secara syariah diantaranya adalah:,

1) Bangun motivasi dan bertekad
2) Perkuat tawakal kepada Allah
3) Saat merintis usaha, jangan memaksa diri untuk berbisnis sesuai gambaran ideal yang anda miliki
4) Tentukan diferensiasi produk
5) Berbuat baik dan tinggalkan maksiat[60]

f. Masalah-masalah yang dihadapi oleh usaha kecil

Usaha kecil memiliki peran yang strategis dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meciptakan lapangan kerja, dan mendorong kemajuan perekonomian serta mengatasi berbagai masalah-masalah perekonomian khususnya kemiskinan dan pengangguran. Meskipun usaha kecil memiliki tujuan yang strategis dalam mendukung perekonomian , terdapat beberapa permasalahan yang di hadapi oleh usaha kecil yaitu:

1) Modal

Modal merupakan bahagian penting dalam setiap usaha yang diperlukan dalam menjalankan dan mengembangkan suatu usaha. Kurangnya modal lebih banyak dialami oleh usaha kecil karena merupakan usaha perorangan yang hanya mengandalkan modal dari sisi pemilik usaha yang terbatas.

[60]Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis....*, Hal 41-43.

2) SDM terbatas

Usaha kecil lebih banyak berkembang secara tradisional dan merupakan usaha yang terkadang melalui usaha keluarga turun menurun. Keterbatasan tersebut dapat ditinjau dari pendidikan formal naupun pengetahuan serta keterampilan yang mempengaruhi pengelola usaha.

3) Jaringan Usaha

Sebagian besar usaha kecil merupakan usaha keruarga yang memiliki jaringan usaha yang terbatas dan kemampuan memahami kondisi pasar yang sangat rendah[61].

[61]Syaakir Sofyan, Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia, *Bilancia,* Volume 11 No 1, Januari-Juni 2017, Hal 57-58.

BAB III
METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*) dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan Kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala yang ada,yaitu keadaan menurut apa adanya pada penelitian dilakukan[62].

Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan mengenai analisis Strategi Inovasi Produk Dalam Pengembangan Usaha *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau Kab. Padang Pariaman

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kab. Padang Pariaman. Alasan penulis melakukan penelitian dilokasi ini dikarenakan *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman termasuk *Home Industry* yang sudah lama didirikan dan pinyarama termasuk makanan tradisional yang sangat diminati oleh semua kalangan. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari pra penelitian November 2019 sampai selesai.

[62]Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Bisnis,*(Ull Press, Yogyakarta,2005) Hal 34.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukan[63]. Data primer yang penulis peroleh dengan cara melakukan wawancara kepada informan yaitu pemilik *Home Industry* Pinyaram tersebut. Bentuk data yang diperoleh berupa informasi mengenai strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha *Home Industry* Pinyaram

b. Data Sekunder

Data sekunder data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini data sekunder penulis peroleh dari buku-buku, jurnal dan dari data-data yang mendukung atas permasalahan yang dibahas[64]. Bentuk data yang diperoleh berupa arsip-arsip informasi tentang Home Industry Pinyaram.

4. Informan Penelitian

Informan penelitian yaitu orang yang memberikan informasi tentang situasi atau fenomena yang terjadi[65]. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 33 informan yaitu 9 orang pemilik dan 24 orang pekerja.

---

[63]Burhan Bungin,*Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* ,(Jakarta Kencana Predana Media Group,2013) Hal 128.

[64]Lexy J. Maleong, *Metodologi penelitian Kualitatif* , (Bandung: Rosdakarya,1995) hal 3.

[65]Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif,* (Jakarta:Kencana Predana Media Grup 2011) Hal 107.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi menjadi teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah. Dilakukan melalui pengamatan secara langsung kelapangan[66]. Kegunaan melakukan observasi ini yaitu untuk memperoleh gambaran dan keterangan rill mengenai strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

b. Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan informasi terkait dengan penelitian[67]. Instrumennya yaitu wawancara terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik dan pekerja *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

c. Studi Kepustakaan

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan instrumen dokumentasi untuk mencari data-data otentik sebagia pelengkap, berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat agenda dan sebagainya. Diantaranya

---

[66]Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana Predana Media Grup 2013) Hal 130.

[67]Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*.....,Hal 142.

untuk mendapatkan informasi tentang strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman. Instrumen yang digunakan berupa dokumentasi yang mampu digunakan peneliti untuk menjawab perumusan masalah yang terkait.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara mengambil atau catatan-catatan yang dianggap perlu.[68] Dalam metode ini penelito membuat catatan, rekaman dan pengambilan gambar ketika peneliti mengumpulkan data tentang strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

6. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang peneliti gunakan adalah analisis kualitatif yaitu melakukan pembahasan secara deskriptif dengan mengemukakan fakta-fakta atau teori yang ada berhubungan dengan penelitian ini. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan teknik interview, dilakukan klasifikasi data, interprestasi dan analisis deskriptif yang disajikan dalam bentuk narasi.[69] Analisis kualitatif digunakan untuk meneliti Strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha *Home* industry di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman.

---

[68] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal 224-225.

[69] J Supranto, *Metode Riset Aplikasi dalam Pemasaran,*(Jakarta: Lembaga Penerbita Fakultas UI,1981), Hal 45.

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi yang akan digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki *Home Industry*. Analisis SWOT adalah suatu alat manajemen untuk mengevaluasi internal dan eksternal organisasi sehingga dapat memberikan informasi mengenai isu-isu penting bagi organisasi. Analisis SWOT dimulai dengan identifikasi aspek positif, yaitu *Strenght* (kekuatan) dan aspek negatif, yaitu *Weakness* (kelemahan) dari internal organisasi. Sedangkan dari eksternal orrganisasi dilakukan identifikasi *opportunities* (peluang) dan *threat* (ancaman). [70]

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi adalah matriks SWOT. Matriks ini akan menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi *home industry* dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Analisis matrik IFE *(Internal factor evolution)* dan matrik EFE *(External factor evolution).*

1. IFE *(Internal factor evolution)*

   Mengevaluasi faktor-faktor yang berada di lingkungan internal organisasi yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

2. EFE *(External factor evolution).*

   Mengevaluasi faktor yang mempengaruhi pada objek penelitian yang berada di luar lingkungan organisasi.

[70] Irfan Fahmi, *Manajemen Teori,Kasus, dan Solusi* ,(Bandung: Alfabet,2014). Hal 343.

Semua faktor yang diidentifikasi ditentukan bobotnya, dimana bobot diperhatikan tingkat kepentingan faktor tersebut. Jumlah bobott seluruh faktor, baik internal maupun eksternal harus sama dengan 1,0 atau 100%, pilihan bobot tersendiri dari:

a) 0,01 : Sangat rendah
b) 0,05 : Rendah
c) 0,10 : Sedang
d) 0,15 : Tinggi

Setelah menentukan bobot dari masing-masing faktor, kemudia menentukan ranting masing-masing faktor tersebut dengan pilihan ranting sebagai berikut:

a) Ranting 1 : Tidak penting
b) Ranting 2 : Cukup penting
c) Ranting 3 : Penting
d) Ranting 4 : Sangat penting [71]

Jika bobot dan ranting ditentukan maka data-data tersebut dapat diolah menjadi arahan untuk memilih strategi apa yang dipakai oleh *home industry* di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kab. Padang Pariaman.

b. Analisis Matrik SWOT

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan pemasaran dan pengembangan, tahap selanjutnya

[71] Irfan Fahmi, *Manajemen Teori,Kasus, dan Solusi...,* Hal 350.

adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam kuantitas perumusan strategi model yang digunakan matriks SWOT. [72]

Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi oleh *home industry* sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Tabel 3.1

Matrik SWOT

Faktor Internal / Faktor Eksternal	Kekuatan (S) Tentukan 1-5 Kekuatan internal	Kelemahan (W) Tentukan 5-10 Faktor kelemahan internal
Peluang (O) Tentukan Faktor Peluang eksternal	Strategi S-O Strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengambil keuntungan dan peluang	Strategi W-O Strategi untuk mengambil keuntungan dan peluang kelemahan
Ancaman (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	Strategi S-T Strategi dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi W-T Strategi dengan meminimumkan kelemahan dan menghindari amcaman

[72] Freddy Rangkuty, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis,*(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000). Hal 31.

1. Strategi SO

   Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

   Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

   Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada

4. Strategi WT

   Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. [73]

Tabel 3.2
Total Bobot Skor

IFE dan EFE	Strenghts (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)	Total Skor Strategi SO	Total Skor Strategi WO
Threats (Ancaman)	Total Skor Strategi ST	Total Skor Strategi WT

[73] Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), Hal 243-244.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Nagari Kuranji Hilir

1. Sejarah Nagari

Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir merupakan,salah satu Nagari di kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman, yang terdiri dari 6 (enam) Korong yaitu: Pasar Ampalam, Guguak Kamumuan, Simpang Kamumuan, Kampuang Koto, Kalampayan Pasir, dan Kalampayan Hulu.

Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir suatu pemerintahan nagari yang berdiri sekitar tahun 2011 yang mana nagari pemekaran dari Nagari Kuranji Hilir, sebelum menjadi suatu pemerintahan nagari, wilayah Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir merupakan Korong Kamumuan dalam wilayah Ngari Kuranji Hilir, menjadi nama Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yang sebelumnya bernama Korong Kamumuan.

Sesuai dengan peraturan Daerah Kabupaten Padang Pariaman Nomor 13 tahun 2010 tentang pembentukan nagari di padang pariaman,khususnya Nagari Kuranji Hilir,2 nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir,3 Nagari Guguak Kuranji Hilir,mengingat agar tidak hilangnya diri khas suatu Nagari Induk seperti Nagari Kuranji Hilir,walaupun dimekarkan atau dipecah Pemerintah Nagari untuk nama,tetap diambil nama induknya,seperti contoh Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir berasal

dari nama Kamumuan yang merupakan Bahagian dari Keselarasan Tanah Babingkah dari Koto Tinggi Kuranji Hilir Sebantang Panjang dan gabungan dari nama Nagari Induk Kuranji Hilir.

2. Geografis Nagari

Secara Geografis Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.1 Peta Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir adalah salah satu Nagari berada di Kecamatan Sungai Limau Kab. Padang Pariaman yang terdiri dari 1(satu) nagari 6 (enam) Korong dan memiliki luas 9,10 Km^2 persegi dengan batas sepadan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Batas Nagari

Batas Wilayah	Berbatas Dengan
Sebelah Utara	Guguak Kuranji Hilir
Sebelah Selatan	Nagari Kuranji Hilir
Sebelah Timur	Nagari Batu Gadang Kuranji Hulu
Sebelah Barat	Lautan Samudra Indonesia

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariama

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir memiliki batas Nagari dimana Sebelah Utara berbatasan dengan Guguak Kuranji Hilir, Sebelah Selatan berbatasan dengan Nagari Kuranji Hilir, Sebelah Timur berbatas dengan Nagari Batu Gadang Kuranji Hulu dan Sebelah Barat berbatas dengan Lautan Samudra Indonesia.

Luas wilayah Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir seluas 910 Ha, Yang terdiri dari:

Tabel 4.2
Luas Nagari

No	Jenis	Luas	Satuan
1	Sawah	282	Ha
2	Tanah bukan sawah	64	Ha
3	Pekarangan	35,5	Ha
4	Kebun	498	Ha
5	Tambak/kolam	6	Ha
6	Hutan	-	Ha
7	Kantor Nagari	0,5	Ha
8	Pendidikan	3	Ha
9	Lahan terlantar	21	Ha

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari tabel diatas dilihat bahwa Nagari Koto Tinggi memiliki luas Nagari seluas 910 Ha dimana terdiri dari Sawah seluas 282 Ha, Tanah bukan

sawah seluas 64 Ha, Perkarangan 35,5 Ha, Kebun 498 Ha, Tambang/Kolam 6 Ha, Kantor Nagari 0,5 Ha, Pendidikan 3 Ha, Lahan terlantar 21 Ha.

Luas kemiringan rata-rata dataran lebih dari 60% serta ketinggian ± 9 m DPLM terdiri dari:

Klimatologi:

a. Suhu Rata-rata 28,6 C
b. Curah Hujan Rata-rata 3200 mm
c. Kelembaban udara Rata-rata 86,7
d. Kecepatan angin/ arah angin barat daya[74]

Tabel 4.3
(OBITRASI) Jarak dan Waktu Tempuh Nagari

No	Orbit dan Waktu Tempuh	Keterangan
1	Jarak ke Ibu Provinsi	73 Km
2	Jarak ke Ibu Kota Kabupaten	48 Km
3	Jarak ke Ibu Kecamatan	3 Km
4	Waktu Tempuh ke Ibu Provinsi	2 Jam/120 menit
5	Waktu Tempuh ke Ibu Kota Kabupaten	1 Jam/60 Menit
6	Waktu Tempuh ke Ibu Kecamatan	10 Menit

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa Jarak tempuh dari Ibu Provinsi ke Nagari yaitu 73 Km, waktu tempuhnya 2 Jam/120 menit, Jarak Ibu Kota Kabupaten 48 Km, waktu tempuhnya 1 Jam/120 menit dan Jarak ke Ibu Kecamatan 3 Km , waktu tempunya 10 menit. Alat angkutan yang melewati Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir terdiri dari Bus, Mini Bus, Angdes, dan Becak.

[74] BMKG Sicincin

B. Gambaran Umum (Demografi)

1. Jumlah Penduduk

Tabel 4.4
Jumlah Penduduk Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Perkorong

No	Korong	KK	LK	PR	Total
1	Pasar Ampalam	130	346	339	685
2	Guguak Kamumuan	61	188	156	344
3	Simpang Kamumuan	129	318	317	635
4	Kampuang Koto	126	331	298	629
5	Kalampayan Pasia	105	302	270	572
6	Kalampayan Hulu	51	102	204	306
		602	**1549**	**1520**	**3069**

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari data diatas maka dapat dilihat kepadatan jumlah penduduk Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir diketahui sebesar 3069 Jiwa, terdiri dari 1.549 laki-laki dan 1.520 perempuan jiwa, tingkat prosentase perkembangan penduduk dalam satu tahun terakhir 3,80%. Tingkat kepadatan penduduk di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir 337,25/Km^2. Dengan penyebaran penduduk perkorong yaitu Pasar Ampalam 130 KK , Guguak Kamumuan 61 KK, Simpang Kamumuan 129 KK, Kampuang Koto 126 KK, Kalampayan Pasia 105 KK, dan Kalampayan Hulu 51 KK.

2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur

Dari segi umur 0-12 bulan, 1 s/d 75 tahun keatas junlah penduduk Nagari Guguak Kuranji Hilir sebagai berikut

Tabel 4.5
Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur

No	Uraian	Umur	Jumlah	Satuan
1	Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur:	Penduduk 0-12 bulan	81	Orang
		Penduduk 1-38 Tahun	1375	Orang
		Penduduk 39-75 Tahun	1535	Orang
		Penduduk 75 Keatas	78	Orang
2	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jender	Jumlah Laki-laki	1549	Orang
		Jumlah Perempuan	1520	Orang
		Jumlah Laki-Laki + Perempuan	3069	Orang
3	Jumlah Kepala Keluarga	Laki-laki/Perempuan	602	Kk

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa penduduk berusia 0-12 bulan sebanyak 81 orang, penduduk 1-38 Tahun sebanyak 1375 orang dan penduduk berusia 75 keatas sebanyak 78 orang. Sedangkan jumlah laki-laki dan perempuan yaitu 1549 dan 1520.

Adapun Jumlah Penduduk menurut Agama, umur 1 s/d 75 Tahun keatas dan pendidikan sebagai berikut:

a. Keagamaan Penduduk, Penduduk Nagari Guguak Kuranji Hilir mayoritas memeluk Agama Islam dan tidak ada memeluk Agama lain
b. Umur 1 s/d 75 Tahun keatas.

3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan

Dalam bidang Pendidikan penduduk,tingkat pendidikan penduduk Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir sebagai berikut:

Tabel 4.6
Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan

No	Uraian	Pendidikan	Jumlah	Satuan
1	Pendidikan Penduduk	Penduduk Buta	42	Orang
		Penduduk Tidak Tamat S/D	390	Orang
		Penduduk Tamat S/D	535	Orang
		Penduduk Tamat SLTP/Sederajat	578	Orang
		Penduduk Tamat SLTP/Sederajat	598	Orang
		Penduduk Tamat D-1	42	Orang
		Penduduk Tamat D-2	18	Orang
		Penduduk Tamat D-3	30	Orang
		Penduduk Tamat S-1	24	Orang
		Sedang Dalam Pendidikan	812	Orang
2	Prasarana Pendidikan	Jumlah SD/MI	3	Unit
		PAUD	3	Unit
		TK/RA	0	Unit
		SLTP/MTSN	0	Unit
		SMA	1	Unit

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir KecamatanSungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk berdasarkan pendidikan dimana penduduk yang buta sebanyak 42 orang, penduduk tidak tamat SD sebanyak 390 orang, penduduk tamat SD sebanyak 535 orang, Penduduk tamat SLTP/ Sederajat sebanyak 598 orang, penduduk tamat D-1 sebanyak 42 orang, penduduk tamat D-2 sebanyak 18 orang, Penduduk Tamat D-3 sebanyak 30 orang, Penduduk S-1 sebanyak 24 orang, dan sedang dalam pendidik sebanyak 812 orang. Sedangkan

Prasarana Pendidikan berjumlah 4 sarana dimana terdiri dari SD 3 buah, Paud 3 buah dan SMA 1 buah.

4. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Tabel 4.7
Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian

No	Mata pencarian	Jumlah	Satuan
1	Petani	390	Jiwa
2	Buruh Tani	88	Jiwa
3	Tukang batu/kayu	32	Jiwa
4	PNS/Karyawan	25	Jiwa
5	TNI/POLRI	5	Jiwa
6	Pensiunan	16	Jiwa
7	Pedagang barang klontong	9	Jiwa
8	Usaha Kerajinan/*Home industry*	68	Jiwa
9	Lainnya	2054	Jiwa

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk menurut mata pencaharian berjumlah 2687 orang terdiri dari Petani 390 Jiwa, Buruh Tani 88 Jiwa, Tukang batu/kayu 32 Jiwa, PNS/Karyawan 25 Jiwa, TNI/POLRI 5 Jiwa, Pensiun 16 Jiwa, Pedagang barang Klontong, 9 Jiwa, Usaha Kerajinan/*Home Industry* 68 Jiwa, dan Lainnya 2054 Jiwa.

5. Jumlah Penduduk Berdasarakan usia Kerja

Tabel 4.8
Jumlah Penduduk Usia Kerja

No	Angkatan Kerja	Jumlah
1	Penduduk usia kerja	1553
2	Penduduk usia kerja yang bekerja	741
3	Penduduk usia kerja yang tidak bekerja/pelajar	812

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Karyawan yang terdiri dari pegawai negeri sipil, ABRI. Polisi dan Swasta menjadi urutan paling sedikit penduduk usia kerja. Pada umumnya banyak yang bekerja sebagai petani/pekebun/nelayan dan pedagang kcil. Hanya bahagian kecil yang menjadi pekerja di Nagari sendiri. Ini dikarenakan banyaknya usia kerja yang memiliki usaha petani/pekebunan/nelayan dan pedagang kecil di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir.

C. Visi dan Misi Nagari

1. Visi Nagari

Visi Wali Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Tahun 2018-2024 adalah: *"Mewujudkan Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir menjadi lebih baik handal, maju, dan sejahtera berlandaskan adat basandi syara', syara' basandi kitabullah"* melalui moto *"hari ini lebih baik dari kemaren dan hari esok harus lebih baik dari hari ini"*

Penjabaran dari visi Wali Nagari diatas memiliki makna antara lain: Kemajuan dan kesejahteraan masyarakat ini memiliki ari suatu kelanjutan dari program sebelumnya kearah yang lebih baik, dari segala

sektor, mulai dari sarana prasarana, ekonomi, pendidikan, serta kelestarian adat dan budaya yang ada berdasarkan norma agama dan adat yang berlandaskan filosofi luhur adat alam minangkabau Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah.

2. Misi Nagari

Dalam upaya mewujudkan visi tersebut diperlukan sejumlah misi yang dapat menuju pencapaian visi secara terstruktur maka, dirumuskan misi Wali Nagari Koto Tinggi Kuranji Hiliradalah sebagai berikut:

a. Peningkatana pembangunan sarana prasarana umum yang menopang perekonomian, keamanan dan kesejahteraan masyarakat.
b. Menetapkan batas-batasan wilayah Nagari, pasie maelo dan pandan pusaro.
c. Mewujudkan pelayanan masyarakat yang baik, handal dan prima melalui peningkatan sumber daya masyarakat perangkat dan Lembaga Nagari, Formal dan non Formal.
d. Peningkatan UKM dan BUMNAG, penguatan kelembagaan serta penembahan SDM Kelompok Pelaku Ekonomi Masyarakat dengan melakukan Pembinaan/Pelatihan serta melakukan Inovasi terhadap Hasil Produksi dan *Home industry* Masyarakat yang potensial.
e. Pembukaan/pembangunan ikon wisata nagari.
f. Menciptakan Masyarakat gemar hidup sehat dan menggalakan budaya adat istiadat lokal.

g. Pembinaan terhadap Masyarakat, dari segala generasi Kaum perempuan, Pemuda-pemudi demi terciptanya masyarakat yang Kompetitif.

D. Kondisi Pemerintah Nagari

Pemerintah Ngari Koto Tinggi Kuranji Hilir terdiri dari Wali Nagari dan Perangkatnya. Badan Permusyawatan Nagari (BPN), terdiri dari Ketua, Wakil Ketua, Sekretaris dan Anggota.

Tabel 4.9
Daftar Wali Nagari dan Perangkat Nagari

No	Nama	Jabatan
1	AMIZUIR DT TANSAKTI	Wali Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir
2	JUNAIDI	Sekt. Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir
3	ENI SULASTRI	Kasi Pemerintah
4	INDRA GUNAWAN, Amd	Kasi Kesejahteraan
5	RISKA EFRIYANI, S.Pd	Kasi Pelayanan
6	RIDO GUVLEE MARIS Amd	Kaur Umum dan Perencaan
7	DINA HARISA RAHMAH, S.KOM	Kaur Keuangan
8	ZULHAKIM SYARIF	Staf
9	SALMA	Staf
10	RAHIM NUR	Staf
11	AMRINAL	Wali Korong Pasar Ampalam
12	ERMAN	Wali Korong Guguak
13	NASRIL	Wali Korong Simpang Kamumuan
14	SUARDI	Wali Korong Kampung Koto
15	AMSTRONG	Wali Korong Kalampayan Pasir
16	M.NASIR	Wali Korong Kalampayan Hulu
17	MAHDALENA	Petugas Harian Lepas THL
18	YULIANA	Petugas Pustaka THL
19	PATMAWATI	Operator THL

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Wali Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir bernama Bapak Amizuir DT Tansakti, sekretarisnya bernama Junaidi, Kasi Pemerintah dijabat oleh Eni Sulastri, Kasi Kesejahteraan dijabat oleh Indra Gunawan Amd, Kasi Pelayanan dijabat oleh Riska Efriyani Spd, Kaur Umum dan Perencanaa dijabat oleh Rido Guvlee Maris Amd, Kaur Keuangan dijabat oleh Dina Harisa Rahmah S. KOM, Staf dijabat oleh Zulhakim Syarif, Salma, Rahim Nur, Wali Korong Pasar Ampalam dijabat oleh Amrinal, Wali Korong Guguak dijabat ileh Erman, Wali Korong Simpang Kamumuan dijabat oleh Nasril, Wali Korong Kampuang Koto dijabat oleh Suardi, Wali korong Kalampayan Pasir dijabat oleh Amstrong, Wali Korong Kalampayan Hulu dijabat oleh M. Nasir, Petugas Harian Lepas dijabat oleh Mahdalena, Petugas Pustaka dijabat oleh Yuliana, dan Operator THL dijabat oleh Patmawati.

Tabel 4.10
Daftar Nama Badan Permusyawaratan Nagari (BPN)

No	Nama	Jabatan
1	JONI ALWIS. SP	Ketua
2	AFRIZAL. B S.Pdi	Wakil Ketua
3	ALPISAH	Sekretaris
4	Drs. M NAZIF	Anggota
5	ALIUS. A	Anggota

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dalam tabel diatas dapat dilihat bahwa Badan Permusyawaratan Nagari dijabat oleh Bapak Joni Alwis. SP selaku sebagai Ketua, Afrizal. B S.Pdi sebagai wakil, Alpisah sebagai sekretaris, Drs. M Nazif dan Alius A. Sebagai Anggota.

E. Kondisi Ekonomi

Wali nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir memiliki berbagai potensi yang baik. Potensi tersebut dapat meningkatkan taraf perekonomian dan pendapatan masyarakat. Di samping itu, lokasi yang relatif dekat dengan ibu kota dan pusat kegiatan perekonomian, memberikan peluang kehidupan yang lebih maju dalam sektor informal maupun formal. Tabel berikut menyajikan data keadaan ekonomi penduduk Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir.

Tabel 4.11
Kesejahteraan Sosial

No	Kesejahteraan Sosial	Jumlah	Satuan	Keterangan
1	Keluarga Prasejahtera	178	Kk	Jumlah 60
2	Keluarga Prasejahtera 1	114	Kk	-
3	Keluarga Prasejahtera 2	153	Kk	-
4	Keluarga Prasejahtera 3	141	Kk	-
5	Keluarga Prasejahtera 3 Plus	16	Kk	-

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kesejahetaan sosial keluarga berjumlah 60 KK yang terdiri dari Keluarga prasejahtera 178 KK, Keluarga Prasejahtera 1 berjumlah 114 KK, Keluarga Prasejahtera 2 berjumlah 153 KK, Keluarga Prasejahtera 3 berjumlah 141 KK, dan keluarga Prasejahtera plus berjumlah 16 KK.

1. Sub Sektor Pertanian

Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir memiliki luas 9,10 Km^2 dengan luas wilayah 910 Ha yang berpengaruh terhadap kehidupan sosial

ekonomi masyarakat dan ketersediaan lahan, penggunaan lahan di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir didominasi oleh sektor Pertanian (sawah/ladang), dimana masing-masing memiliki luas 282 Ha dan 498 Ha.

2. Sub Sektor Perternakan

Sektor peternakan berperan penting dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, dimana 271 kepala keluarga memiliki peternakan seperti 90 Kk memiliki ternak sapi biasa, 16 Kk memiliki ternak kambing, 20 Kk memiliki ternak ayam kampung dan potong, 48 Kk memiliki ternak itik dan 97 Kk memiliki ternak kerbau.

3. Sub Sektor Perikanan/Nelayan

Dilihat dari tata letak geografi Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yang berdekatan dengan lautan sehingga dapat dilihat bahwa jumlah masyarakat pemilik sampan/perahu sebanyak 30 orang dan yang berprofesi sebagai nelayan 120 orang. Dengan hal ini dapat membantu pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir.

4. Sub Sektor *Home Industry*

Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir dalam meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan ekonominya dimana masyarakat memiliki usaha industry rumah tangga seperti pinyaram sebanyak 30

orang, usaha industry kecil seperti huler sebanyak 3 orang dan 35 orang pemilik usaha kecil warung.

F. Kondisi Sosial

Masyarakat Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir merupakan masyarakat Nagari yang tergolong sedang berkembang. Peran wali nagari sangat menentukan dalam memberikan keputusan termasuk masalah keamanan di Nagari. Nagari memiliki petugas keamamanan BABIMKAMTIBMAS, BABINSA, FKPM, dengan sarana penunjang keamanan berupa pos ronda/pos kamling Nagari.

Masyarakat Nagari memiliki kesadaran dalam mensukseskan program pemerintah. Ini terbuktik dengan adanya antunsiasme masyarakat dalam berpatisipasi unuk mengikuti perlombaan dan mempersiapkan diri untuk itu. Begitu juga dengan kesadaran masyarakat dalam berlalu lintas dan mengkonsumsi produk dalam negeri. Dalam mempergunakan hak pilih masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi dimana hanya 0,5% yang tidak mempergunakan hak pilihnya.

Sarana peribadatan di Nagari terdapat Mesjid/Mushalla/Surau dan memiliki kepengurusannya. Untuk peningkatan sumberdaya manusia khususnya generasi muda maka untuk Mesjid/Mushalla/Surau ini memiliki kegiatan TPA/MDA kegiatan di mushalla ada berupa kegiatan sholat berjamaah, pengajian umum, pengajian ibu-ibu, pengajian anak-anak TPA/MDA dan Peringatan hari besar islam.

Untuk sarana kesehatan di Nagari ada Posyandu dan Polindes dimana saran prasarana kesehatan tersebut masih numpang dirumah warga dan ada 1 (satu) unit telah berdiri puskesmas pembantu, terdapat tenaga medis dengan satu orang bidan. Desa, kondisi sosial masyarakat Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir dapat dilihat dari keadaan sebagai berikut:

Tabel 4.12
Jumlah Sarana dan Prasarana Umum

No	Sarana Umum	Jenis	Jumlah	Satuan
1	Tempat Ibadah	Mesjid	3	Unit
		Musholla/surau	14	Unit
2	Tempat Kesehatan	Balai Posyandu	6	Unit
		Polindes	0	Unit

Sumber: Data Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah sarana dan prasarana umum yang dimiliki oleh Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu Mesjid 3 Unit, Musholla/surau 14 unit, dan Balai Posyandu 6 unit.

G. Gambaran Umum *Home Industry* Pinyaram Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir

Koto Tinggi Kuranji Hilir merupakan Nagari yang terletak di Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman Sumatera Barat, yang mana perekonomiannya didominasi oleh Sub Sektor Pertanian, Sub Sektor Peternakan, Sub Sektor Perikanan dan Sub Sektor *Home Industry*.

Jenis usaha kecil di bidang industry yang mendominasi usaha kecil yang ada di masyarakat diantaranya adalah usaha Pinyaram, huler, penjual makanan atau warung dan lainnya. Usaha Pinyaram adalah usaha rumahan yang didirikan pada tahun 1999, dimana usaha ini sudah dijalankan secara

turun temurun dan tenaga kerja berasal dari ibu-ibu rumah tangga yang menjadikan usaha Pinyaram ini sebagai usaha sampingan untuk menambah penghasilan keluarga di samping menjalankan tugas sebagai ibu yang mengurus rumah dan keluarga

Pinyaram itu sendiri merupakan makanan tradisional yang mengandung unsur ekonomi yang berkaitan dengan aspek budaya dan seni karena keberadaanya adalah sebagai warisan budaya dan kebanggaan bersama bagi masyarakat sekitar. Untuk pesta pernikahan dan menyambut hari raya seperti lebaran pinyaram sendiri biasanya dibuat dalam ukuran besar sebesar piring.

Bahan yang digunakan untuk membuat pinyaram yaitu: gula merah, tepung beras putih, vanile, garam, santan dan minyak goreng. Sedangkan proses pembuatannya adalah:

1. Panaskan gula merah dengan air sampai membentuk karamel dan dinginkan
2. Masukkan tepung beras ke dalam mangkuk dan tuangkan gula merah yang sudah didinginkan tadi
3. Aduk sampai merata
4. Jika masih sangat keras saat menganduknya tambahkan santan sampai aduknya mengental sempurna
5. Masukkan vanile dan garam secukupnya
6. Kemudian goreng hingga matang dengan cara memasukkan ke dalam minyak panas sesendok sayur adonan kue pinyaramnya.
7. Setelah matang angkat dan tiriskan.

Home industry yang berkembang sanga pesat memberikan peluang bagi siapa saja yang ingin membuka usaha sehingga persaingan menjadi ketat antar home industry dalam memasarkan hasil produksinya, agar dapat diterima di masyarakat dan mampu vertahan dalam menghadapi persaingan di pasar. Berikut ini tabel 4.14 data penjualan home industry pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir dari tahun 2015 sampai 2019 sebagai berikut:

Tabel 4.13
Data Penjualan *Home Industry* Pinyaram
di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kabupaten Padang Pariaman.

No	Nama *Home Industry*	2015	2016	2017	2018	2019
1	Sunny	84.000.000	82.500.000	80.000.000	78.800.000	76.700.000
2	Yati	84.000.000	83.000.000	82.900.000	82.200.000	80.300.000
3	Yur	268.800.000	268.100.000	259.900.000	257.700.000	200.400.000
4	Nelli	235.200.000	234.500.000	233.000.000	230.200.000	229.000.000
5	Kundue	84.000.000	82.500.000	80.000.000	78.800.000	77.800.000
6	Desi	235.200.000	234.800.000	234.500.000	23.200.000	22.000.000
7	Manidar	168.000.000	167.600.000	167.200.000	166.200.000	166.000.000
8	Kasma	67.200.000	67.000.000	66.600.000	64.800.000	63.900.000
9	Dayli	67.200.000	67.100.000	66.800.000	66.100.000	65.900.000

Sumber: Hasil wawancara dengan pemilik Home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman, pada tanggal 14 Maret 2020

Dari tabel diatas dapat dianalisis bahwa penjualan pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman, bahwasannya penjualan atau permintaan dari konsumen atas pinyaram mengalami penurunan dari tahun ke tahun, dilihat dari tahun 2015 dimana penjualan sekitar 84.000.000 dan di tahun 2019 penjualan 76.700.000 hal ini disebabkan karena konsumen merasa bosan akan produk yang dihasilkan dan produk tidak memiliki inovasi.

Saat bisnis atau usaha tidak memiliki inovasi, bukan hanya saja konsumen yang merasa bosan tetapi sebagai pemilik juga akan merasa bosan dan jenuh dengan bisnis yang dijalankan, rasa jenuh membuat pemilik bisnis kurang kreatif dalam menjalankan bisnis. Jika pemilik kurang kreatif dan tidak melakukan inovasi, bisnis akan kurang menarik dan kurang diminati. Inovasi dalam bisnis adalah warna dalam bisnis itu sendiri dan melakukan inovasi juga merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan omzet pejualan.

H. Analisis SWOT *Home Industry* Pinyaram Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. SWOT merupakan salah satu kunci keberhasilan bagi para wirausaha agar dapat mengenal kekuatan, kelemahan, pe,uang dan ancaman perusahaan yang terjadi di dalam lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

Analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk *home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir adalah sebagai berikut:

1. **Kekuatan (*Strenght)*** dari Home Industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir
    a. Mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas konsumen
    b. Harga Produk yang ditawarkan kepada konsumen terjangkau

c. Standar pelayanan yang diterapkan oleh *home industry* pinyaram sangat baik dan sangat ramah kepada konsumen
d. Bahan baku yang diperoleh sangat mudah dan di datangkan perhari

2. **Kelemahan *(Weaknes)*** dari Home Industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir
   a. Pelanggan yang bosan dengan produk yang tidak bervariasi atau tidak adanya kreativitas dan inovasi
   b. Tidak ada dukungan dari pemerintah dan modal yang terbatas, Minimnya pengakuan terhadap usaha *home industry* menyebabkan kurangnya mendapatkan dukungan dari pemerintah, dan hal ini berdampak kepada modal, dimana modal merupakan suatu investasi yang menjadi penggerak suatu industry, jumlah modal yang dimiliki oleh industry mempengaruhi kuantitas dan kualitas suatu produk. Modal yang dimiliki oleh *home industry* pinyaram sangat sedikit dimana beberapa informan menggunakan modal pribadi dalam membangun usaha *home industry* ini, dan juga melanjutkan usaha keluarga dimana modalnya sudah ada sebelumnya yang dimiliki oleh orang tua.
   c. Di era teknologi dan komunikasi sekarang ini *home industry* pinyaram tidak melakukan promosi melalui media sosial

d. Permasalahan yang sering di hadapi oleh *Home industry* pinyaram adalah minimnya permintaan konsumen terhadap pinyaram

3. **Peluang (*Opportunities)*** dari Home Industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir
    a. Menjadi pilihan utama bagi penyuka makanan tradisional
    b. Memperluas usaha dengan membuka cabang
    c. Tanggapan masyarakat terhadap produk pinyaram sangat dan baik hal ini dapat dijadikan sebuah peluang besar bagi home industry pinyaram
    d. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran
4. **Ancaman (*Threats*)** dari Home Industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir
    a. Banyaknya dipasaran yang menyediakan produk dengan harga yang lebih murah dan kualitas yang bagus sehingga membuat *home industry* pinyaram sangat sulit untuk bersaing dan *home industry* pinyaram belum melakukan kreativitas dan inovasi terhadap produk hal ini menjadi ancaman bagi *home industry*
    b. Promosi produk lain yang sangat menarik, dilihat dari promosi *home industry* pinyaram yang hanya menggunakan promosi dari mulut ke mulut
    c. Hanya mengandalkan satu produk
    d. Tidak ada bahan baku altenatif lain jika terjadi kenaikan harga bahan baku.

Tabel 4.14
Analisis SWOT Pada Usaha Home Industry di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir

Kekuatan 1.Mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas konsumen 2.Harga produk yang ditawarkan kepada konsumen terjangkau 3. Standar pelayanan yang diterapkan sangat baik dan sangat ramah 4.Bahan baku yang mudah didapat dan didatangkan perhari	**Kelemahan** 1.Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi atau tidak adanya kreativitas dan inovasi 2.Tidak ada dukungan Pemerintah dan modal yang terbatas 3.Tidak menggunakan teknologi dalam promosi 4.Minimnya permintaan konsumen terhadap produk
Peluang 1.Menjadi pilihan utama bagi penyuka makanan olahan tradisional 2.Memperluas usaha dengan membuka cabang 3.Anggapan masyarakat baik terhadap produk 4.Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran	**Ancaman** 1.Banyak dipasaran yang menyediakan produk dengan kualitas bagus dan harga yang lebih murah 2.Promosi produk lain yang lebih menarik 3. hanya mengandalkan satu produk 4.Tidak ada bahan baku altenatif jika terjadi kenaikan harga bahan baku

Sumber: Hasil wawancara dengan pemilik Home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman, pada tanggal 16 Mei 2020

Berdasarkan tabel Analisis SWOT diatas dilihat bahwa Kekuatan yang dimiliki oleh *Home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu sangat mengutamakan kualitas produk untuk mencapai loyalitas atau kesetiaan konsumen, Harga produk yang ditawarkan sangat terjangkau, standar pelayanan yang ramah dan baik serta bahan baku yang mudah didapat. Kelemahan yang dimiliki oleh *Home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu pelanggan yang bosan karena produk yang tidak bervariasi atau tidak adanya kreatifitas dan inovasi, tidak ada dukungan pemerintah dan modal yang ditanamkan terbatas, tidak menggunakan teknologi dalam memasarkan atau mempromosikan dan minimnya permintaan konsumen, Peluang yang dimiliki oleh *Home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu menjadi

pilihan utama bagi penyuka makanan tradisional, memperluas usaha dengan membuka cabang, anggapan masyarakat yang baik terhadap produk yang dipasarkan dan meningktkan penjualan dengan memperluas pemasaran,Ancaman yang dimiliki oleh *Home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu banyaknya dipasaran yang menyediakan produk yang sama dan harga yang lebih murah, promosi produk yang lain yang menarik, hanya mengadalkan satu produk dan tidak ada bahan baku pengganti.

I. Matrik Internal Factor Evalution (IFE) dan Eksternal Factor Evalution (EFE)

Dalam analisis matrik IFE dan EFE ini, kita akan menilai 2 matrik yaitu IFE *(Internal factor evolution)* adalah Matrik yang mengevaluasi faktor-faktor yang berada di lingkungan internal organisasi yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dan EFE *(External factor evolution)* adalah Matrik yang mengevaluasi faktor yang mempengaruhi pada objek penelitian yang berada di luar lingkungan organisasi.

Semua faktor yang diidentifikasi ditentukan bobotnya, dimana bobot diperhatikan tingkat kepentingan faktor tersebut. Jumlah bobott seluruh faktor, baik internal maupun eksternal harus sama dengan 1,0 atau 100%, pilihan bobot tersendiri dari: 0,01 (Sangat rendah), 0,05 (Rendah), 0,10 (Sedang) dan 0,15 (Tinggi)

Setelah menentukan bobot dari masing-masing faktor, kemudian menentukan ranting masing-masing faktor tersebut dengan pilihan ranting sebagai berikut:

e) Ranting 1 : Tidak penting

f) Ranting 2 : Cukup penting

g) Ranting 3 : Penting

h) Ranting 4 : Sangat penting

diolah menjadi arahan untuk menentukan besar jumlah total pada keempat faktor baik kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

1. Analisis Matrik IFE

Tabel 4.15
Analisis Matrik IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Ranting	Nilai
	Kekuatan			
1	Mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas konsumen	0,15	4	0,6
2	Harga produk yang ditawarkan kepada konsumen terjangkau	0,10	3	0,3
3	Standar pelayanan yang diterapkan sangat baik dan ramah	0,10	3	0,3
4	Bahan baku yang mudah didapat dan didatangkan perhari	0,15	4	0,6
	Jumlah	**0,45**		**1,8**
	Kelemahan			
1	Pelanggan yang bosan dengan produk yang tidak bervariasi atau tidak adanya kreativitas dan inovasi	0,15	4	0,6
2	Tidak ada dukungan dari Pemerintah dan modal yang terbatas	0,15	4	0,6
3	Tidak menggunakan teknologi dalam promosi	0,10	3	0,3
4	Minimnya permintaan konsumen terhadap produk	0,15	4	0,6

	Jumlah	**0,50**		**2,1**
	Total (S+W)	**1,00**		

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.15 dapat dilihat bahwa dari sisi internal bobot kekuatan masing-masing elemen adalah 0,50 dan nilainya 1,8. Sedangkan bobot kelemahan 0,50 dan nilainya 2,1 maka dapat diperoleh total bobot skor pada tabel IFE sebesar 3,9. Dan hal ini menunjukkan bahwa *usaha home industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir merespon faktor internal dengan memanfaatkan kekuatan yang ada.

2. Analisis Matrik EFE

Tabel 4. 16
Analisis Matrik EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Ranting	Nilai
	Peluang			
1	Menjadi pilihan utama bagi penyuka makanan olahan tradisional	0,10	3	0,3
2	Memperluas usaha dengan membuka cabang	0,10	3	0,3
3	Anggapan masyarakat baik terhadap produk	0,15	4	0,6
4	Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran	0,10	3	0,3
	Jumlah	**0,45**		**1,5**
	Ancaman			
1	Banyak dipasaran yang menyediakan produk dengan kualitas bagus dan harga yang lebih murah	0,15	4	0,6
2	Promosi produk lain yang lebih menarik	0,15	4	0,6
3	Hanya mengandalkan satu produk	0,15	4	0,6

4	Tidak ada bahan baku altenatif jika terjadi kenaikan harga bahan baku	0,10	3	0,3
	Jumlah	**0,55**		**2,1**
	Total (S+W)	**1,00**		

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.16 dapat dilihat bahwa dari sisi eksternal bobot peluang masing-masing elemen adalah 0,45 dan nilainya 1,5. Sedangkan bobot ancaman 0,55 dan nilainya 2,1 maka dapat diperoleh total bobot skor pada tabel EFE sebesar 3,6. Dah hal ini menunjukkan bahwa usaha home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada.

J. Matrik SWOT

Setelah di analisis serta ditentukan analisis bobot dari peringkat masing-masing faktor internal dan eksternal, maka semua faktor tersebut dapat digambarkan kedalam bentuk matrik SWOT. Dimana matriks SWOT merupakan alat-alat yang di pakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana faktor internal dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha home industry pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman.

Usaha *Home industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi harus dapat melihat kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh usaha ini baik dari dalam maupun dari luar. Sebaliknya para pemilik *home industry* dapat mengeluarkan kekuatan dan memaksimalkan peluang yang sudah ada untuk

dipergunakan sebaik mungkin agar dapat mempertahankan usaha ini dan dapat mengatasi ancaman sebaik mungkin.

Berdasarkan kekuatan, kelamahan, ancaman serta peluang usaha *Home industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir maka dapat disusun suatu strategi berdasrkan Matrik SWOT. Pendekatan matrik SWOT yang memberikan altenatif strategi yaitu strategi S-O. Strategi S-T, Strategi W-O, dan strategi W-T. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan altenatif strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha *home industry* di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman yang dapat dilihat pada tabel 4.18 dibawah ini.

Tabel 4.17
Matrik SWOT Strategi Inovasi Produk dalam Pengembangan Usaha *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman

IFE / **EFE**	**Strenght** 1. Mengutamakan kualitas Produk demi mencapai loyalitas konsumen 2. Harga produk yang ditawarkan kepada konsumen terjangkau 3. Standar pelayanan yang diterapkan baik dan sangat ramah 4. Bahan baku yang mudah didapat dan didatangkan perhari	**Weaknesses** 1. Pelanggan yang bosan dengan produk yang tidak bervariasi atau tidak adanya kreativitas dan inovasi 2. Tidak ada dukungan dari pemerintah dan modal yang terbatas 3. Tidak menggunakan teknologi dalam promosi 4. Minimnya permintaan konsumen terhadap produk
Opportunities 1. Menjadi pilihan utama bagi penyuka makanan tradisional 2. Memperluas usaha dengan membuka cabang 3. Anggapan masyarakat baik terhadap produk 4. Meningkatkan penjualan	**Strategi SO** 1. Dengan tetap mengutamakan kualitas, harga yang terjangkau, pelayanan yang baik diharapkan masyarakat memiliki anggapan yang baik terhadap produk 2. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran, membuka cabang dan menambah	**Strategi WO** 1. Tidak adanya dukungan dari pemerintah dalam segi pelatihan sehingga menyebabkan kurang terampil tenaga kerja terampil 2. Memperluas usaha dengan membuka cabang agar

dengan memperluas pemasaran	jumlah modal dan investasi 3. Bahan baku yang mudah didapat sehingga memudahkan dalam memproduksi produk pinyaram	*home industry* dapat berkembang 3. Menjalin Mitra kerja dengan sesama *home industry* agar dapat berkembang
Threats 1. Banyak dipasaran yang menyediakan produk dengan kualiatas bagus dan harga yang lebih murah 2. Promosi produk lain yang lebih menarik 3. Hanya mengandalkan satu produk 4. Tidak ada bahan baku altenatif jika terjadi kenaikan bahan baku	**Strategi ST** 1. Dengan kualitas produk yang terjamin sehingga dapat bersaing dengan pesaing 2. Harga produk yang terjangkau dapat bersaing dengan pesaing 3. Baik dan ramah dalam melayani konsumen dari pada promosi yang dilakukan oleh pesaing dengan menggunakan teknik yang menarik 4. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang enak	**Strategi WT** 1. Melakukan pelatihan agar menghasilkan tenaga kerja yang memadai dan berketerampilan 2. Meningkatkan promosi produk dengan menggunakan teknologi sehingga meningkatkan permintaan konsumen dan memperluas usaha 3. Melakukan pinjaman untuk meningkatkan permodalan 4. Menambah produk baru agar lebih bervariasi dan berinovasi

Dari matrik SWOT diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat kombinasi altenatif yang digunakan dalam upaya pengembangan sektor, khususnya pada strategi inovasi produk dalam pengembangan usaha home industry di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir. Dan dapat dilihat startegi SO menggunakan kombinasi yang mengutamakan kualitas, harga dan pelayanan yang baik sehingga memiliki citra yang bagus dimata masyarakat. Strategi WO menggunakan kombinasi yaitu dengan memperluas usaha dan menjalin mitra kerja dapat membuat *Home industry* berkembang. Strategi ST menggunakan kombinasi untuk mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang enak. Dan Strategi WT menggunakan kombinasi melakukan pinjaman untuk

meningkatkan permodalan sehingga dapat menambah produk baru dan melakukan inovasi.

1. **Strategi Strenght-Opportunities (SO)**

   Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Beberapa strategi SO yang diterapkan dalam meningkatkan usaha home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu:

   a. Dengan tetap mengutamakan kualitas, harga yang terjangkau, pelayanan yang baik diharapkan masyarakat memiliki anggapan yang baik terhadap produk.

      Harga merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau barang, maka strategi pengembang yang dilakukan yaitu dengan mempertahankan harga.

      Apabila suatu produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang bermutu maka permintaan produk tersebut akan meningkat, hal ini diterapkan oleh *home industry* pinyaram dimana pemilik usaha berusaha menciptakan produk yang bermutu dan berkualitas sehingga dapat meningkatkan penjualan pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir.

      Untuk mendapatkan tanggapan masyarakat yang baik maka *home industry* pinyaram memberikan pelayanan yang baik dan

ramah kepada konsumen atau masyarakat disekitar Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir.

b. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran, membuka cabang dan menambah jumlah modal dan investasi

Dengan melakukan perluasan pemasaran dan membuka cabang, maka akan lebih meningkatkan jumlah modal dan investasi yang dibutuhkan oleh pengusaha *home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hiir

c. Bahan baku yang mudah didapat sehingga memudahkan dalam memproduksi produk pinyaram

Bahan baku merupakan salah satu elemen yang aktif dari perusahaan dan secara terus menerus diperoleh, apabila bahan baku mudah untuk didapat hal ini dapat memudahkan dalam memproduksi suatu produk.

2. Strategi Weaknesses-Opportunities (WO)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Beberapa strategi WO yang diterapkan dalam meningkatkan usaha *home industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu:

a. Tiadak adanya dukungan dari pemerintah dalam bentuk pelatihan sehingga tenaga kerja terampil

Tenaga kerja yang terlatih dan terampil sangat dibutuhkan dalam dunia usaha yang mana sumber daya manusia harus terdidik

dan berketerampilan dalam menghasilkan sebuah produk. Tenaga kerja yang bekerja di *home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir banyak yang tidak terlatih karena tidak diberikan pelatihan oleh pemerintah.

b. Memperluas usaha dengan membuka cabang agar *home industry* dapat berkembang

Memperluas usaha merupakan strategi jitu untuk memperluas pangsa pasar, dengan menempuh jalan ini merupakan tanda bahwa usaha yang dijalankan menuju lebih besar.

c. Menjalin mitra kerja dengan *home industry* lainnya

Melakukan mitra kerja dengan *home industry* lainnya dapat meningkatkan penjualan dan pengembangan *home industry* itu sendiri.

3. Strategies Strenghts-Threats (ST)

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Beberapa strategi ST yang diterapkan dalam meningkatkan usaha home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu:

a. Dengan kualitas produk yang terjamin sehingga dapat bersaing dengan pesaing

Produk yang dihasilkan oleh *home industry* pinyaram di nagari koto tinggi kuranji hilir memiliki kualitas produk yang

bermutu dan terjamin baik sehingga dapat bersaing dengan produk yang ada di pasaran

b. Harga produk yang terjangkau dapat bersaing dengan pesaing

Harga produk yang dihasilkan oleh home industri pinyaram cukup terjangkau dikalangan masyarakat di Nagari Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir

c. Baik dan ramah dalam melayani konsumen dari pada promosi yang dilakukan oleh pesaing dengan menggunakan teknik yang menarik

Baik dan ramah dalam melakukan pelayanan kepada konsumen merupakan salah satu strategi yang baik untuk usaha home industry pinyaram yang menyebabkan banyaknya pelanggan. Dan pelanggan juga bisa menyampaikan kepada orang sekitarnya jadi tidak perlu adnya promosi, tetapi usaha home industry di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir lemah dalam mempromosikan produknya dan pemasaran juga tidak jauh.

d. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang enak.

Mempertahankan bahan baku yang berkualitas merupakan hal yang sangat penting, apabila bahan baku yang digunakan tidak berkualitas hal ini dapat menyebabkan kekecewaan pelanggan terhdap produk.

4. Strategies Weaknesses- Threats (WT)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Beberapa strategi WT yang diterapkan dalam meningkatkan usaha home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu:

a. Melakukan pelatihan agar menghasilkan tenaga kerja yang memadai dan berketerampilan

   Pemerintah memberikan pelatihan kepada tenaga kerja home industry agar tenaga kerja tersebut bisa terlatih dan berketerampilan.

b. Meningkatkan promosi produk dengan menggunakan teknologi sehingga meningkatkan permintaan konsumen dan memperluas usaha

   Dengan adanya promosi yang menggunakan teknologi dapat meningkatkan permintaan konsumen dan hal ini dapat memperluas usaha home industry pinyaram sehingga masyarakat lebih banyak mengenal tentang produk pinyaram tersebut

c. Melakukan pinjaman untuk meningkatkan permodalan

   Melakukan pinjaman sangat penting untuk meningkatkan perkembangan suatu usaha. Banyak sekarang lembaga yang menyediakan pinjaman untuk usaha seperti bank, koperasi dan lembaga keuangan lainnya.

d. Menambah produk baru agar bervariasi dan berinovasi sehingga meningkatkan permintaan konsumen

Menambah produk baru merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, apabila suatu perusahaan tidak menambah produk baru maka permintaan akan produk akan berkurang begitu juga dengan produk yang tidak berinovasi maka konsumen akan bosan dengan bentuk produk yang selalu sama setiap tahunnya.

Inovasi merupakan suatu kreasi atau proses hasil pengembangan pemanfaatan keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses atau sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau lebih baik dari sebelumnya, maka dari hal itu *home industry* pinyaram harus melakukan sebuah inovasi agar permintaan masyarakat atau konsumen terhadap produk tidak minim lagi.

K. Analisis Bobot Tabel Skor

Setelah dilakukan analisis terhadap strategi yang telah diterapkan yaitu strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan strategi WT. Langkah selanjutnya yang harus diambil adalah dengan memilih salah satu dari keempat strategi yang ditetapkan dengan menggunakan pendekatan tabel bobot skor, dimana pengusaha dapat menilai lebih baik lagi, sehingga keputusan yang diambil berkualitas. Hal ini dapat dilihat dalam tabel 4.18

Tabel 4.18
Bobot Skor pada Matrik SWOT

Internal / **Eksternal**	**Strenght (S)** (1,8)	**Weaknesses (W)** (2,1)
Opportunities (O) (1,5)	Strategi S-O Total 1,8+1,5=3,3	Strategi W-O Total 2,1+1,5=3,6
Threats (T) (2,1)	Strategi S-T Total 1,8+2,1=3,9	Strategi W-T Total 2,1+2,1=4,2

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa bobot nilai strategi SO yaitu 3,3 strategi WO 3,6, strategi ST 3,9 dan strategi WT 4,2, dari semua bobot nilai skor strategi WT memiliki skor tertinggi yaitu 4,2 dibandingkan dengan strategi lainnya, maka *home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir dapat menggunakan strategi WT untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat bertahan di dunia usaha.

Strategi WT adalah strategi yang menggunakan Kelemahan yang dimiliki untuk menghindari ancaman yang ada, beberapa startegi WT yang diterapkan oleh *Home industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu:

a. Melakukan pelatihan agar menghasilkan tenaga kerja yang memadai dan berketerampilan

Pemerintah memberikan pelatihan kepada tenaga kerja home industry agar tenaga kerja tersebut bisa terlatih dan berketerampilan.

b. Meningkatkan promosi produk dengan menggunakan teknologi sehingga meningkatkan permintaan konsumen dan memperluas usaha

Dengan adanya promosi yang menggunakan teknologi dapat meningkatkan permintaan konsumen dan hal ini dapat memperluas usaha home industry pinyaram sehingga masyarakat lebih banyak mengenal tentang produk pinyaram tersebut

c. Melakukan pinjaman untuk meningkatkan permodalan

Melakukan pinjaman sangat penting untuk meningkatkan perkembangan suatu usaha. Banyak sekarang lembaga yang menyediakan pinjaman untuk usaha seperti bank, koperasi dan lembaga keuangan lainnya.

d. Menambah produk baru agar bervariasi dan berinovasi sehingga meningkatkan permintaan konsumen

Menambah produk baru merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, apabila suatu perusahaan tidak menambah produk baru maka permintaan akan produk akan berkurang begitu juga dengan produk yang tidak berinovasi maka konsumen akan bosan dengan bentuk produk yang selalu sama setiap tahunnya.

Inovasi merupakan suatu kreasi atau proses hasil pengembangan pemanfaatan keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses atau sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau lebih baik dari sebelumnya, maka dari hal itu *home industry* pinyaram harus melakukan sebuah inovasi agar permintaan masyarakat atau konsumen terhadap produk tidak minim lagi.

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam surah Qs. Al-Rad (13): 11

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: *Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan. Yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia*.(Qs. Al-Rad (13): 11)

Ayat tersebut mengisyaratkan bahwa semua orang dalam kebaikan dan kenikmatan. Allah tidak akan mengubah kenikmatan-kenikmatan seseorang kecuali mereka mengubah kenikmatan itu menjadi keburukkan. Dalam ayat ini manusia diperintahkan untuk melakukan sebuah perubahan berupa inovasi dan kreativitas dalam kegiatan usaha/bisnis untuk mencapai tujuan kehidupan. Namun

bukan semata-mata mencari materi atau kekayaan sebagai tujuan utama, melainkan keseimbangan antara materi dan rohani. Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan dan bisnis yang diperbolehkan oleh islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang berjudul Strategi Inovasi Produk dalam Pengembangan Usaha *Home Industry* Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir, Kecamatan Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman maka dapat diambil kesimpulan yaitu dari maktriks IFE menunjukkan bahwa kekuatan dan kelemahan memiliki total 3,9. Hal ini mengidentifikasi bahwa *home industry* pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir berada pada posisi internal yang kuat, dimana usaha ini memiliki kekuatan internal baik dari segi produksi.

Selanjutnya dari matriks EFE menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total 3,6. Hal ini mengidentifikasi bahwa *home industry pinyaram* di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman.

Brdasarkan Bobot Skor pada Matrik SWOT strategi Weaknesses–Threats (WT) memiliki skor tertinggi yaitu 4,2 . Dimana Weaknesses–Threats (WT) merupakan strategi yang menggunakan kelemahan yang dimiliki untuk menghindari ancaman yang ada, beberapa startegi WT yang diterapkan oleh Home industry Pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir yaitu:

1. Melakukan pelatihan agar menghasilkan tenaga kerja agar menghasilkan tenaga kerja yang memadai dan berketerampilan
2. Meningkatkan promosi dengan menggunakan teknologi sehingga meningkatkan permintaan konsumen dan memperluas usaha
3. Melakukan pinjaman untuk meningkatkan permodalan
4. Menambah produk baru agar bervariasi dan berinovasi

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada home industry pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir maka hendaklah dilakukan yaitu sebgai berikut:

1. Selalu meningkatkan kualitas produk
2. Lebih meningkatkan promosi melalui periklanan, koran, majalah dan media sosial lainnya, sehingga jangkauan promosi lebih luas.
3. Melakukan inovasi agar produk bervariasi
4. Mendapatkan modal yang lebih untuk perkembangan home industry pinyaram di Nagari Koto Tinggi Kuranji Hilir.

Daftar Kepustakaan

Aang Curatman.2017. Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM makanan dan Minuman di wilayah. *Jurnal Logika*. Vol XVIII. No 3.

Abdullah,Ma'ruf.2011.*Wirausaha Berbasis Syariah.*Banjarmasin: Penerbit Antasari Pers.

Aisyah.2017. Inovasi Dalam Perspektif Hadis. *Jurnal Tahdis.* Vol 8. No 1.

Arifin,Johan.2009. *Etika Bisnis Islam.* Semarang: Walisongo.

Bungin,Burhan.2011.*Penelitian Kualitatif*.Jakarta:Kencana Predana Media Grup.

Bungin,Burhan.2013.*Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. J*akarta Kencana Predana Media Group.

Devi Herfita.2017. Analisis Strategi Bisnis Pada PT Gancia Citra Rasa.*Jurnal Eksekutif*. Vol 14. No 2.

Diana.2012.*Hadis-Hadis Ekonomi.*Malang: UIN Maliki Pres.

Erly Juliyani.2016." Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". *Jurnal Ummul Quran.*Vol VII. No 1.

Ernani Hadiyati.2011."kreatvitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.*Vol 13.No 1.

Fajar,Laksana.2008.*Manajemen Pemasaran;PendekatanPraktis.* Yogyakarta:Graha Ilmu.

Firmansyah,Anang.2019.*Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategy).* Surabaya: Qiara Media.

Fitria Chaerunisa.2019. " Analisis Foreign Direct Invesment (FDI) Indonesia di Nigeria Periode 2014-2017: Studi Kasus PT Indofood Sukses Makmur". *Jurnal Hubungan Internasional.* Vol 2.No 1.

Hakim,Lukman.2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.* Bandung:Erlangga.

Hanissa Rahmaniar Hasnim.2011. *Inovasi Produk Melalui Strategi Imitasi dalam Menghadapi Persaingan Produk Impor*. Tesis Magister Administrasi

dalam Ilmu Administrasi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Administrasi Bisnis Internasional Jakarta. Tidak Diterbitkan.

Helen Marlinda.2017.*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam.*Skripsi Srata Jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Tidak Diterbitkan.

Imas Fatimah Hasnatika.2018.”Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM” Duren Kamu Pasti Kembali” Di Kota Serang.*Jurnal Riset Bisnis dan Investasi.* Vol 4. No 3.

Irfan Fahmi. 2014. *Manajemen Teori,Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabet.

Irpah Rambe.2018. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengaruh Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi*.Skripsi Srata Jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Tidak Diterbitkan.

J Supranto.1981.*Metode Riset Aplikasi dalam Pemasaran.*Jakarta: Lembaga Penerbita Fakultas UI.

Kiki Joesyiana.2017. Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekan Baru. *Jurnal Valuta*. Vol 3. No 1.

Lestari,Baroroh.2013.*Praktik Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Inovasi Dalam Industri Manufaktur*.Malang: UB Press

Loweok, Cristoper.2010.*Teknologi dan Strategis.*Jakarta: Erlangga

Maleong, Lexy J.1995.*Metodologi penelitian Kualitatif* . Bandung: Rosdakarya

Mardani.2014. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Predanamedia Grup.

Mariana.2015. *Website* Sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Aplikasi Manajemen.* Vol 13.No 2.

Muhammad Afridhal.2017. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalang Kabupaten Bireuen.*Jurnal S. Pertanian.* Vol 1. No.3.

Muhammad.2004.*Etika Bisnis Islam.*Yogyakarta:Unit Penerbita dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan.

Rachacty,Ety. 2007.*Kamus Istilah Ekonomi*.Jakarta:Bumi Aksara.

Rangkuty, Freddy.2009.*Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuty,Freddy.2000.*Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis.* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rifky Riansyah.2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitasan dan Inovasi serta Impikasinya terhadap Kinerja Karyawan pada Konsultasi Perencanaan dan Pengawasan Arsitektur.*Jurnal Ilmiah Magister managemen UNIKOM.*Vol 2. No 1.

Rika Devi Kurniasari.2018."*Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk dan Kuliatas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing".*Skripsi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Tidak Diterbitkan.

Riyono.2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", *Jurnal Stie Semarang.*Vol 8. No 2.

Rozalinda.2015. *Ekonomi Islam.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sarwono,Jonathan.2006.*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.*Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sintia Dewi Pratiwi.2017. "Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan Pada PT. Hari Rezeki Kita Semua PekanBaru". *Jurnal Valuta.*Vol 3.No 2.

Solihin, Ismail.2006.*Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana.

Sopa Martini, dkk.2013. " Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatka Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jatiluhut Purwakarta". *Jurnal Khasa Ilmu.*Vol 4. No 2.

Sucy V Manentu.2018." Analisis Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Posisi Siklus Hidup Produk *Smartphone* Samsung di Kota Manado", *Jurnal Administrasi Bisnis.* Vol 7.No 1.

Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supardi.2005.*Metodologi Penelitian Ekonomi Bisnis.* Yogyakarta:Ull Press.

Suryanan.2013.*Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang.*Semarang: Salemba Empat.

Sutarno.2012. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Syaakir Sofyan.2017. Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia. *JurnalBilancia.*Volume 11. No 1.

Tintin Suhaeni.2018. Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing di Industri kreatif .*Jurnal Riset Bisnis,* Vol 4. No 1.

Tohar,M.2000.*Membuka Usaha Kecil.*Yogyakarta: Kanisius.

Umar,Husein.2001.*Strategi Management in action.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ungguh,Muliawan Jasa.2008.*Manajemen Home Industry.*Yogyakarta: Banyu Media.

Wahyu Mijil Sampurno.2016. " Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industry Rumah Tangga".*Journal Of Islamic Ecomics Lariba.*Vol 2. No 1.

Wartoyo.2018. " Etika Bisnis Islam: Kontruksi Nilai Keseimbangan dan Kemanusiaan".*Jurnal Al-Amwal.*Vol 10. No 2.

http://id.m.wikipedia.org/wiki/pinyaram,diaksestanggal 18 januari 2020.