

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN LOKAL  
DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI KREATIF PERSPEKTIF EKONOMI  
ISLAM**

**(Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh :**

**LELI FARIDA**

**NPM.1451010066**

**Program Studi : Ekonomi Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**1440 H / 2018 M**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN LOKAL  
DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI KREATIF PERSPEKTIF EKONOMI  
ISLAM**

**(Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh :**

**LELI FARIDA**

**NPM. 1451010066**

**Jurusan : Ekonomi Syariah**

**Pembimbing I : Madnasir, SE.,M.S.I**

**Pembimbing II : GhinaUlfah, LC.,M.E.Sy**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**1440 H / 2018 M**

## ABSTRAK

Pangan merupakan komoditas penting dan strategis karena pangan adalah kebutuhan pokok manusia yang pemenuhannya menjadi hak asasi setiap rakyat. Beragam pangan mempunyai prospek yang cukup luas untuk dikembangkan sebagai substitusi beras, diolah menjadi makanan berkreasi. Potensi industri kreatif dan usaha mikro kecil merupakan peluang besar untuk mengembangkan kemandirian pangan suatu daerah berbasis pangan lokal.

Permasalahannya seperti telah kita rasakan saat ini makanan asing, modern telah banyak di Indonesia memasuki pasar secara global mengalah kan makanan tradisional berbasis kan potensi pangan lokal. Salah satunya yaitu UKM yang bergerak dibidang makanan. Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang makanan (*food*) mendorong lahirnya persaingan di dunia produksi. Industri kreatif merupakan konsep yang baru memadupadankan informasi dan kreativitas yang mengandalkan ide, gagasan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi, terdapat 14 subsektor industri kreatif salah satunya dari subsektor lain yaitu kuliner atau makanan, industri kreatif dikecamatan Bandar sribawonono merujuk pada industri kreatif bahan pangan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang digunakan dalam mengembangkan produk pangan lokal agar terciptanya keanekaragaman pangan, meningkatkan meningkatkan daya saing produk ;lokal dengan produk modern, meningkatkan industri kreatif berbasiskan pangan lokal, serta mengidentifikasi bagaimana pandangan ekonomi islam mengenai etika bisnis industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur.

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode penelitian lapangan (*field research*) dan metode analisis SWOT. Anallisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari usaha produksi industri kreatif berbasis potensi pangan lokal dikecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi pengembangan produk pangan lokal dan strategi industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono mengalami kendala dalam proses pengembangan. Berikut beberapa alternative strategi para pelaku industri kreatif yang bersifat diferensiasi, intensif, dan integrasi. Diantaranya, mengikuti pelatihan, meningkatkan kualitas produk, melakukan kerjasama dengan pemerintah atau lembaga-lembaga terkait, mengoptimalkan kegiatan produksi, harga terjangkau, memperluas jangkauan pemasaran, menggunakan bauran pemasaran meliputi produk yang halal,

Strategi yang digunakan industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono dalam penyediaan bahan baku proses produksi dan dampaknya terhadap lingkungan sekitar secara keseluruhan sudah sesuai dengan konsep ekonomi islam yaitu halal, baik dan aman, dan tidak merusak lingkungan sekitar



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Tlp. (0721)703289*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)**

**Nama Mahasiswa : LELI FARIDA  
NPM : 1451010066  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Bandar Lampung.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

*[Signature]*  
**Madnasir, S.E., M.Si.**  
NIP.197504242002121001

*[Signature]*  
**Ghina Ulfah, L.C., M.E.Sy**  
NIP.

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**

*[Signature]*  
**Madnasir, S.E., M.Si.**  
NIP.197504242002121001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Tlp. (0721)703289, 780421

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN LOKAL DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI KREATIF PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KECAMATAN BANDAR SRIBAWONO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR”**, disusun oleh Nama: **LELI FARIDA NPM.1451010066**, Program Studi **Ekonomi Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada hari **Senin, 05 November 2018.**

**TIM MUNAQASYAH**

Ketua Sidang : Budimansyah, M.Kom.I

Sekretaris : Dinda Fali Rifan, M.Ak

Penguji I : Madnasir, S.E., M.Si

Penguji II : Fatih Fuadi, M.Si

Mengetahui

Dehan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag.

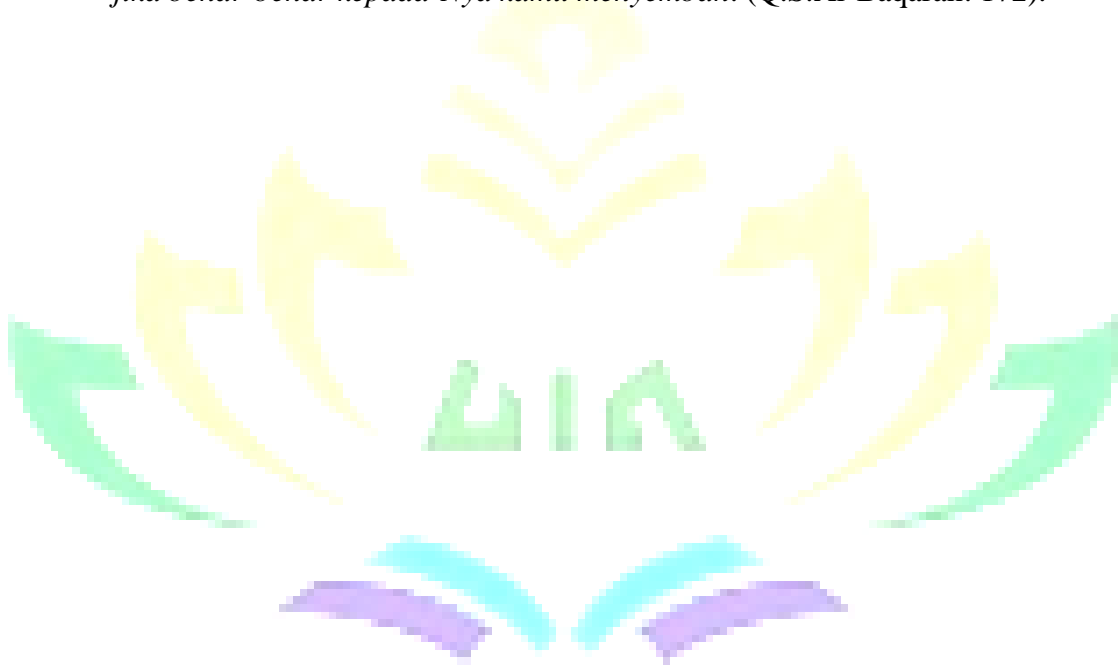
NIP. 195808241989031003

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ

إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

*Artinya : 172. Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah. (Q.S.Al-Baqarah: 172).<sup>1</sup>*



---

<sup>1</sup> Departement Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, CV Diponegoro, Q.S. Al-Baqarah: 172).

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dalam rentang waktu menuntut ilmu tercipta sebuah karya sederhana merupakan awal dari sebuah perjalanan yang sangat panjang dalam menepaki jalan kehidupan yang sangat terjal dan berliku dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati yang sangat dalam karya yang sangat sederhana ini kupersembahkan kepada :

1. Ayahanda Poniji dan Ibunda Mujiyanti yang telah mendidik dan membesarkanku dengan do'a dan segenap jasa-jasanya yang tak terhingga demi keberhasilan cita-citaku, saya semakin yakin bahwa ridho Allah SWT adalah keridhoanmu.
2. Kakak kandung kakak ipar, Adik, keponakan , Tante-tante, Oom-oom, mbah putri yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, semangat dan motivasi sehingga karya ini terselesaikan.
3. Teman-teman seperjuangan serta seluruh rekan dalam menuntut ilmu di UIN Raden Intan Lampung angkatan 2014 khususnya kelas F Ekonomi Islam.
4. Teman-teman ku Rumiyantri, Juliana, Dewi indriani, Eka Maesaroh, Cahyani Kartika Sari yang telah berjuang bersama hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Bandar Lampung.

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama lengkap penulis adalah Leli Farida dilahirkan pada tanggal 26 September 1995 di desa itik randai Putri kedua dari tiga bersaudara , kakak bernama Asrul Arifin dan adik bernama Rizal Wahyudi buah perkawinan pasangan Bapak Poniji dan Ibu Mujiyanti.

Pendidikan yang ditempuh dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) di TK PGRI Itik Randai lulus tahun 2002. Melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri Itik Randai lulus pada tahun 2008. Selanjutnya pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP N Terpadu Melinting lulus pada tahun 2011. Selanjutnya penulis menempuh kependidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Melinting lulus tahun 2013

Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.



## KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang tak terhingga kepada Dzat Yang Maha Agung, penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala karunia dan nikmat-Nya, kesehatan jasmani dan rohani, serta kekuatan lahir dan batin. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN LOKAL DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI KREATIF PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KECAMATAN BANDAR SRIBAWONO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR”**. Sebagai syarat akhir untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Shalawat teriring salam tak lupa penulis hanturkan kepada suri tauladan umat Islam, baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarganya, sahabat dan para pengikutnya yang telah memberikan tuntunan menuju jalan yang terang (ilmu pengetahuan) dengan akhlak yang mulia.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Moh Mukri, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang selaku memptivasi mahasiswa untuk menjadi pribadi yang berkalitas dan menjunjung tinggi nilai-nilai islami.
2. Bapak Dr. Moh Bahrudin, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Madnasir, S.E., M.S.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Pembimbing I yang telah membantu membimbing menyusun skripsi ini.
4. Ibu Ghina Ulfah, LC., M.E.Sy Selaku Pembimbing II yang telah memberikan waktu, nasihat, bimbingan untuk menyusun skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen, para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang dengan penuh keikhlasan yang telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis selama di bangku kuliah.

Semoga kebaikan dan jasa dari Bapak, Ibu, dan saudara/i sekalian menjadi amal ibadah dan di ridhoi Allah SWT, dan mudah-mudahan Allah SWT akan membalasnya, Aamiin Ya Robbal Alamin.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kelemahan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Bandar Lampung, 13 Juli 2018

Penulis

Leli Farida

1451010066



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
F. Metode Penelitian .....	13
G. Tinjauan Pustaka.....	20

### **BAB II LANDASAN TEORI**

<b>A. MANAJEMEN STRATEGI.....</b>	<b>21</b>
1. Pengertian Manajemen Strategi .....	21
2. Jenis-Jenis Strategi .....	23
3. Tahap-Tahap Manajemen Strategi .....	25
4. Analisis SWOT .....	25

## **B. Pangan**

1. Pengerian Pangan .....33
2. Konsep Pangan Lokal .....33
3. Konsep pangan dalam perspektif islam .....34
4. Strategi pengembangan produk pangan lokal .....39

## **C. Industri Kreatif**

1. Pengertian Industri Kreatif .....41
2. Klasifikasi Industri Kreatif .....42
3. Arti Penting Industri Keatif .....45
4. Kreatif Dalam Perspektif Islam .....46

## **D. Strategi Pengembangan Industri Kreatif**

1. Strategi Pengembangan Produk.....49
2. Strategi Penetapan Harga .....51
3. Strategi Pemasaran .....52
4. Strategi promosi .....53

## **E. Strategi Pengembangan Industri Kreatif dalam Perspektif Islam**

1. Etika Bisnis Islam dalam Kegiatan Produksi Perspektif Ekonomi Islam .....54
2. Produksi dalam Perspektif Islam .....57

## **BAB III HASIL PENELITIAN**

- A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....61
  1. Sejarah Dan Gambaran Umum Kecamatan Bandar Sribawono .....63
  2. Keadaan Geografis .....64
  3. Keadaan Demografi .....65
  4. Keadaan Pertanian .....67
  5. Keadaan Sarana Perekonomian .....68
  6. Keadaan Sarana Perindustrian Kecamatan Bandar Sribawono .....70

B. Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal .....	71
C. Identifikasi Kekuatan Dan Kelemahan .....	75
D. Identifikasi Peluang Dan Ancaman .....	78

#### **BAB IV ANALISA DATA**

A. Strategi Pengembangan yang Tepat Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal Dengan Produk Modern.....	81
B. Strategi Pengembangan Potensi Pangan Lokal Untuk Meningkatkan Industri Kreatif .....	86
C. Pandangan Ekonomi Islam Mengenai Etika Bisnis Industri Kreatif Di Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur .....	89

#### **BAB V PENUTUP**

A. keimpulan .....	99
B. Saran.....	101

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jumlah penduduk kecamatan Bandar sribawono berdasarkan jenis .....	kelamin ta
Tabel 3.2. Luas Dan Produksi Tanaman Utama Kecamatan BandarSribawono.....	Kabupaten
Tabel 3.3. Produk Lokal Dari Hasil Pertanian Dikecamatan Bandar Sribawono .....	Kabupaten
Tabel 3.4. Produksi Tanaman Perdagangan Dan Atau Komoditi Kecamatan Bandar....	Sribawono
Tabel 3.5. Sarana Perekonomian Di Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten .....	Lampung 7
Tabel 3.6. Data Kelompok UKM Desa Dan Tenaga Kerja dikecamatan Bandar.....	Sribawono
Tabel 4.1. Data Pelaku Industri Kreatif Mengikuti Pelatihan Tahun 2016..... 88	
Tabel 4.2. Data Pelaku Industri Kreatif Mengikuti Pelatihan Tahun 2017..... 88	
Tabel 4.3. Data Pelaku Industri Kreatif Kec Bandar sribawono kabupaten	



lampung ti

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Struktur Organisasi Kecamatan Bandar Sribawono .....	63
Gambar 4.1. Analisis SWOT .....	82





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal guna mendapat gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul skripsi ini yaitu “ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN LOKAL DALAM MENINGKATAN INDUSTRI KREATIF PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KECAMATAN BANDAR SRIBAWONO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR)”.

Maka terlebih dahulu ditegaskan hal-hal yang terkandung dalam judul tersebut sebagai berikut:

1. **Analisis** adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.<sup>2</sup>
2. **Strategi** adalah perencanaan yang dibuat untuk mencapai tujuan sesuai dengan yang ingin di capai<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Adi Gunawan, *Kamus Cerdas Bahasa Indonesia*, (Surabaya, Kartika, 2003). h. 25.

<sup>3</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Setrategik* (Bandung: Erlangga, 2012), h. 64.

3. **Pengembangan** adalah penyiapan individu untuk memiliki tanggung jawab yang berbeda atau yang lebih tinggi dalam organisasi.<sup>4</sup>
4. **Produk** adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk fisik, jasa pengalaman, acara, orang tempat, property, organisasi, dan etc.<sup>5</sup>
5. **Pangan lokal** adalah pangan yang di produksi dan di kembangkan sesuai dengan potensi dan sumberdaya wilayah dan budaya setempat.<sup>6</sup>
6. **Industri** adalah kelompok perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang serupa<sup>7</sup>
7. **Kreatif** adalah daya cipta dan kemampuan intelektual untuk menciptakan karya atau produk kreatif yang memiliki sifat pembaharuan atau kreasi baru berdasarkan kecerdasan dan imajinasi.<sup>8</sup>
8. **Ekonomi islam** adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah islam.<sup>9</sup>

---

<sup>4</sup> Henry Simamora, *Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Yogyakarta : Sekolah Tinggi Basis Ekonomi YKPN, 2004), h. 237.

<sup>5</sup> Philip Kotler, Kevin Kreller. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2008. h. 4.

<sup>6</sup> *ibid.*

<sup>7</sup> M Taufiq Amir. *Manajemen Setrategik Konsep dan Aplikasi* (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), h. 50.

<sup>8</sup> Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2009, Tentang Pengembangan Industri Kreatif Pasal 1.

<sup>9</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Economics. Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi*, (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2013). h. 1.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat dipahami bahwa maksud judul ini adalah Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun alasan dipilihnya judul penelitian ini berdasarkan alasan secara objektif dan subjektif adalah sebagai berikut :

### **1. Alasan Objektif**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui masalah yang diteliti ingin menganalisis tingkat potensi lokal mengenai analisis Strategi pengembangan produk pangan lokal dalam meningkatkan industri kreatif perspektif ekonomi islam

### **2. Alasan Subjektif**

Judul yang diajukan sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang penulis pelajari saat ini, yaitu berhubungan dengan jurusan ekonomi islam. penelitian ini dirasa mampu untuk diselesaikan oleh penulis, mengingat adanya ketersediaan bahan *literature* yang cukup memadai serta data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian baik data primer dan data sekunder memiliki kemudahan akses letak objek penelitian mudah dijangkau oleh penulis.

### **C. Latar Belakang**

Pertanian merupakan sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. hal ini di sebabkan sebagian besar wilayah penduduk Indonesia bermata pencaharian sebagai petani dan sektor pertanian menduduki posisi strategis yang dilakukan dengan fungsinya untuk mencapai beberapa tujuan. pengembangan sektor pertanian dalam mendukung industrialisasi pangan didasarkan pada pendekatan agribisnis, termasuk agroindustri yang dapat memperkuat kaitan mata rantai produksi, penanganan pasca panen, pengolahan dan pemasaran untuk meningkatkan nilai tambah hasil-hasil pertanian.

Indonesia mempunyai pola pangan pokok yang beragam dengan menggunakan pangan lokal berbagai pola pangan pokok yang tersebar di berbagai provinsi. Beragam pangan lokal mempunyai prospek yang cukup luas untuk dikembangkan sebagai substitusi beras dan untuk diolah menjadi makanan berkreasi. pengembangan industri pengolahan pangan didukung oleh sumberdaya alam pertanian, nabati dan hewani yang mampu menghasilkan berbagai produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumberdaya lokal atau daerah. saat ini beberapa Negara asia banyak produk pangan lokal yang diangkat dari jenis pangan lokal diolah secara tradisional dan mampu bersaing di pasar global.

Seperti telah kita rasakan saat ini makanan asing merebut pasar Indonesia dengan mempopulerkan makanan-makanan asing sebagai makanan yang bergengsi. Apabila hal ini berlangsung secara terus menerus maka akan sangat mengkhawatirkan bangsa kita. Dimana kita tidak mengenal makanan kita sendiri. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kegemaran sebagian masyarakat terhadap makanan tradisional Indonesia antara lain disebabkan karena adanya perubahan gaya hidup, perubahan sosial budaya perkembangan ekonomi dalam kehidupan masyarakat, dan ketergantungan masyarakat terhadap makanan modern. seperti Kfc Mc Donald, Burger, Kebab, jajanan buatan pabrik. Subsistem industri pengolahan merupakan salah satu penyumbang dalam memantapkan perekonomian. Industri pengolahan pangan merupakan industri yang bergerak dalam pengolahan hasil pertanian baik nabati maupun hewani menjadi produk pangan olahan.

Untuk Menghadapi era globalisasi dan persaingan bebas, industri kecil berbasis bahan hasil pertanian perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan nilai tambah hasil pertanian dan menjadikan desa sebagai pusat perekonomian masyarakat pedesaan. dan Seiring meningkatnya industri pangan. Hasil pertanian dan budidaya pangan suatu daerah merupakan suatu aset ekonomi, budaya dan kesehatan masyarakat. Oleh karena itu sangat tepat apabila sasaran pembangunan bidang pangan di Indonesia diantaranya adalah; terwujudnya ketahanan pangan rumah tangga, berkembangnya industri-industri usaha kecil menengah. Keberadaan industri pengolahan makanan hasil pertanian di Indonesia yang

paling besar adalah industri rumah tangga, industri kecil dan industri menengah dan besar.

Salah satunya yaitu UKM yang bergerak dibidang makanan. Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang makanan (*food*) mendorong lahirnya persaingan di dunia produksi. Hal ini di tandai dengan banyaknya usaha-usaha baru di bidang tersebut. Dalam mengembangkan usaha baru perusahaan dituntut bertahan hidup dan mampu bersaing dengan produk lain. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengembangkan strategi bisnis guna meningkatkan usahanya. Dalam memasarkan produknya, seorang pengusaha harus mampu dan pandai membaca situasi perubahan sekarang dan masa yang akan datang. Seorang pengusaha harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen serta kapan dan dimana dibutuhkan.

Di samping itu, perusahaan harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Pesaing dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip. Semua jenis pesaing ini mampu menggrogoti produk yang ditawarkan. Dalam dunia bisnis, tugas utama pengusaha adalah menggaet pelanggan sebanyak mungkin, baik pelanggan yang baru ataupun pelanggan dari produk yang lain. Dan yang paling ekstrem adalah bagaimana cara mematikan pesaing baik dengan cara langsung ataupun secara pelan-pelan.

Dalam menjalankan strategi perusahaan yang kompetitif, seorang pengusaha diharapkan terus menerus mengetahui dan memantau gerak-gerik pesaingnya. Informasi mengenai pesaing setiap saat harus didapat dan dianalisis. Informasi ini didapat dicari melalui berbagai cara, baik melalui intelijen pemasaran yang dimiliki perusahaan maupun dari sumber informasi lainnya. Tujuannya adalah agar perusahaan mengetahui keunggulan pesaing dalam bidang mana serta dimana letak kelemahan pesaing dan berusaha untuk bertahan jika suatu waktu terjadi serangan balik dari pesaingnya.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan permasalahannya adalah Keterbatasan usaha mikro kecil dan menengah sebagai sektor unggulan daya saing perlu dipahami keterbatasannya, antara lain dalam hal ukuran unit usaha, pengembangan kapasitas modal, teknologi produksi yang masih sederhana dan pemasaran produk.<sup>10</sup>

Pangan merupakan komoditas penting dan strategis karena pangan merupakan kebutuhan pokok manusia yang pemenuhannya menjadi hak asasi setiap rakyat Indonesia.<sup>11</sup> Ketahanan pangan adalah suatu kondisi terpenuhinya pangan bagi rumah tangga yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup baik jumlah maupun mutunya aman, merata dan terjangkau.<sup>12</sup> salah satu upaya untuk

---

<sup>10</sup> Wawancara Dengan Ibu Sukanti

<sup>11</sup> Ni Made *Suyastiri Y.P.*, “*Diversifikasi Konsumsi Pokok Berbasis Potensi Lokal Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Pedesaan Di Kecamatan Semin Kabupaten Gunung Kidul*”. jurnal *Ekonomi Pembangunan* vol. 13 no. 1, (Yogyakarta : April 2008), h. 51.

<sup>12</sup> Wahyu, Iwan Setiawan, *BUMN Pangan Evaluasi Menuju Kedaulatan Pangan* (Jakarta: Niaga Swadaya, 2017), h.63.

meningkatkan ketahanan pangan adalah melalui penganekaragaman pangan, yaitu suatu proses pengembangan produk yang tidak bergantung pada satu jenis saja. pengembangan tersebut mencakup aspek memproduksi bahan pangan sebagai bahan olahan, distribusi dan konsumsi pangan di tingkat rumah tangga.

Berkembangnya industri kecil dan kreatif dimasyarakat akan dapat menggulirkan perekonomian masyarakat karena kekuatan ekonomi nasional muncul dan tumbuh ditengah-tengah masyarakat. Industri kreatif tidak bisa dilihat dari konteks ekonomi saja, tetapi dari dimensi budaya juga. Karena strategi kebudayaan sangat menentukan arah perkembangan industri kreatif Potensi industri kreatif dan usaha mikro kecil merupakan peluang untuk mengembangkan kemandirian pangan suatu daerah berbasis pangan lokal. Industri kreatif adalah suatu industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeskploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.<sup>13</sup>

Sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik dan hiburan. Ekonomi kreatif bersumber pada kegiatan ekonomi dari industri kreatif. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi pada

---

<sup>13</sup> Fitri Rahmawati, “*Pengembangan Industri Kreatif Melalui Pemanfaatan Pangan Lokal Singkong*”. (makalah yang di sampaikan pada Seminar Nasional tentang Peran Pendidikan Kejuruan dalam Pengembangan Industri Kreatif, yang di selenggarakan oleh Universitas Negeri Yogyakarta, Jurusan PTBB FT UNY 21 November 2009). h.131.



pemanfaatan kreativitas dan inovasi. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau mutu produk saja, tetapi bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi. Ada 14 sub sektor industri kreatif atau ekonomi kreatif yaitu: periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, music, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan computer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangan.<sup>14</sup>

Dalam membahas perspektif ekonomi islam ada salah satu titik awal yang benar-benar harus kita perhatikan yaitu ekonomi dalam islam itu sesungguhnya bermuara kepada akidah islam, yang bersumber dari syariatnya. sedangkan dari sisi lain ekonomi islam bermuara pada al-quran alkarim dan as-sunnah nabawiyah yang berbahasa arab. ekonomi islam yang tengah ber kembang ssat ini baik tataran teori maupun praktik merupakan wujud nyata dari upaya operasionalisasi islam sebagai rahmatan lil alamin. melalui proses panjang dan akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman<sup>15</sup>.

Di Indonesia dikaruniai allah dengan tanah yang subur justru bisa memiliki produktivitas yang tinggi dengan beraneka ragam jenis tanaman baik untuk bahan pangan, hasil perkebunan serta tanaman lainnya yang sebelumnya kita anggap tidak ada manfaatnya,

---

<sup>14</sup> Department Kebudayaan Dan Pariwisata Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional Yogyakarta, *Jantra Jurnal Sejarah Dan Budaya*, Volume 5 No,9, Juni2010, h. 30.

<sup>15</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* ( Jakarta: Kencana, 2007), h. 05.

Dalam Islam bukan merupakan suatu larangan riba bila umatnya mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya, namun harus sesuai dengan syarat dan tidak bertentangan ajaran dalam syariat islam. Islam juga menganjurkan umatnya untuk berproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, pertanian, perkebunan, periklanan, perindustrian dan perdagangan. Bekerja dalam Islam bukan hanya memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga merupakan suatu kewajiban agama, sehingga perlu diperhatikan cara dan proses kerja yang akan membawa konsekuensi terhadap hasil, karena ekonomi islam menolak mengambil keputusan atau pendapatan yang diperoleh bukan berdasarkan pada pendapatan yang halal dari usaha. Sebagaimana yang telah disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-Jumu'ah Ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

*Artinya : 10. Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Strategi Pengembangan yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk lokal dengan produk modern?
2. Bagaimana strategi pengembangan potensi pangan lokal untuk meningkatkan industri kreatif ?

3. Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam Mengenai Etika Bisnis Industri Kreatif di Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur?

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui strategi pengembangan untuk meningkatkan daya saing produk lokal dengan produk modern
- b. Untuk mengetahui strategi pengembangan potensi pangan lokal untuk meningkatkan industri kreatif
- c. Untuk mengetahui Pandangan Ekonomi Islam Mengenai Etika Bisnis Industri Kreatif di Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

- 1) Dari segi ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya tentang analisis strategi pengembangan produk pangan lokal dalam meningkatkan industri kreatif
- 2) Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi masukan dan pemahaman bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi yang ada di wilayah setempat. khususnya masyarakat kecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur

- 3) Bagi penulis Untuk menambah pencerahan baru secara pribadi mengenai strategi pengembangan produk pangan lokal dalam meningkatkan industri kreatif perspektif ekonomi islam
- 4) Bagi pembaca Dapat digunakan sebagai acuan di bidang penelitian sejenis.

#### **b. Manfaat Praktis**

- 1) Bagi Pemerintah dapat memberikan saran-saran dan masukan untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas potensi pangan lokal yang ada di kecamatan Bandar sribawono lampung timur
- 2) Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti khususnya mengenai potensi lokal dan strategi untuk mengembangkan pangan lokal dalam meningkatkan industri kreatif, usaha kecil, industri rumah tangga, mikro dan menengah yang ada di kecamatan Bandar Sribawono kabupaten lampung timur.
- 3) Bagi pembaca, hasil penelitan ini dapat menambah dan mengembangkan wawasan pembaca terkait masalah pengembangan produk pangan yang berbasis potensi lokal dalam meningkatkan industri kreatif perspektif ekonomi islam, Selain itu sebagai referensi baru bagi pembaca yang tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam tentang penelitian ini.

## **F. Metode Penelitian**

Metode adalah suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian. Sedangkan penelitian itu sendiri diartikan sebagai upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran.<sup>16</sup>

### **1. Jenis dan Sifat Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.<sup>17</sup> Metode Penelitian ini berjenis penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan penelitian lapangan.

Selain menggunakan *field research* penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam materi yang terdapat dalam ruang lingkup kepustakaan. Yang dimaksud dengan penelitian kepustakaan adalah penelitian dengan membaca, menelaah dan mencatat bahan

---

<sup>16</sup> Mardalis, *Metode Penelitian suatu Pendekatan Proposal*, Cet.X, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008). h. 24

<sup>17</sup> Hadi Sutrisno, "Metode Research", (Yogyakarta: UGM, 2002). h. 142

dari berbagai *literature* yang berhubungan langsung dan yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini.<sup>18</sup>

### **b. Sifat Penelitian**

Di lihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat *deskriptif kualitatif*, yaitu penelitian yang berusaha untuk menentukan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi peneliti juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikan.<sup>19</sup> Dengan mengumpulkan data-data dari lapangan yang berupa wawancara dan catatan hasil penelitian dilapangan.

## **2. Sumber Data**

Untuk mengumpulkan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan data sebagai berikut :

### **a. Data Primer**

Data primer merupakan sebuah informasi data yang diperoleh penulis secara langsung dari tempat objek penelitian, dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari pengamatan penulis, serta dari data pertanyaan yang berupa wawancara.<sup>20</sup> kepada kepala camat kecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur dan pelaku-pelaku industri dikecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur.

### **b. Data Sekunder**

---

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 144

<sup>19</sup> Prasetya Irawan, *Logika dan Prosedur Penelitian*, (Jakarta, STIA-LAN, 1998). h. 60

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 86

Selain data primer sebagai pendukung dalam penelitian ini penulis juga menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber eksternal maupun sumber internal.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku *literatur* dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diperoleh dari Media Internet, Buku-Buku, Terdahulu, dan Jurnal ang Berkaitan Dengan Penelitian Dan Data Dari Kantor Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur.

### **3. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>22</sup> Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Seluruh Desa dan pelaku UMKM berjumlah 20 industri Kreatif dari bahan pangan lokal yang ada di kecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur

#### **b. Sampel**

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan di teliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>23</sup> Adapun

---

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 87

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Pnelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2011).

<sup>23</sup> *Ibid.*, h. 218.

sampel dalam penelitian ini berjumlah 20 industri kreatif pengolahan bahan pangan.

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini penulisan menggunakan metode-metode sebagai berikut :

##### **a. Observasi**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara.<sup>24</sup>

Metode ini penulis gunakan sebagai penunjang untuk membuktikan kebenaran data yang diperoleh dari interview mengenai strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam

##### **b. Wawancara**

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antar interview dengan responden dan kegiatannya dilakukan secara lisan.<sup>25</sup>

Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan para pelaku UMKM industri

---

<sup>24</sup> Sugiyono, *ibid.*, h. 145.

<sup>25</sup> Joko Subagio, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Cet.4, (Jakarta, PT Asdi Mahasatya, 2004). h. 39.



rumah tangga dan kantor kecamatan bandar sribawono kabupaten lampung timur.

### c. Dokumentasi

Yaitu proses mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulenrapat, agenda dan sebagainya.<sup>26</sup> Dalam hal ini, penulis mengumpulkan data-data dengan arsip, buku dan lain sebagainya yang ada dan terdapat di perpustakaan dan di Dinas pertanian dan pangan, dinas perindustrian dan perdagangan dan kantor kecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur.

## 5. Analisis Dan tPengolahan Data

Setelah data terkumpul, maka peneliti akan mengolah data dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

- a. Editing, Memeriksa kembali semua data yang diperoleh dengan memilih dan meyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevasinya dengan permasalahannya.<sup>27</sup>
- b. Organizing, Mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan

---

<sup>26</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, (Jakarta, PT Rineka Cipta, 2002). h. 206.

<sup>27</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), h. 167.

masalah, serta mengelompokan data yang diperoleh.<sup>28</sup> Teknik ini merupakan langkah kedua setelah *editing*, yaitu memudahkan peneliti untuk memahami tentang Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Terhadap Peningkatan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam

- c. Analyzing, Metode analisa dalam penelitian ini berdasarkan metode analisa dengan cara berfikir Deduktif. Metode Deduktif adalah berangkat dari fakta-fakta umum, peristiwa-peristiwa kongkrit, kemudian dari fakta-fakta dan peristiwa yang umum, kongkrit di tarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat=sifat khusus.<sup>29</sup>

Dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil *editing dan organising* data yang diperoleh dari sumber-sumber penelitian dengan menggunakan teori sehingga diperoleh kesimpulan.<sup>30</sup> Menurut penulis *analysing* yaitu berawa dari data-data yang masih bersifat samar-samar dan semu, kemudian bila diteliti lebih lanjut akan semakin jelas karena data yang diperoleh dan hasilnya pun akan lebih sempurna.

## G. Tinjauan Pustaka

Dalam hal ini penulis mencantumkan penelitian terdahulu untuk membedakan dengan penelitian yang saya buat:

---

<sup>28</sup> *Ibid.*,h.93.

<sup>29</sup> *Ibid.*, 93.

<sup>30</sup> Sugiono, *Metode Penelitian dan Administasi*, (Bandung, CV Alfa Beta, 1998).h. 300.

Penelitian pertama dengan Judul: *“Strategi Pengembangan Pangan Olahan Jipang Di Desa Luweng Lor Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo”* oleh Yuli Atmojo/122310009 Jurusan studi agribisnis fakultas pertanian universitas muhammadiyah purworejo 2017.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan dalam pengembangan jipang di desa luweng lor kecamatan pituruh kabupaten purworejo, alternative strategi yang dapat di terapkan dalam pengembangan jipang di desa luweng lor, prioritas strategi yang di gunakan dalam pengembangan jipang di desa luweng lor kecamatan pituruh kabupaten purworejo.

Penelitian kedua dengan Judul: *“Strategi Pengembangan Usaha Sari Buah Jambu Biji Kabupaten Subang pada PT. Lipisa*

*ri Patna, Kabupaten Subang, Jawa Barat“* Oleh Muhammad Firdaus Mulya Nuranggara/H3405162 Jurusan Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor 2009, Penelitian ini bertujuan untuk membuat formula strategi bisnis yang dapat di terapkan oleh pengusaha sari buah jambu biji sesuai dengan kondisi perusahaan, dan membuat perencanaan strategi untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat memberikan kontribusi dalm meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar

Penelitian ketiga dengan Judul: *“Strategi Pengembangan Komoditas Tanaman Bahan Pangan Di Kabupaten Boyolali Dengan Pendekatan Tipologi Klassen”* oleh Milasari Puspita Dewi H0305025 Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta 2009.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui klasifikasi komoditi tanaman bahan pangan di kabupaten boyolali berdasarkan pendekatan tipologi klassen dan untuk mengetahui setrategi pengembangan komoditi tanaman bahan pangan di Kabupaten Boyolali berdasarkan pendekatan Tipologi Klassen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, hasil penelitian yang satu tidak sama dengan penelitian yang lainnya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan subyek penelitian, variabel penelitian, dan metode penelitian. Dari hasil pembahasan diatas sudah terlihat jelas bahwa penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian yang sudah ada, karena belum ada yang membahas tentang “ Analisis Strategi Pengembangan Produk

Pangan Lokal dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)”.Maka peneliti berpendapat bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya dan perbedaannya.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Manajemen Strategi**

##### **1. Pengertian Manajemen Strategi**

Manajemen adalah serangkaian penuh komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan menghasilkan di atas rata-rata. liput strategi relevan berasal dari analisis lingkungan eksternal dan internal, diperlukan untuk formulasi dan implementasi strategi yang efektif. sebaliknya, tindakan strategis efektif adalah persyaratan untuk dapat mencapai hasil yang di inginkan bagi daya saing strategis dan laba di atas rata-rata. jadi, manajemen strategi digunakan untuk mencocokkan kondisi pasar dan struktur persaingan yang selalu berubah dengan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi perusahaan yang terus menerus berkembang. Tindakan strategis efektif yang dilakukan dalam konteks formulasi dan implementasi strategis yang diintegrasikan dengan cermat akan menghasilkan output strategis (*outcome strategic*) yang diinginkan<sup>31</sup>

Menurut James A.F. Stoner manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang di tetapkan.

---

<sup>31</sup> Michael, R. Duene, Dkk, *Manajemen Setrategi*, Edisi Pertama (Jakarta : Salemba Empat 2001) h. 6.

Menurut Horold Koontz Dan Cyril O'donnel, manajemen adalah usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui tindakan-tindakan perencanaan.<sup>32</sup> Pada awalnya konsep strategi di definisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan. konsep generik ini terutama sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang di gunakan di dalam dunia militer. strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh-musuh dalam suatu peperangan.<sup>33</sup>

Menurut Alfred Chandler strategi adalah alat untuk menentukan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan dan adopsi dari program tindakan alokasi sumberdaya yang di perlukan untuk melaksanakan tujuan tersebut. sedangkan

## **2. Macam-macam Strategi**

pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai strategi dalam berusaha, dimana penentuan setrategi ini di ambil melalui 12 tindakan yaitu integrasi kedepan, integrasi kebelakang, inegrasi horizontal, penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, diversifikasi konsentrik, diversifikasi konglomerat, diversifikasi horizontal, retrectmen, divestasi dan likuidasi. berikut adalah mcama-macam strategi yang dapat digunakan perusahaaan menurut sabariah:

### **a. Strategi Diversifikasi**

---

<sup>32</sup> Anton Athoillah, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung : Pustaka Setia, 2010), h. 16.

<sup>33</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Setrategik* (Bandung: Erlangga, 2012), h. 24.

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk baru pada bisnis yang sudah ada atau memulai usaha baru dengan konsep yang sama untuk meningkatkan laba.

b. Strategi Divensif

Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan.

c. Strategi Intensif

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

d. Strategi Umum M. Porter

Porter mengemukakan bahwa untuk membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif dapat menggunakan tiga landasan strategi dimana ketiganya merupakan strategi umum yaitu:

1) Strategi keunggulan biaya

strategi yang menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang sangat peka terhadap perubahan harga. dalam penerapannya, strategi keunggulan biaya umumnya harus dilakukan bersama dengan diferensiasi.

2) Strategi Diferensiasi

Merupakan strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik dan ditujukan kepada konsumen



yang relative tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

### 3) Strategi Fokus

Merupakan strategi yang menekankan pada pembuatan produk dan penyediaan jasa untuk memenuhi kebutuhan para kelompok kecil konsumen. organisasi yang menerapkan strategi ini dapat memusatkan perhatian pada kelompok pelanggan, pasar geografis dan segmen ini pada produk tertentu.<sup>34</sup>

## 3. Tahap-Tahap Manajemen Strategi

Untuk menentukan strategi apa yang sesuai digunakan oleh suatu perusahaan, terdapat tiga tahap penentuan dan penyusunan manajemen strategi:

### a. Implementasi Strategi

Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk memerlukan program, anggaran yang akan membiayai pelaksanaan program, prosedur untuk memastikan program berjalan seperti yang diharapkan.

### b. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah meninjau ulang faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar dan strategi saat ini.

---

<sup>34</sup> Stephen P. Robbins, Mary Caulter, *Manajemen Edisi Ke 10* (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 213.

### c. Formulasi Strategi

Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, mengidentifikasi peluang dan ancaman, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.<sup>35</sup>

## 4. Analisis SWOT

### a. Definisi Analisis SWOT.

SWOT merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) internal dari suatu perusahaan serta *Opportunities* (peluang) dan *Threat* (ancaman) lingkungan yang dihadapinya. dengan kata lain SWOT Merupakan teknik yang relative sederhana, karena itu, sebenarnya ia dapat digunakan untuk memformulasikan strategi dan kebijakan bagi setiap industri. Analisis SWOT (*SWOT analysis*) merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan.

Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eks ternal (peluang

---

<sup>35</sup> Ismail Solihin, *Op.Cit*, h. 66-67.

dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.<sup>36</sup>

## **b. Manfaat Analisis SWOT**

Metode analisis SWOT merupakan metode analisis yang paling dasar dalam melakukan analisis strategi, yang bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan ataupun suatu topik dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan atau organisasi dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan yang dimiliki dan juga menghindari berbagai ancaman yang terjadi.

## **c. Tujuan, dan Fungsi Analisis SWOT**

### **1) Tujuan Analisis SWOT**

Analisis SWOT mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan perusahaan.<sup>37</sup> Maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui telaah

---

<sup>36</sup> John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr, *Edisi 10 Strategic Management (Manajemen Strategis) Formula, Implementasi, dan pengendalian*, (Jakarta Selatan : Salemba Empat, 2002), h. 200.

<sup>37</sup> *Ibid.*,h. 38

terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi perusahaan yang realistis dalam mewujudkan misi dan misinya.

Maka tujuan analisis SWOT pada perusahaan adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yang telah analisis. Apabila terdapat kesalahan, agar perusahaan itu harus mengelola untuk mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik begitu juga pihak perusahaan harus mengetahui kelemahan yang dihadapi agar menjadi kekuatan serta mengatasi ancaman menjadi peluang.

## 2). Fungsi Analisis SWOT

Ketika suatu perusahaan mengorbitkan suatu produk tentunya pasti telah mengalami proses pnganalisaan terlebih dahulu oleh tim teknik *corporate plan*..<sup>38</sup> Pengenalan akan kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk tetap menaruh perhatian dan melihat peluang-peluang baru. Sedangkan penilaian yang jujur terhadap kelemahan-kelemahan yang ada akan memberikan bobot realisme pada rencana-rencana yang akan dibuat perusahaan. Maka, fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan yang dilakukan melalui tela'ah terhadap kondisi eksternal perusahaan.

---

<sup>38</sup> *Ibid*, h. 39.

#### **d. Keunggulan Analisis SWOT**

Berikut adalah keunggulan dari analisis SWOT antara lain:

- 1) Dapat dijadikan panduan dalam penyusunan kebijakan strategis menuju target yang telah dicanangkan sebelumnya. Dapat membantu memudahkan proses evaluasi berkaitan dengan penentuan kebijakan strategis sekaligus sistem perencanaan agar meraih kesuksesan dari waktu sebelumnya.<sup>39</sup>
- 2) Dapat dijadikan bagian penting untuk memperoleh informasi tentang beragam hal yang dibutuhkan menuju proses perubahan perbaikan masa mendatang.
- 3) Dapat meningkatkan motivasi dalam menemukan ide-ide kreatif untuk terus maju meraih kesuksesan yang ditargetkan sebelumnya

#### **e. Keterbatasan SWOT**

Analisis SWOT tentu saja bukan metode yang sempurna, ada beberapa kelemahan atau keterbatasan yang harus menjadi perhatian dalam pengambilan keputusan setrategi misalnya:

- 1) Analisis SWOT biasanya merefleksikan pandangan seseorang atas kondisi yang dihadapi, yang bisa saja salah kaprah sehingga dijadikan pembenaran terhadap apa-apa yang sudah dilakukan .
- 2) Analisis SWOT dapat membuat sebuah institusi atau organisasi lamban dan malas dalam mengupayakan peluang.

---

<sup>39</sup> *Ibid*, h. 40

- 3) Analisis SWOT dapat terlalu menekankan kekuatan internal dan menganggap remeh ancaman eksternal.
- 4) Analisis SWOT dapat terlalu menekankan pada satu kekuatan atau elemen strategi

#### **f. Unsur-Unsur Perencanaan**

##### **1) Visi**

Visi memiliki keterkaitan dengan misi perusahaan, visi dan misi secara bersama-sama menunjukkan tujuan yang ingin di capai perusahaan di masa yang akan datang dan arah strategi pengembangan usaha perusahaan. Misi yang disusun oleh perusahaan mengacu pada visi suatu perusahaan. Visi yang jelas akan menjadi landasan bagi pengembangan arah usaha perusahaan yang komprehensif.<sup>40</sup>

Evaluasi terhadap visi dan misi secara periodik perlu dilakukan karena seiring perjalanan waktu, perusahaan bisa saja mendapati dirinya berada dalam bisnis “yang keliru” karena pendiri perusahaan mendirikan usaha hanya didasari oleh adanya tren bisnis musiman yang memiliki daur hidup sangat pendek atau keberadaan perusahaan tidak relevan lagi didalam bisnis yang digeluti saat ini.

---

<sup>40</sup> *Ibid*, h. 21.

## 2) Misi

Misi (*mission*) dari sebuah perusahaan di rumuskan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mendasar. Misi bagi suatu usaha perusahaan akan menggambarkan bisnis apa yang sedang dan akan dijalankan oleh perusahaan serta tujuan kualitatif apa yang ingin dicapai perusahaan melalui keberadaannya dibidang bisnis tertentu.<sup>41</sup> Misi yang dibuat oleh perusahaan setidaknya mengandung tiga komponen yaitu: sensitivitas terhadap keinginan pelanggan (*sensitivity to customer wants*), perhatian terhadap mutu/kualitas (*concern for quality*) dan pernyataan visi perusahaan (*statements of company vision*).

## 3) Tujuan

Tujuan secara generik dapat didefinisikan sebagai hasil-hasil akhir (*end result*) yang ingin dicapai oleh perusahaan. Misi merupakan hasil akhir yang ingin dicapai perusahaan dan memiliki horizon waktu yang sangat panjang untuk mencapainya. Selain itu misi perusahaan dinyatakan secara kualitatif lebih menunjukkan sifat (*the nature of things*) daripada ukuran (*the measure of things*).<sup>42</sup> Berbeda dengan misi, tujuan (*objective*) merupakan hasil akhir yang ingin dicapai perusahaan dalam jangka waktu tertentu dan dinyatakan secara kuantitatif (lebih menunjukkan *the measure of thing*).

---

<sup>41</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strategi*, (Jakarta, Erlangga, 2012), h. 18.

<sup>42</sup> *Ibid*, h. 23.

#### 4) Kebijakan

Kebijakan (*policy*) secara sederhana dapat didefinisikan sebagai *guide to action*. Kebijakan merupakan suatu panduan umum yang akan mengarahkan pembuatan keputusan yang akan di ambil oleh para pembuat keputusan di dalam perusahaan. Kebijakan menjadi pedoman yang akan menghubungkan formulasi strategi dengan implementasi strategi yang akan dilakukan perusahaan.<sup>43</sup> Kebijakan juga dibuat oleh perusahaan untuk menjadi panduan dalam melakukan pengambilan keputusan untuk hal-hal yang berulang-ulang terjadi. Tujuan dibuatnya kebijakan tersebut adalah untuk mengurangi adanya *discretion* (pertimbangan pribadi) dimana diskresi berpotensi menjadikan keputusan yang dibuat menjadi tidak konsisten (berbeda-beda).

#### 5) Prosedur dan Aturan

##### a) Prosedur

Prosedur (*procedures*) merupakan metode atau cara yang baku untuk melaksanakan pekerjaan tertentu. Prosedur diperlukan agar pelaksanaan pekerjaan dilaksanakan menurut metode tertentu sehingga diperoleh hasil yang seragam.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> *Ibid*, h. 29.

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 30.



## b) Aturan

Aturan (*rules*) merupakan keputusan tetap untuk diterapkan pada masalah-masalah yang selalu berulang dan penting bagi suatu komponen perusahaan. Selain itu aturan merupakan keputusan tetap yang diterapkan tanpa memerhatikan urutan waktu.<sup>45</sup>

## B. Pangan Lokal

### 1. Pengertian Pangan

Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air baik yang di olah yang di peruntukan sebagai makanan atau minuman yang di konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan pembuatan makanan atau minuman.<sup>46</sup>

### 2. Konsep Pangan Lokal

Pangan lokal adalah pangan yang diproduksi dan dikembangkan sesuai dengan potensi sumber daya wilayah dan budaya setempat. Pangan lokal merupakan yang sudah dikenal, mudah diperoleh, beragam jenisnya. Bukan diimpor dan dapat diusahakan untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau dijual. Setiap daerah memiliki keunggulan pangan lokal yang berbeda sesuai dengan tingkat produksi dan konsumsi. Saat ini pangan lokal merupakan komoditi yang

---

<sup>45</sup> *Ibid*, h. 31.

<sup>46</sup> Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Pasal 1.

penting untuk dikembangkan dengan tujuan meningkatkan mutu dan citranya termasuk hasil olahannya baik produk jadi maupun setengah jadi.<sup>47</sup>

Pangan olahan merupakan segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang di olah maupun tidak diolah yang digunakan sebagai makanan atau minuman bagi kebutuhan dasar yang sangat penting bagi kehidupan setiap manusia baik secara fisiologis maupun psikologis. termasuk di dalamnya adalah tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam penyiapan, pengolahan atau pembuatan makanan, keberhasilan pembangunan pangan olahan masyarakat Indonesia akan dipengaruhi oleh kemampuan dalam bidang produksi, pengolahan, pemasaran, dan perindistribusian pangan olahan

### **3. Konsep Pangan dalam Perspektif Islam**

Didalam Islam, pangan adalah makanan atau barang yang dimaksudkan atau dihasilkan untuk dimakan atau diminum oleh manusia serta bahan yang digunakan dalam produksi makanan dan minuman. Secara etimologi makanan adalah memasukkan sesuatu melalui mulut. Dalam bahasa arab makanan berasal dari kata *at-ta'am* (الطعام) dan jamaknya *al-atimah* (الأطعمة) yang artinya makanmakanan. Sedangkan dalam ensiklopedi hukum Islam yaitu segala sesuatu yang dimakan oleh manusia, sesuatu yang menghilangkan lapar.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> *Ibid.*,

<sup>48</sup> Isharul Hidayat, "Analisis Pengaruh Subsid Pupuk Dan Kredit Pangan Terhadap Ketahanan Pangan" (Skripsi Program Sarjana Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar 2014), h. 16.

Proses pemilihan dan pemilahan makanan merupakan perilaku awal seorang hamba untuk lebih mendekatkan diri (taqwa) kepada Allah. Dengan kata lain, beriman tidaknya seseorang paling tidak dapat ditinjau dari status makanan yang dikonsumsinya. Di sisi lain, pangan merupakan energi untuk berbuat kebajikan di muka bumi sebagai tanda rasa syukur atas nikmat Allah. Dan pangan ini juga merupakan sumber pembentuk daging, darah pada tubuh manusia yang secara otomatis akan banyak mempengaruhi cara berfikir dan emosional bahkan perilaku tiap-tiap individu. Dengan demikian, adalah suatu hal yang besar kemungkinannya (sebagai pengganti kata pasti), jika semakin banyak seseorang mengkonsumsi yang non halal maka semakin tinggi juga frekuensi pelanggaran atas perintah Allah karena prinsip hanyalah 3 H (Halal, Haram, Hantam).

Kita sebagai umat Islam yang berdomisili daerah minoritas muslim dan berinteraksi dengan masyarakat nonmuslim perlu mampu memilih dan memilah makanan yang halal sesuai syariat Islam. Kita perlu mengkaji lebih mendalam tentang konsep halal-haramnya suatu makanan dalam perspektif Islam. Kita perlu mengubah tanggapan dan perspektif mereka (saudara-saudara yang tidak seaqidah dengan kita) bahwa makanan yang haram bukan hanya makanan yang bersumber dari babi tetapi juga meliputi pelbagai konsep lain yang tentunya tidak lepas dari koridor syariat Islam.

## a. Konsep Halal-Haramnya Suatu Makanan dalam Perspektif Islam.

### 1) Prinsip Kehalalan Pangan dalam Islam

Di dalam Al-Quran Allah telah memerintahkan hamba-Nya untuk selalu mengkonsumsi makan yang halal dan baik. Secara etimologi halal adalah bentuk *masdar* dari kata *Halla* yang berarti *abaha* (boleh). Secara terminology halal adalah segala sesuatu yang tidak menimbulkan kerugian dan Allah memberi wewenang untuk melakukannya. Ada juga pendapat lain yang menyatakan bahwa halal adalah sesuatu yang terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan ukhrawi. Dalam bahasa hukum berarti sesuatu yang dibolehkan agama baik kebolehan itu bersifat *sunnah* (anjaran untuk dilakukan), makruh (anjaran untuk ditinggalkan) atau *mubah* (boleh).

Kehalalan suatu pangan dapat ditinjau dari dua sisi yaitu halal secara zat dan halal proses pemerolehan. Halal secara zat adalah segala hal yang boleh dikonsumsi yang tidak bertentangan dengan dalil *syar'a* (Quran dan sunnah yang akan dibahas lebih lanjut pada pembahasan Prinsip Keharaman). Status kehalalan zat ini juga akan berbeda pula dalam perspektif masing-masing individu yang sangat tergantung kepada iman, etika dan kebiasaan masing-masing.

Hal ini dapat dibuktikan dengan daging hasil sembelihan seorang muslim dan daging hasil sembelihan ahlu kitab. Walaupun kedua daging tersebut mempunyai dalil *syar'a* atas kehalalannya namun setiap pribadi

akan berbeda penilaiannya. Halal proses pemerolehan adalah sesuatu yang akan digunakan/dikonsumsi merupakan hasil dari usaha yang halal. Walaupun makanan yang akan dikonsumsi halal secara zat namun jika makanan tersebut merupakan hasil curian misalnya, maka makanan akan tetap haram untuk dikonsumsi maupun disumbangkan.

Sedangkan kata *tayyib* menurut Ibnu Hajar adalah lezat dan enak, bersih dan tidak membahayakan. Sedangkan Quraish Shihab memaknai kata *tayyib* dengan makanan yang sehat yaitu makanan yang memiliki gizi yang cukup dan seimbang, proporsional dalam pengertian sesuai dengan kebutuhan pemakan dan tidak berlebihan seperti yang terkandung di dalam Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

*Artinya: 168. Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Q.S. Al-Baqarah:168).*<sup>49</sup>

Karenanya Allah SWT menganjurkan orang-orang memakan dan mengkonsumsi makanan yang baik-baik yang telah dihalalkan untuk dimakan. Dengan demikian tidaklah semua makanan yang halal itu *tayyib*

---

<sup>49</sup> Departement Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, CV Diponegoro (Q.S. Al-Baqarah Ayat 168).

dan begitu juga sebaliknya, namun dengan memperhatikan ke-halal-an dan *ketayyibanan* suatu makanan, maka keberkahan akan datang baik dari sisi fisik maupun psikis. Tanpa terlepas dari halal dan *tayyibnya* suatu makanan, adab makan yang telah disampaikan oleh Rasulullah SAW juga sangat mempengaruhi keberkahan suatu makanan.<sup>50</sup>

## 2) Prinsip Keharaman Pangan Dalam Islam

haram adalah sesuatu yang secara tegas dilarang oleh Allah untuk dikerjakan dan pelakunya diancam siksa serta hukuman secara permanen diakhirat bahkan terkadang ditambah dengan adanya sanksi didunia. Pada prinsipnya segala sesuatu yang haram adalah segala yang dapat mendatangkan *mudharat* (bahaya) baik secara langsung ataupun tidak dan termasuk yang menjijikkan. Hukum haram jika dikaitkan dengan pangan, maka dapat dibagi dua yakni haram *lizatihi* dan haram *lighairih*. Haram *Lizatihi* adalah haram secara fisik sebagaimana yang termaktub dalam Al-Quran maupun hadis.

Sedangkan haram *Ligairihi* adalah sesuatu yang diharamkan karena suatu sebab yang tidak berhubungan dengan zatnya. Maksudnya adalah asal makanannya halal, akan tetapi dia menjadi haram karena adanya sebab yang tidak berkaitan dengan makanan tersebut. Misalnya, makanan dari hasil mencuri, upah perzinahan, sesajen perdukunan, makanan dari daging yang penyembelihannya tidak sesuai syariat Islam, dan lain

---

<sup>50</sup> *Ibid.*h. 18.

sebagainya.<sup>51</sup> Haram *Lizatihi* Sesuatu yang haram secara fisik ada tiga jenis di dalam Al-Quran surah Al-Maidah ayat 3 yaitu:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أَلْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ  
وَالْمَوْقُودَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ مِإِلَّا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى  
الْأُنْصَابِ تَسْتَقْسِمُوا وَأَنْ بِلَا زَلَمٍ ذَلِكُمْ فَسُقِ الْيَوْمَ يَيْسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ  
دِينِكُمْ فَلَا وَآخِشُونَ تَخْشَوْهُمْ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ  
نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْصَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ  
اللَّهُ فَإِنَّ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: 3, Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini barang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Kuridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (Q.S. Al-Maidah: 3).<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Ibid. h. 20

<sup>52</sup> Departement Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, CV Diponegoro (Q.S. Al-Maidah : 3)

#### **4. Strategi Pengembangan Produk Pangan lokal**

Seiring berkembangnya zaman dalam hal pangan, beberapa inovasi baru terus saja bermunculan meramaikan dunia pangan. dimana usaha ini merupakan salah satu usaha untuk penganekaragaman (diversifikasi) pangan. dalam dunia pangan kegiatan pengembangan produk merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh industri pangan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan peluang pasar.

Secara umum usaha kecil menengah akan berkembng apabila memiliki kekuatan dengan menggunakan bahan baku lokal dengan produk yang kreatif atau bervariasi macam-macam, sesuai permintaan, pengembangan sistem pemasaran produk. Permasalahannya perkembangan UKM pangan terkendala oleh kelemahan ukm nya sendiri terutama dalam produktivitas yang dicirikan rendah, kemasan kurang menarik belum adanya sistem jaminan mutu, modal terbatas dan pemasaran masih bersifat lokal. ada beberapa tahapan dalam kegiatan pengembangan produk pangan diperlukan diantaranya:

- a. Memberikan bantuan penyediaan alat untuk menghasilkan produk pangan berbahan baku pangan lokal.
- b. Fasilitasi dan pendampingan kepada UMKM untuk mengembangkan bisnis dan industri berbasis pangan lokal.
- c. Pengembangan Bisnis Dan Industri Pangan Lokal



Keberhasilan program pengembangan pangan lokal ditentukan juga oleh ketersediaan aneka ragam bahan pangan dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi aneka ragam pangan .

- d. Menjadikan industri pengolahan sebagai *A Leading sector* yang memiliki keterkaitan ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung yang kuat dengan komoditas pangan.
- e. Dalam pelaksanaannya diperlukan mengadakan operasional diantaranya: pembinaan, sosialisasi, koordinasi, monitoring, dan evaluasi serta pelaporan. Dalam rangka sosialisasi perlu diadakan pelatihan bersama-sama masyarakat melakukan gelar makan pangan lokal yang dikembangkan.<sup>53</sup>

## **C. Industri Kreatif**

### **1. Pengertian Industri Kreatif**

Ekonomi kreatif atau bisa di sebut industri kreatif merupakan suatu industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. dalam hal ini, industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptasn atau penggunaan pengeetahuan dan informasi. dan bisa di artikan konsep ekonomi yang menitikberatkan pada pengoptimalan informasi dan kreativitas, mengandalkan gagasan inovasi serta

---

<sup>53</sup> Marsigit, Wuri, *Pengembangan Diversifikasi Produk Pangan Olahan Lokal Bengkulu Untuk Menunjang Ketahanan Pangan Berkelanjutan*, (Vol 30, No. 4 November 2010) , h. 256.

ketersediaan sumberdaya sebagai faktor produksi utama menjalankan kegiatan ekonomi. hal ini ditandai dengan adanya perubahan proses teknologi dari tradisional menjadi beralih ke proses modern, perubahan penggunaan-penggunaan sumberdaya alam beralih ke sumber daya manusia, dan perubahan industri dari manufaktur menjadi jasa berkembang menjadi industri kreatif.<sup>54</sup>

Menurut Howkins, kreativitas apabila seseorang berkata, mengerjakan, dan membuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan karakter baru pada sesuatu. Dengan kata lain howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan dimana input dan outputnya adalah gagasan.

Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan atau berkreasi. Memiliki kreativitas berarti kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru untuk menemukan cara-cara baru dalam memecakan persoalan dan menghadapi peluang. Kreativitas bukan hanya sekedar keberuntungan tetapi merupakan kerja keras yang disadar.<sup>55</sup>

## **2. Klasifikasi Industri Kreatif**

Klasifikasi industri kreatif menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia 2008 menetapkan bahwa di Indonesia terdapat 14 subsektor industri kreatif yang meliputi:

---

<sup>54</sup> Dinna Mellita, Deni Erlansyah, “*Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Ur ban D Kota Palembang*” (Seminar Nasional 8 Call Paper, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatham, Palembang 2009), h. 3.

<sup>55</sup> Suryana, *Kewirausahaan Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 21.

Pertama periklanan, Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang produksi material iklan, promosi, kampanye relasi public, tampilan iklan di media cetak dan elektronik. Kedua, Arsitektur, Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan cetak biru bangunan dan informasi produksi antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dan lain-lain.

ketiga, pasar barang seni, Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.

Keempat, kerajinan, Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur dan besi.

Kelima, Desain Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.

Keenam, Desain Fesyen, Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.

Ketujuh, video, film dan fotografi, Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.

Kedelapan, permainan interaktif, Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi permainan computer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.

Kesembilan, musik, Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukkan musik, penyanyi, dan komposisi musik.

Kesepuluh, seni pertunjukan, Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukkan, pertunjukkan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.<sup>56</sup>

Kesebelas, Penerbitan dan percetakan, Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, Koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.

---

<sup>56</sup> Departement Perdagangan RI, 2008.

Keduabelas, Layanan komputer dan piranti lunak, Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal.

Ketigabelas, Televisi dan radio, Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio.

Keempatbelas, Riset dan pengembangan, Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Dan yang terakhir klasifikasi industri kreatif dari sektor lain adalah Kuliner atau makanan, kegiatan kreatif ini termasuk baru kedepan direncanakan untuk dimasukan kedalam sector industri kreatif dengan melakukan sebuah studi terhadap pemetaan produk makanan olahan khas Indonesia yang dapat ditingkatkan daya saingnya di pasar ritel dan pasar internasional.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> *Ibid.*,h.7.

### 3. Arti Penting Industri Kreatif

Ada beberapa alasan mengapa industri kreatif perlu dikembangkan. Industri Kreatif perlu dikembangkan karena:

- a. Memberikan kontribusi Ekonomi yang signifikan. Kontribusi Ekonomi yang dimaksud dalam hal ini ialah berupa PDB dan menciptakan lapangan pekerjaan ekspor.
- b. Menciptakan iklim bisnis yang positif, misalnya yaitu dengan menciptakan lapangan usaha, memberi dampak bagi sektor lain,
- c. Melakukan kegiatan pemasaran yang aktif.
- d. Membangun citra identitas Bangsa terutama pada orang asing atau pendatang atau yang biasa disebut turisme yang berkunjung ke Indonesia. Misal dengan menunjukkan ikon nasional, membangun budaya, warisan budaya dan nilai lokal.
- e. Berbasis kepada Sumber Daya yang terbarukan seperti ilmu pengetahuan, kreativitas. Sebutan lain dari orang-orang yang tergabung dalam kegiatan ini adalah *Green Community*.
- f. Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa seperti ide dan gagasan yang menciptakan nilai.

g. Memberikan dampak sosial yang positif. Dampak sosial yang dimaksud yaitu berupa kualitas hidup, pemerataan kesejahteraan, peningkatan toleransi sosial.<sup>58</sup>

#### 4. Kreatif dalam Perspektif Islam

Berbicara tentang pemikiran islam dalam kreativitas tak dapat mengajak kita berbicara tentang kreativitas baik aktivitas tuhan dan kaitan dengan perbuatan manusia. Sebab kreatif sendiri bermakna penciptaan atau proses penciptaan dalam hal ini proses penciptaan manusia. Sudah tentu dengan demikian kita harus berbicara tentang penciptaan tuhan atas ala mini dan kaitannya dengan kreativitas manusia.<sup>59</sup>

Proses penciptaan tuhan atas ala mini merupakan salah satu masalah pokok yang selalu dibahas dalam falsafah islam. Allah menciptakan jagad raya, manusia, dalam pengertian perubahan, perkembangan, yang kaitannya dengan kreativitas manusia sebab manusia diciptakan bukan dari tiada tetapi dari suatu yang ada kemudian berubah kepada bentuk yang lebih baik. Semua telah tersedia tentang segala kebutuhan manusia di dunia dan rizkipun sudah diatur oleh allah. Kreativitas manusia ditunjuk untuk tetap menjalani kehidupan dengan segala kelebihan dan kekurangan yang dimiliki dalam surat Ar-Ra'du ayat 11 allah berfirman:

---

<sup>58</sup>Departement Perdagangan RI, 2008

<sup>59</sup>Kristianah, *Upaya Guru Dalam Pengembangan Kreativitas Siswa Pada Proses Pembelajaran Diminu Jatirejoyoso Kepanten Malang*, (Skripsi Program Sarjana Pendidikan Fakultas Tarbiyah UIN Malang 2008),h. 53.

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ ۖ يَحْفَظُونَهُ مِّنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ فُلَا سُوءَ بِقَوْمٍ لَّهُ مَرَدٌ مِّنْ لَّهُمْ وَمَا دُونَهُ ۗ مِنْ وَآلٍ ﴿١١﴾

*Artinya: 11. 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.<sup>60</sup>*

Ayat di atas menunjukkan bahwa ajaran islam mengakui kebebasan berfikir dan menentukan apa yang dikehendaki manusia untuk melangsungkan kehidupan didunia. Untuk menjalankan manusia yang tidak hanya diam saja menunggu rizki dari allah akan turun begitu saja. Perlu usaha yang tulus menggunakan akal yang berfikir kreatif untuk mendapatkan apa yang dicari. dengan usaha dan kreativitas dari akal manusia yang diberikan allah niscaya manusia bisa mendapatkan apa yang diinginkan.

Kesempurnaan dalam penciptaan manusia dengan memiliki satu kelebihan yang tidak dimiliki makhluk yang lain di muka bumi ini yaitu akal bukan tanpa alasan, allah menciptakan bumi dan menempatkan manusia di dalamnya untuk berkreasi menyelaraskan kehidupan didunia dengan berlandaskan Al-Qur'an dan sunah rosul.

<sup>60</sup> Al-Qur'an dan Terjemah, CV Diponegoro (Q.S. Ar-Ra'du Ayat 11).



Terkait dengan pengertiannya, kreativitas sebagai daya cipta seseorang yang berbentuk baru dan orisinal. Maka manusia menciptakan sesuatu atau mencapai sesuatu baru dalam bidang tertentu bukan hal baru bagi manusia. Manusia telah menyaksikan berbagai ciptaan dan inovasi sebagai bidang kehidupan.<sup>61</sup>

## **D. Strategi Pengembangan Industri Kreatif**

### **1. Strategi Pengembangan Produk**

Pengembangan produk (*product development*) adalah sebuah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar, perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan merumuskan penawaran yang memberikan nilai bagi pelanggan sasaran. Penawaran ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

Strategi produk menggambarkan tindakan yang digunakan oleh komponen produk dari bauran pemasaran untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan. Sebuah produk juga meliputi komponen yang melengkapi seperti, pengepakan atau sebuah jaminan. Tentu saja produk fisik atau jasa inti tersebut biasanya adalah elemen yang paling penting dari satu ikat total kepuasan tersebut. Tapi kadang-kadang elemen itu dirasakan sama oleh konsumen pada semua produk. Dalam kasus seperti itu, komponen yang melengkapi produk atau jasa menjadi

---

<sup>61</sup> *Ibid.*, h. 55.

ciri yang paling penting dari produk.<sup>62</sup> Pengembangan produk pada suatu perusahaan dapat dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar kualitas. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan. Disamping tingkat kualitas, kualitas tinggi juga bisa berarti konsistensi kualitas yang tinggi. Disini, kualitas produk berarti pemastian kualitas.

b. Fitur Produk

Perusahaan dapat menciptakan tingkat model yang lebih tinggi dengan menambahkan lebih banyak fitur. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendefinisikan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen pertama yang memperkenalkan fitur baru yang bernilai adalah salah satu cara paling efektif untuk bersaing.

c. Gaya dan Desain Produk

Cara lain untuk menambah nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda. Desain adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan

---

<sup>62</sup> Justin Carlos, Dkk, *Small Business Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.135

estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain lebih dari sekunder kulit luar, desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk, tetapi juga dalam manfaatnya<sup>63</sup>

## 2. Strategi Penetapan Harga

Harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapat keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sepanjang sejarahnya, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Dalam beberapa decade terakhir, beberapa faktor diluar harga menjadi semakin penting. Namun harga tetap menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan.

Harga merupakan salah satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya melambangkan biaya. Harga juga merupakan satu dari elemen bauran yang paling fleksibel. Tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Pada saat yang bersamaan, penetapan harga adalah permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran dan banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan dari pada meyakinkan bahwa produknya yang bernilai lebih banyak diharga lebih tinggi.

---

<sup>63</sup> Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga 2008), h. 22.

Kesalahan umum lainnya termasuk penetapan harga yang terlalu berorientasi pada biaya dari pada berorientasi pada nilai bagi pelanggan

Barang dan jasa harus ditetapkan harganya sebelum dijual, maka pendapat harga adalah hal penting dalam pemasaran bisnis berskala kecil. Harga dari sebuah barang atau jasa menentukan apa yang diminta oleh penjual dalam memindahkan kepemilikan atau kegunaan barang atau jasa tersebut. Sering penjual harus memberikan kredit untuk membuat barang atau jasa tersebut lebih kompetitif.<sup>64</sup>

### **3. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan pekataan lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Dalam bidang pemasaran, manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Aspek-aspek tersebut adalah aspek produk, harga, promosi, dan distribusi. Dalam

---

<sup>64</sup> *Ibid.*, 40-46.

pembuatan strategi bauran pemasaran ada cukup banyak aspek yang perlu diperhatikan.<sup>65</sup> Diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Produk (*product*), kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran meliputi: ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, dan kemasan.
- b. Harga (*price*), adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk meliputi: daftar harga, diskon potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit.
- c. Tempat (*place*), kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran meliputi: lokasi, saluran distribusi, persediaan, transportasi dan logistic.
- d. Promosi (*promotion*), berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya meliputi: iklan dan promosi penjualan.<sup>66</sup>

#### **4. Strategi Promosi**

Promosi adalah berhubungan dengan semua cara yang mendorong penjualan produk, termasuk periklanan dan penjualan langsung yang terdapat didalam konsep pemasaran. Perusahaan yang sudah mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor yang penting untuk sukses mencapai usahanya. Agar mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat didalamnya. Dan sebagai

---

<sup>65</sup> Husein Umar, *Strategi Management In Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 321

<sup>66</sup> Novitri Eka Yunita, "Analisis Potensi UMKM Di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi Program Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017), h. 52.

usaha yang baru tentu belum dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu, harus direncanakan apakah usaha itu perlu diperkenalkan atau dipromosikan atau tidak. Jika akan dipromosikan harus direncanakan bentuk promosi, tempat, atau media promosinya, keunggulan apa yang akan ditunjukkan, apakah akan menjual harga murah, kualitas prima, lokasi strategis, dan sebagainya.

## **E. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam**

### **1. Etika Bisnis Islam dalam Kegiatan Produksi Perspektif Ekonomi Islam**

Secara teoritis, ekonomi Islam menempatkan beberapa prasyarat yang harus dipenuhi guna mendapatkan produk yang halal. Karena itu keseimbangan produsen tidak mungkin dicapai apabila produk yang dihasilkan tidak halal di konsumsi. Prasyarat yang dimaksud antara lain:

- a. Bahan mentah berasal dari proses yang halal
- b. Bahan mentah adalah bahan yang halal atas zatnya
- c. Proses produksi dilaksanakan dengan kombinasi faktor produksi halal yang terdiri dari atas:
  - 1) Modal bukan berasal dari bank yang menggunakan sistem ribawi
  - 2) Tanah (lokasi) yang digunakan bukan tanah sangketa atau bukan tanah yang bermasalah

- 3) Tenaga kerja yang digunakan bukan eksploitasi dengan cara pemberian upah yang sepihak dan bersifat memeras
- 4) Manajer dan semua karyawan berperilaku islami
- 5) Proses produksi tidak merusak lingkungan sosial, dan lingkungan fisik
- 6) Sang produsen tidak hanya mencari keuntungan maksimal individual, mencari juga keuntungan maksimal sosial.<sup>67</sup>

## 1) Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Produksi

### a) Kesatuan/Ketauhidan

ketauhidan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai fondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya.<sup>68</sup> Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan Muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogeny, serta mementingkan konsep konsistensi dan ketentuan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika bisnis menjadi terpadu, horizontal maupun vertical membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam.<sup>69</sup>

---

<sup>67</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung: Cetakan Pertama, Alfabeta, 2015), h. 121.

<sup>68</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam, Ekonisia*, (Yogyakarta: 2004). h.30-32

<sup>69</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 45

b) kebenaran atau kejujuran

Dalam hal ini kejujuran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis. Kejujuran dalam pelaksanaannya control terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya. Seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lainnya. Dalam al-Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam berdagang, berniaga, dan jual beli. sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas yang antara lain kejujuran.

c) Amanah

Amanah adalah sifat dipercaya, bertanggung jawab, dan selalu dapat menghasilkan tugas, dan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya secara memuaskan, bahkan melebihi panggilan tugas yang diberikan tanpa memikirkan imbalan material. Amanah memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban.<sup>70</sup> Diantara bukti amanah adalah, seorang pebisnis harus menjelaskan dengan terus terang tentang harga barang dan laba yang diperolehnya, jika barang dagangnya dijual dengan menggunakan sistem bagi hasil.<sup>71</sup>

d) Keadilan

---

<sup>70</sup> M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: 2010), h. 27

<sup>71</sup> Asyraf Muhamad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Rasulullah*, (Semarang: Pustaka Nuun, 2008), h. 55.



Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang sukai. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang memang ada aibnya, demi memenuhi hak seseorang muslim. diperlakukan secara sesuai dengan aturan adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

e) Toleransi

Toleransi adalah kunci rezeki dan jalan kehidupan yang mapan. Diantara manfaat toleransi adalah kemudahan berinteraksi, mempermudah muamalah, dan mempercepat berputarnya modal.<sup>72</sup>

f) *Istiqomah*

*Istiqomah* adalah memiliki sikap konsisten terhadap kebenaran yang berasal dari Allah SWT tanpa dapat digoyang oleh berbagai godaan. Dalam suatu perusahaan syari'ah konsistensi dari seorang pemasarnya menjadi cermin dari perusahaan tersebut secara keseluruhan.

## **2. Produksi dalam Perspektif Islam**

Dalam sebuah bisnis atau usaha, aktivitas produksi, distribusi dan konsumsi merupakan satu rangkaian kegiatan yang tidak dapat dipisahkan ketiganya saling mempengaruhi tapi hanya satu yang menjadi titik pangkal dari kegiatan itu yaitu

---

<sup>72</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Robbani Press, 2001), h. 146.

produksi, tidak akan ada tanpa distribusi tanpa produksi, begitu juga dengan konsumsi tidak akan ada tanpa produksi. Untuk menerapkan.<sup>73</sup>

Kegiatan produksi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai kegiatan yang menciptakan manfaat (*utility*) baik dimasa kini maupun di masa mendatang.<sup>74</sup> Pembahasan tentang produksi dalam ilmu ekonomi konvensional senantiasa menyuruh memaksimalkan keuntungan sebagai motif utama, meskipun sangat banyak kegiatan produktif atas dasar definisi di atas yang memiliki motif lain dari hanya sekedar memaksimalkan keuntungan.

Berbeda dengan Islam, konsep produksi di dalam ekonomi Islam tidak semata-mata bermotif memaksimalkan keuntungan dunia, tetapi lebih penting untuk mencapai maksimalisasi keuntungan akhirat. Dalam QS. Al-Qashash 28:77 Allah berfirman:

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ اتِّلَكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِن ۗ  
أَحْسَنَ كَمَا اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ۗ

*Artinya: 77. dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan<sup>75</sup>.*

---

<sup>73</sup> *Op.Cit.* h. 146.

<sup>74</sup> *Op.cit.*, h 102.

<sup>75</sup> Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah : New Cordaya, QS. Al-Qashash/28:77.

Ayat di atas mengingatkan manusia untuk mencari kesejahteraan akhirat tanpa melupakan urusan dunia. Artinya, urusan dunia merupakan sarana untuk memperoleh kesejahteraan akhirat. Orang bisa berkompetisi dalam kebaikan untuk urusan dunia, tetapi sejatinya mereka sedang berlomba-lomba mencapai kebaikan di akhirat. Islam pun sesungguhnya menerima motif-motif berproduksi seperti pola pikir ekonomi konvensional tadi. Hanya bedanya, lebih jauh Islam juga menjelaskan nilai-nilai moral di samping utilitas ekonomi. Bahkan sebelum itu, Islam menjelaskan mengapa produksi harus dilakukan.

#### **a. Tujuan Produksi Dalam Ekonomi Islam**

- 1) Merespon kebutuhan konsumen secara pribadi dengan bentuk yang memiliki ciri dan keseimbangan.
- 2) Memenuhi kebutuhan keluarga.
- 3) Mempersiapkan sebagai kebutuhan terhadap ahli warisnya dan generasi penerusnya.
- 4) Pelayanan sosial dan berinfak di jalan Allah.
- 5) Mengeluarkan zakat apabila sudah mencapai nisab.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Adimarwan A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 142.

## **b. Faktor-faktor produksi dalam islam**

### 1) Modal

Modal yang digunakan adalah modal sendiri yang diperoleh secara halal atau modal pinjaman yang tidak mengandung unsur ribawi, melainkan diatur dengan kesepakatan bagi hasil (nudharabah) atau modal bersama dalam bentuk pstrungsn (musyarakah) dan sebagainya.

### 2) Tenaga kerja

Tenaga kerja adalah mereka yang dikerjakan dalam proses produksi yang tidak hanya dipandang sebagai faktor produksi melainkan dipandang sebagai khalifah yang dihargai dengan upah yang disepakati secara ikhkas oleh kedua belah pihak dengan tanggung jawab dan amanat untuk mengerjakan tugas sebaik-baiknya. Adapun persyaratan kerja khususnya tingkat upah sistem pembayaran, system upah, system kerja, perlindungan dan keselamatan kerja dan syrat lainnya ditetapkan dengan musyawarah dan masing-masing menerima dengan ikhlas yanppa tekanan dan paksaan.

### 3) Tanah

islam telah mengakui tanah sebagai faktor produksi tetapi tidak setepat alam arti sama yang digunakan dizaman modern dalam tujuan klasik, tanah yang dianggap sebagai faktor produksi penting mencakup semua sumber daya alam yang digunakan dalam proses produksi. Karena ekonomi islam

mensyaratkan tanah (lokasi) yang tidak bermasalah dan merugikan masyarakat umum.<sup>77</sup>



---

<sup>77</sup> Hasan Aedy, Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam (Bandung : Al-Fabeta, 2015), h.121.

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Tempat Penelitian**

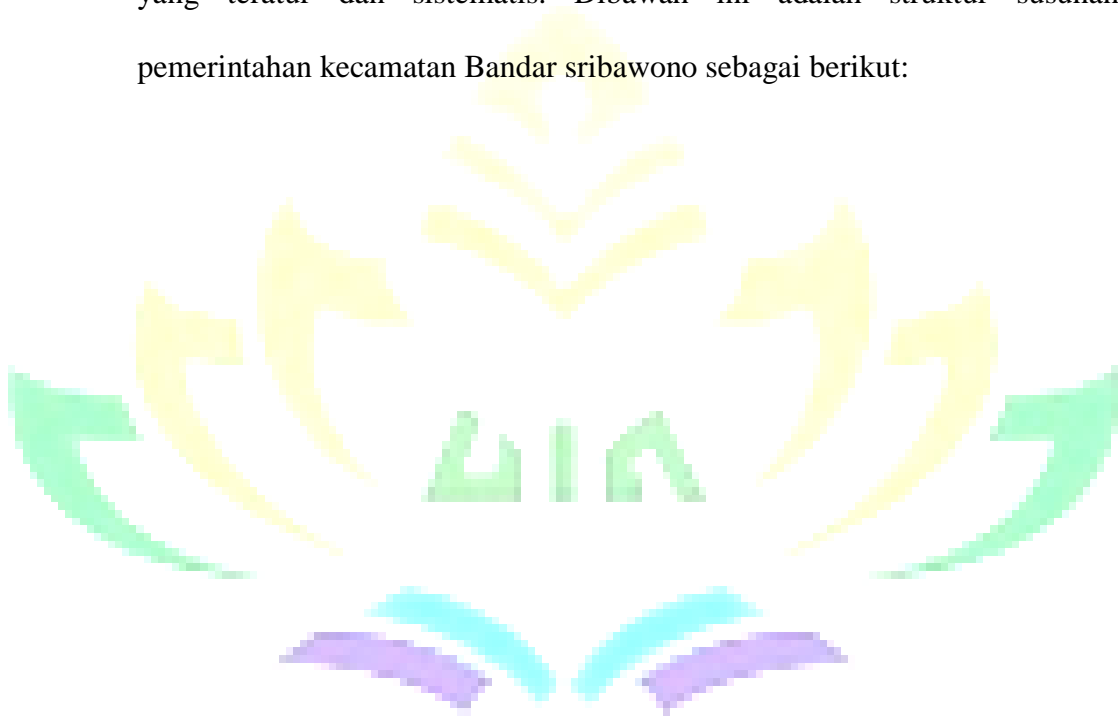
##### **1. Sejarah dan Gambaran Umum Kecamatan Bandar Sribawono**

Kecamatan Pembantu Sribhawono dibentuk berdasarkan Keputusan Gubernur KDH. Tingkat I Lampung Nomor: G/305,B.II/HK/1990 tanggal 27 Agustus 1990. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1999, wilayah Kabupaten Lampung Tengah dimekarkan menjadi 3 (tiga) wilayah yaitu: Daerah Tingkat II Kota Metro, Daerah Tingkat II Kabupaten Lampung Tenggara, dan Daerah Tingkat II Kabupaten Lampung Timur. Kecamatan Pembantu Sribhawono termasuk dalam wilayah Kabupaten Lampung Timur, berdasarkan peraturan Daerah Kabupaten Lampung Timur Nomor 1 Tahun 2001, Kecamatan Pembantu Sribhawono berubah menjadi Kecamatan definitif dengan nama Kecamatan Bandar Sribhawono dengan Luas 18.571 Ha. Kecamatan Bandar Sribawono terletak di kabupaten lampung timur provinsi lampung. Kecamatan Bandar sribawono terdiri dari 7 desa yaitu : Desa Sribhawono (Ibukota Kecamatan), Desa Sadar Sriwijaya, Desa Srimenanti, luas Desa Sripendowo, Desa Waringin Jaya, Desa Bandar Agung, dan Desa Mekar Jaya.<sup>78</sup>

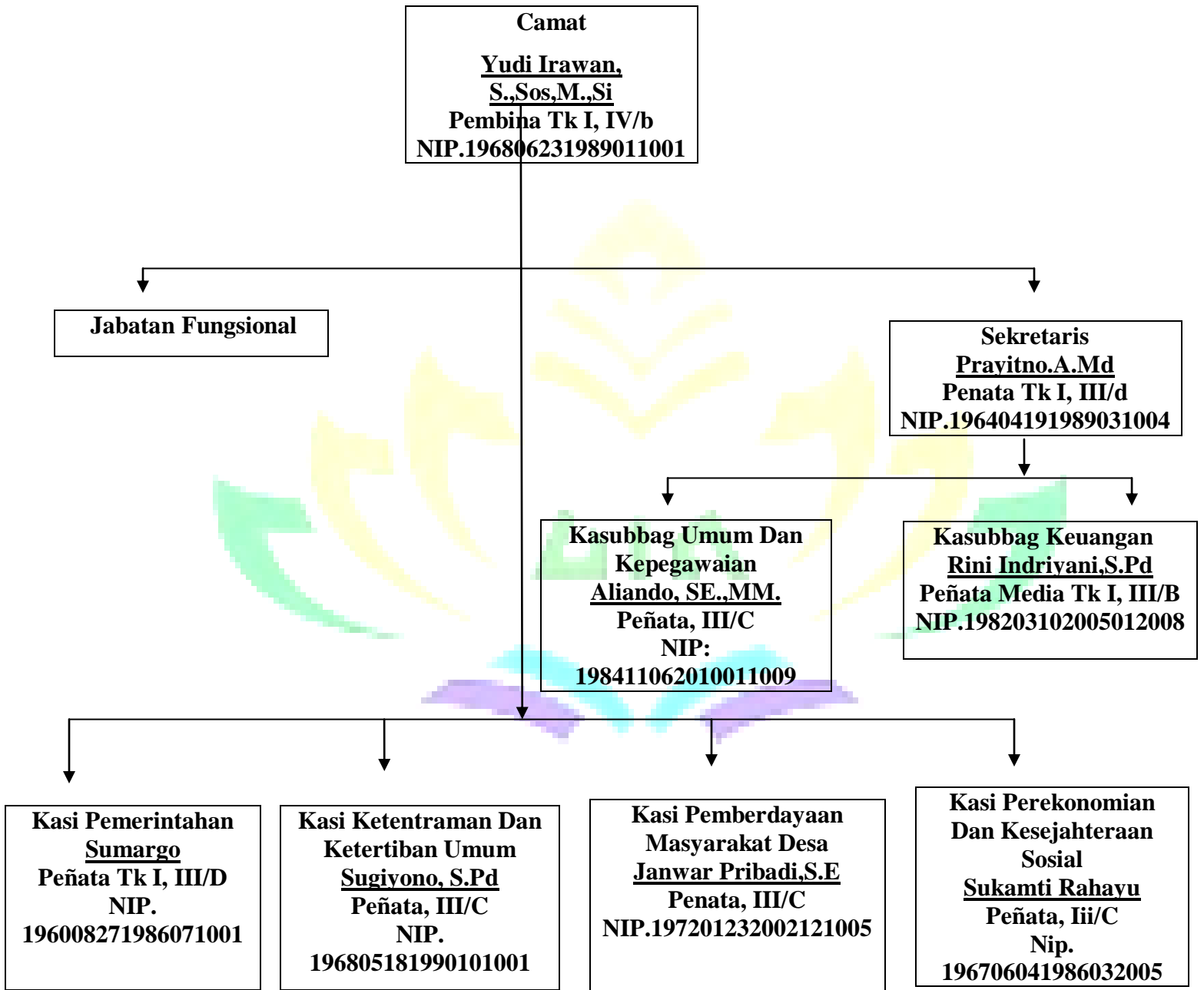
---

<sup>78</sup> Wawancara Dengan Bapak Sekcam Bandar Sribawono 16 April 2018.

Dalam menjalankan dan menunjang pelaksanaan pemerintahannya, kecamatan Bandar sribawono didukung oleh struktur organisasi dimana struktur organisasi ini merupakan hal yang paling penting dalam sebuah organisasi. Karena struktur merupakan landasan atau dasar kerja, aturan dan gambaran tentang pembagian tugas dan pekerjaan agar terciptalah kerjasama yang teratur dan sistematis. Di bawah ini adalah struktur susunan pemerintahan kecamatan Bandar sribawono sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung**  
**Timur 2017**



**Sumber : Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur 2017**



## 2. Keadaan Geografis

Secara geografis kecamatan Bandar sribawono terletak pada 73 meter diatas permukaan laut, dengan topografi dataran rendah dan suhu udara rata-rata 34° celcius, serta curah hujan 9-10 mm/tahun. Kecamatan Bandar sribawono memiliki luas Kecamatan Bandar Sribhawono memiliki luas wilayah 100,27 km<sup>2</sup>,<sup>79</sup> dengan batas-batas wilayah Kecamatan sebaai berikut:

- a. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Sekampung Udik
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Mataram Baru
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Melinting
- d. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Way Jepara

Mayoritas lahan di kecamatan Bandar sribawono dimanfaatkan untuk pemukiman, persawahan, dan perkebunan. Beberapa sarana yang dibangun untuk menunjang peribadahan berupa masjid sebanyak 56, mushola 94, gereja 4, dan kuil/pure 3. Sedangkan untuk sarana pendidikan seperti madrasah 5, pondok pesantren 3. Dan sarana pendidikan yang lain seperti taman kanak-kanak (TK) sebanyak sebanyak 19, sekolah dasar (SD) sebanyak 14, sekolah menengah pertama (SMP) sebanyak 12, sekolah lanjutan atas (SMA/SMK/SMU) sebanyak 5. Selain sarana pendidikan sarana lainnya berupa sarana kesehatan juga ada dikecamatan Bandar sribawono seperti rumah sakit umum, klinik, puskesmas, dan posyandu. Dan juga terdapat

---

<sup>79</sup> Bandar sribawono dalam angka, “Keadaan Geografis Kecamatan Bandar Sribawono”, 2017. h. 1.

lapangan bola sebagai salah satu sarana olahraga di kecamatan Bandar sribawono.

### 3.Keadaan Demografi

#### a. Keadaan Penduduk

Penduduk kecamatan Bandar sribawono terdiri dari penduduk asli dengan berbagai suku bangsa (*heterogen*) pada tahun 2017 jumlah penduduk di kecamatan Bandar sribawono mencapai 47.310 jiwa dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Jumlah penduduk kecamatan Bandar sribawono berdasarkan jenis kelamin tahun 2017**

No	Tahun	Laki-laki	Wanita	Jumlah
1	2017	24.263	23.047	47.310

**Sumber : kecamatan Bandar Sribawono Dalam Angka 2017**

Berdasarkan tabel diatas, diketahui dari 47.310 penduduk kecamatan Bandar sribawono terdiri dari penduduk laki-laki yaitu 24.263 jiwa dan penduduk wanita yaitu 23.047 jiwa, dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 14.323. berdasarkan hasil wawancara jumlah penduduk terbanyak di dominasi usia 15 sampai 19 tahun, sedangkan jumlah penduduk terendah di dominasi oleh penduduk usia 75-80 tahun dan secara keseluruhan penduduk kecamatan Bandar sribawono adalah warga Negara Indonesia (WNI).

b. Keadaan Sosial Ekonomi

Penduduk kecamatan Bandar sribawono memiliki mata pencaharian yang berbeda-beda seperti petani, Angkatan bersenjata Republik Indonesia (ABRI) pengusaha kecil dan menengah, peternak, karyawan swasta, pedagang, tukang, buruh tani dan lain-lain. Masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang dan petani menjadi mayoritas di kecamatan Bandar sribawono.

c. Keadaan Sosial Dan Lingkungan

Kecamatan Bandar sribawono memiliki penduduk yang bersifat *heterogen* yang berbeda dalam latar belakang agama, suku bangsa, dan tingkat pendidikan. mayoritas penduduk kecamatan Bandar sribawono memeluk agama islam sedangkan pemeluk agama minoritas adalah katolik, hindu, dan budha. Namun demikian, perbedaan tetap membuat para penduduk di kecamatan Bandar sribawono hidup saling berdampingan dengan keanekaragaman budaya dan kebiasaan masing-masing.

#### 4. Keadaan Pertanian

**Tabel 3.2**  
**Luas Dan Produksi Tanaman Utama**  
**Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur 2017**

No	Jenisnya	Luas tanaman	Luas panen	Rata-rata produksi
1	Padi	241	241	97,08
2	Jagung	463	463	335,847
3	Ketela pohon	1,660	1,660	16,827
4	Ketela rambat	6	6	50
5	Kacang tanah	5	5	5,3
6	Kedelai	14,5	14,5	6,8
7	Sayur-sayuran	71,5	71,5	253,5
8	Buah-buahan	247,8	247,8	1,043,7

Sumber ; Kecamatan Bandar Sribawono Kab. Lampung Timur 2017.

**Tabel 3.3.**  
**Produk Makanan Lokal Dari Hasil Pertanian di Kecamatan Bandar**  
**Sribawono Kabupaten Lampung Timur**

No	Produk
1	Keripik Tempe, Tusuk Gigi Keripik Pisang Manis, Gurih, Keripik Singkong Balado, Kerupuk, Opak Geblek, lanting
2	Bubuk Jahe, Ting-Ting Jahe,, Bak Mie, sikat sabut kelapa
3	Marning, Nasi Jagung, Nasi Tiwul, kacang goreng, lantin
4	Dodol Tape, Eyek-Eyek, Wingko Babat , peyek kacang
5	Keripik Coklat, Mesis, Conap, gula merah, nata de coco,

Sumber : Data Primer diolah 2018

Tabel 3.2. menunjukkan berbagai jenis produksi pertanian, luas tanaman, luas panen dan rata-rata produksi dikecamatan Bandar sribawono. Sedangkan pada tabel 3.3. menunjukkan berbagai produk lokal yang diproduksi oleh industri kreatif. Dari hasil pertanian dapat dilihat mempunyai manfaat cukup luas untuk dikembangkan dan mendukung kemajuan industri rumah tangga dapat bersaing di pasar global.

**Tabel 3.4.**  
**Produksi Tanaman Perdagangan Dan Atau Komoditi Kecamatan Bandar**  
**Sribawono Kabupaten Lampung Timur Tahun 2017**

NO	Nama Tanaman	Belum produksi / muda	Berproduksi	Tak Berproduksi	Jumlah Produksi
1	Cengkeh				
2	Pala				
3	Tembakau				
4	Kelapa		1,119		1,119/ton
5	Kelapa sawit	-	-	-	-
6	Kopi		3		3/ton
7	Coklat		2,946,8		2,946,6/ton
7	Panili	-	-	-	84,5/ton
7	Lain-lain	-	84,5	-	

**Sumber: Kecamatan Bandar Sribawono Kab. Lampung Timur 2017.**

Dilihat dari tabel diatas keadaan pertanian tanaman perdagangan/komoditi dikecamatan bandar sribawono pada tahun 2017 jumlah batang/ pohon yang berproduksi, tidak berproduksidan belum berproduksi/muda dari semua jenis tanaman yang berproduksi baik dan paling unggul adalah kelapa dengan jumlah produksi 2,946,6/ton sedangkan jenis tanaman komoditi yang tidak berproduksi/muda masih banyak dikecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur

#### **5. Keadaan Sarana Perekonomian**

Kondisi perekonomian suatu wilayah merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan diwilayah tersebut. Perkembangan perekonomian dapat dilihat dari ketersediaan sarana perekonomian yang memadai. Sarana

perekonomian tersebut dapat berupa lembaga-lembaga perekonomian baik yang disediakan pemerintah maupun pihak swasta sarana perdagangan. Semakin baik sarana perekonomian suatu daerah, akan mendorong kegiatan perekonomian di daerah tersebut untuk tumbuh dan berkembang. Sarana perekonomian di kecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.5**  
**Sarana Perekonomian Di Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur**

No	Sarana Perdagangan	Jumlah
1	Pasar umum/pasar desa	3
3	Pasar hewan	1
4	Rumah makan atau warung makan	21
4	Hotel	2

Sumber : Data diolah

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa sarana perekonomian di kecamatan Bandar sribawono berkembang dengan dibangunnya berbagai jenis fasilitas dan prasarana, yaitu pasar umum/pasar desa sebanyak 3 unit dengan adanya pasar yang ada di kecamatan Bandar sribawono maka akan berpengaruh pada pemasaran industri-industri dari bahan pangan. Jumlah rumah makan dan warung makan sebanyak 21 unit, diharapkan juga dapat mempermudah produsen-produsen industri bahan pangan dalam memasarkan produknya. Adanya sarana perekonomian yang cukup mendukung pemasaran produk diharapkan dapat mendorong berkembangnya industri-industri kecil berbahan pangan di kecamatan Bandar sribawono.

## 6. Keadaan Sarana Perindustrian Kecamatan Bandar Sribawono

Keadaan industri di kecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur Sektor industri merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian di kecamatan Bandar sribawono. Industri yang terdapat dikecamatan bndar sribawono terdiri dari industri skala menengah, dan industri skala kecil dan rumah tangga. Industri rumah tangga termasuk dalam kelompok industri kecil. Sektor industri kecil potensial di kecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.6**  
**Data Kelompok UKM Desa Dan Tenaga Kerja Di Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur 2018**

No	Desa	Unit Ukm	Jumlah Tenaga Kerja
1	Sribawono	8	19
2	Srimenanti	5	14
3	Sripendowo	4	6
4	Waringin Jaya	2	4
5	Bandar Agung	2	5
6	Sadar Sriwijaya	4	10
7	Mekar Jaya	5	7

Sumber : Data diolah

Tabel diatas Menunjukkan bahwa ada 30 unit usaha kecil menengah (UKM) dikecamatan Bandar sribawono yang memanfaatkan bahan bekas dan bahan pangan. Jumlah tenaga kerja 65 orang.

## **B. Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal**

### **1. Analisis lingkungan Internal**

Merupakan analisis yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada adalah factor manajemen, pemasaran, keuangan dan produksi.

#### **a. Manajemen**

Dalam proses manajemen usaha mengembangkan produk industri ada beberapa tahap yang perlu dilakukan:

- 1) Membuat perencanaan (*planning*) selayaknya sebuah usaha, usaha kecil menengah juga membutuhkan perencanaan yang matang dan tersusun rapi dan tercatat. Perencanaan yang dilakukan oleh industry-industri UKM belum terususun dengan baik dan belum dilakukan secara tertulis, sehingga menjadikan target yang ingin deicapai belum jelas dan terarah.
- 2) Proses pelaksanaan usaha. Dalam proses pelaksanaan usaha segala sesuatu dikerjakan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Pada proses ini pelaku ukm pangan di kecamatan Bandar sribawono belum menjalankan oroses pelaksanaan usaha sesuai dengan perencanaan karena proses perencanaan itu sendiri masih belum dilakukan secara maksimal.
- 3) Proses pengawasan mencakup segala aktivitas yang dilakukan untuk memastikan bahwa rencana sejalan dengan operasi yang direncanakan.



Dan untuk tahap pengendalian ini juga belum diterapkan oleh para pelaku UKM di kecamatan Bandar sribawono. Menurut wawancara yang dilakukan penentuan keputusan hanya diikuti oleh beberapa pelaku UKM saja.<sup>80</sup>

#### **b. Pemasaran**

Ada 4 tahap dalam proses pemasaran yaitu:

- 1) Analisis konsumen adalah sebuah pengamatan dan evaluasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen informasi yang dihasilkan bias sangat penting dalam pengembangan sebuah usaha efektif bagi para pelaku industri kecil menengah berbasis pangan lokal dengan keinginan konsumennya, sehingga loyalitas dalam sebuah usaha tetap terjaga.
- 2) penjualan produk adalah implementasi strategi yang berhasil biasanya bergantung pada kemampuan suatu usaha untuk menjual beberapa produk atau jasa. Penjualan yang dilakukan oleh para pelaku UKM pangan diutamakan hanya ke pasar dan kerumah makan.
- 3) penetapan harga, penetapan yang dilakukan oleh pelaku-pelaku ukm pangan di kecamatan Bandar sribawono adalah dengan cara menyesuaikan ukuran dari kemasan yang akan dijualnya berlisaran harga Rp. 2.000 sampai Rp. 15.000<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Gustaf, wawancara dengan penulis 16 april 2018.

<sup>81</sup> Sunarsih, Yatirah, Wawancara Dengan Penulis 16 April 2018.

4) Riset pemasaran merupakan pengumpulan data, pencatatan dan penganalisaan data yang sistematis mengenai berbagai persoalan yang terkait dengan barang dan jasa. Riset pemasaran belum sepenuhnya dilakukan oleh para pelaku UKM pangan di kecamatan Bandar sribawono.

### **c. Modal**

Modal merupakan variable yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha dalam menjalankan suatu kegiatan usaha terkait dengan bagaimana perusahaan mendapatkan modal usahanya mendapatkan investasi, penggunaan pembiayaan, usaha dan perhitungan keuntungan yang ingin dicapai. modal yang didapat para pelaku ukm pangan dalam menjalankan usahanya berasal dari modal perorangan masing-masing pelaku ukm pangan sehingga masih banyak yang mengalami kesulitan dalam keterbatasan modal usaha.

### **d. Produksi**

Produksi dalam suatu bisnis mencakup semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa. Dalam proses produksi para pelaku industri bahan pangan dikecamatan Bandar sribawono menggunakan peralatan yang sederhana dan ada sebagian sudah menggunakan peralatan yang cukup modern yaitu mesin.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> Devan Prasetyo, Wawancara Dengan Penulis 16 April 2018.

## 2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal merupakan analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi apa yang mempengaruhi perusahaan dari lingkungan luar seperti peluang dan ancaman. Menganalisis faktor eksternal perusahaan harus mengetahui informasi tentang faktor-faktor seperti ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, teknologi dan kompetitif.

### a. Ekonomi

Faktor ekonomi merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh pada keberlangsungan usaha para UKM di kecamatan Bandar sribawono. Faktor ekonomi mempengaruhi berbagai faktor strategi mengembangkan produk pangan lokal.

### b. Sosial, Budaya Dan Lingkungan

Perubahan yang terjadi pada sosial, budaya, lingkungan sangat berpengaruh pada produk pasar dan konsumen. Para pelaku industri di kecamatan Bandar sribawono harus jeli terhadap perubahan ini untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi ancaman yang muncul. Berdasarkan lingkungannya, pengembangan usaha produk pangan dengan menciptakan berbagai macam makanan cocok untuk dikembangkan karena didukung oleh sumberdaya alam yang cukup memadai.

### c. Teknologi

Dalam kegiatan produksi kemajuan teknologi ditandai dengan, peralatan dan sarana untuk berproduksi yang baik dan lebih modern. Di Kecamatan Bandar sribawono para pelaku UKM sudah ada yang sebagian masih menggunakan alat-alat yang sederhana dan sebagian sudah menggunakan peralatan yang modern. Misalkan seperti kotak fermentasi, mesin penggiling, mesin pengiris bahan, mesin pencetakan.

### **C. Identifikasi faktor internal dan eksternal (kekuatan dan kelemahan)**

Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dalam pengembangan produk pangan lokal:

#### 1. Potensi Lahan yang Subur

Potensi lahan merupakan salah satu kekuatan bagi para pelaku ukm pangan karena potensi lahan yang masih subur akan meningkatkan produksi tanaman pangan lebih berkembang, dari hasil tanaman tersebut mendukung para pelaku UKM dapat berinovasi memproduksi dengan lancar atas ketersediaan bahan pangan.

#### 2. Memiliki Ragam Jenis Pangan Kualitas Baik

Tanaman pangan yang dihasilkan oleh para petani memiliki kualitas yang cukup baik. Dari berbagai macam tanaman pangan yang dihasilkan mempermudah para pelaku UKM untuk mengembangkan usaha

### 3. Promosi Melalui Media Internet

Promosi merupakan salah satu hal penting. Bagi pemasaran suatu produk. Promosi melalui internet yang dilakukan oleh pelaku UKM dikecamatan Bandar sribawono merupakan kekuatan yang dimiliki walaupun tidak semua industri kecil menggunakan metode ini. Promosi produk lewat internet merupakan promosi yang dapat menjangkau konsumen secara luas.

### 4. Varian Makanan dan Rasa yang Berbeda

Varian rasa merupakan sebuah inovasi baru yang diciptakan. Agar konsumen lebih tertarik terhadap produk yang dijual. Varian rasa merupakan kekuatan yang utama dimana konsumen akan lebih mudah memilih berbagai varian rasa yang diinginkan. Seperti salah satunya adalah industri conap yang memproduksi kopi kakao menjadi coklat makanan yang berkreasi dan bervariasi rasa dan industri aneka keripik yang menyediakan keripik dengan varian rasa yang berbeda.

### 5. Kemasan Rapih

Kemasan merupakan salah satu kekuatan dalam proses pemasaran. Kemasan rapih serta lebel dan merk yang untuk membuat konsumen lebih tertarik dan penasaran akan produk tersebut.

## 6. Harga Terjangkau

Harga merupakan faktor utama dalam proses penjualan. Strategi yang dilakukan oleh para pelaku UKM pangan di kecamatan Bandar sribawono sistem penetapan harga yang digunakan berdasarkan ukuran kemasan. Kemasan yang digunakan dengan harga yang terjangkau mulai dari harga Rp. 2.000 sampai Rp. 15.000. mudah dijangkau oleh konsumen.

Faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan dalam pengembangan produk pangan lokal:

### 1. Perencanaan dan Sistem Keuangan yang Tidak Tertulis

Kelemahan yang dimiliki oleh para pelaku UKM pangan di kecamatan Bandar sribawono adalah belum adanya secara tertulis program-program rencana untuk kedepannya program ini hanya sebatas pembicaraan dan ide harapan kedepannya saja, dan belum ditulis sebagai target yang ingin dicapai. Selain itu, pencatatan data seperti hasil penjualan keuntungan masih sederhana bahkan tidak tertulis secara jelas.

### 2. Jaringan Pemasaran yang Masih Terbatas

Pemasaran produk yang dilakukan para pelaku UKM pangan di kecamatan Bandar sribawono dari produsen langsung ke konsumen. Kelemahan pada pemasaran ini, jaringan pemasaran tersebut sebagian besar masih lemah.

### 3. Keterbatasan Modal Usaha

Modal merupakan unsure penting dalam keberlangsungan sebuah usaha modal yang digunakan dalam usaha UKM pangan berasal dari perorangan atau sendiri. Menyebabkan pelaku UKM mengalami kekurangan dalam mengembangkan usahanya.

### 4. Teknologi sederhana

Teknologi atau Peralatan dalam proses produksi yang digunakan oleh pelaku UKM sebagian masih menggunakan alat sederhana seperti cetakan, pengiris atau pemotong.

## **D. Identifikasi faktor Eksternal (Peluang Dan Ancaman)**

Identifikasi faktor eksternal digunakan untuk menyusun dan mengetahui peluang dan ancaman suatu usaha.

faktor-faktor yang menjadi peluang bagi UKM pangan kreatif berbasis potensi lokal sebagai berikut:

#### 1. Pertumbuhan Masyarakat

Pertumbuhan penduduk di suatu tempat akan meningkatkan tingkat konsumsi. Pertumbuhan penduduk akan menjadikan peluang bagi pelaku UKM pangan di kecamatan Bandar sribawono.

#### 2. Adanya Sarana Perekonomian

Sarana perekonomian di kecamatan Bandar sribawono berkembang dengan dibangunnya berbagai jenis prasarana, yaitu pasar umu dengan adanya pasar maka akan berpeluang bagi para peluang untuk melakukan

suatu usaha dan berpengaruh pada pemasaran industri-industri dari bahan pangan. Jumlah rumah makan dan warung makan diharapkan juga dapat mempermudah produsen-produsen industri bahan pangan dalam memasarkan produknya. Adanya sarana perekonomian yang cukup mendukung pemasaran produk diharapkan dapat mendorong berkembangnya industri-industri kecil berbahan pangan di kecamatan Bandar sribawono.

### 3. Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Pendapatan yang meningkat pada setiap masyarakat khususnya masyarakat kecamatan Bandar sribawono akan meningkatkan daya beli masyarakat tersebut. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi para pelaku UKM untuk menarik konsumen dapat meningkatkan pendapatan.

### 4. Permintaan dan Minat Oleh Konsumen Selalu Ada

Permintaan dan minat konsumen menjadi peluang besar dalam sebuah usaha untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha yang sedang dilakukan

Faktor-faktor yang menjadi ancaman bagi para pelaku UKM pangan kreatif berbasis potensi lokal sebagai berikut:

#### 1. Munculnya pesaing

Munculnya pesaing dengan produk dan jenis produk yang sama merupakan ancaman yang paling penting dalam sebuah usaha.

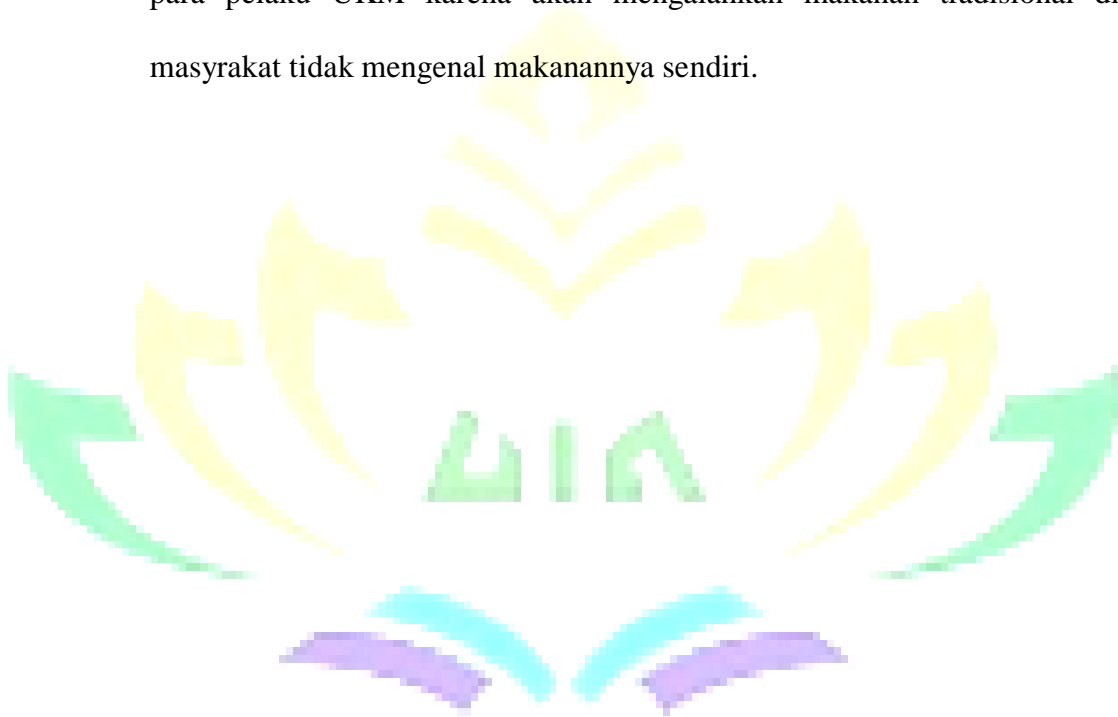


## 2. Kehabisan bahan baku

Kehabisan bahan baku merupakan ancaman bagi para pelaku dalam proses produksi akan terhambat.

## 3. Banyaknya Produk Makanan Asing

Dengan munculnya berbbagai makanan asing menjadi ancaman bagi para pelaku UKM karena akan mengalahkan makanan tradisional di masyarakat tidak mengenal makanannya sendiri.



## **BAB IV**

### **ANALISA DATA**

#### **A. Strategi Pengembangan yang Tepat Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal Dengan Produk Modern**

Sebuah perencanaan strategi adalah gambaran kegiatan atau program kerja perusahaan atau wirausaha kedepan melalui program-program yang telah ditentukan sebagai upaya untuk menggapai tujuan bersama. Untuk menggapai tujuan tentunya dibutuhkan perencanaan strategis yang mampu meadahi jalannya usaha sesuai dengan situasi dan kondisi. Maka sebuah perencanaan tidak akan berpengaruh implementasi kerja dilapangan, serta dibutuhkan formulasi sebagai stimulus jalannya perencanaan strategi yang telah disusun. Seperti halnya usaha mengembangkan daya saing produl lokal dengan produk modern dikecamatan Bandar sribawono, para pelaku industri kreatif harus mampu menyusun strategi sesuai dengan kondisi lingkungan sekitar agar dapat tercapai usaha yang tumbuh dan berkembang

Strategi yang dapat diterapkan pada posisi tumbuh dan berkembang adalah untuk mencapai pertumbuhan baik dalam penjualan, asset dan keuntungan strategi yang sesuai untuk ditterapkan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk). Dimana strategi ini dilakukan untuk meningkatkan posisi persaingan dalam mencapai usaha yang berkembang dibutuhkan setrategi diferensiasi Menurut Porter strategi diferensiasi adalah

strategi yang dilakukan dengan tujuan untuk membuat produk yang di angggap unik untuk meanarik minat konsumen hal ini juga diterangkan dalam teori ekonomi kreatif yaitu sebuah konsep di era ekonomi baru yang menginterpretasikan informasi dan kreaitivitas dengan mengandalakan ide serta pengetahuan dan kemampuan dan sumberdaya manusia sebagai faktor produksi utama.

Berikut adalah alternative strategi yang telah disusun berdasarkan situasi dan kondisi serta kebutuhan dari usaha industri kreatif dari produk pangan lokal dikecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur.

**Gambar 4.1**  
**Analisis SWOT**

Faktor Internal	<b>KEKUATAN (S)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi lahan yang subur</li> <li>2. Ragam jenis pangan kualitas baik</li> <li>3. Peminat pembeli dari kalangan atas dan menengah dan dewasa.</li> <li>4. Promosi melalui media internet</li> <li>5. Varians rasa berbeda</li> <li>6. Kemasan Rapih</li> <li>7. Harga terjangkau</li> </ol>	<b>KELEMAHAN (W)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perencanaan dan sistem keuangan yang tidak tertulis</li> <li>2. Jaringan pemasaran yang masih terbatas.</li> <li>3. Keterbatasan modal usaha</li> <li>4. Peralatan sederhana</li> </ol>
Faktor Eksternal	<b>PELUANG (O)</b>	<b>ANCAMAN (T)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan Masyarakat</li> <li>2. Adanya sarana Perekonomian</li> <li>3. Peningkatan pendapatatam masyarakat</li> <li>4. Permintaan dan minat oleh konsumen selalu ada</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak Pelaku Usaha Dibidang Sama</li> <li>2. Banyak Produk Makanan Asing</li> <li>3. Kehabisan bahan baku</li> </ol>

<p><b>STRATEGI (S-O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kualitas pangan lokal</li> <li>2. Meningkatkan mutu produk untuk menarik pelanggan</li> <li>3. Meningkatkan promosi dengan membuat iklan di internet</li> <li>4. Mengoptimalkan kegiatan produksi dengan alat-alat yang modern</li> </ol>	<p><b>STRATEGI (W-O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaiki manajemen untuk mengatasi kelemahan SDM</li> <li>2. Aktif mengikuti pameran dagang dan kerjasama dengan sesama industri kreatif</li> <li>3. Mencari alternative sumber-sumber pembiayaan untuk mengembangkan usahanya</li> <li>4. Memperbarui alat-alat produksi, manajemen dan pemasaran</li> </ol>	<p><b>STRATEGI (S-T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan kreativitas, efisiensi, produksi, pemasaran</li> <li>2. Bekerja sama dengan pasar-pasar dan membuka gerai pemasaran</li> <li>3. Menyetok bahan baku sehingga proses produksi tidak terhambat</li> </ol>
<p><b>STRATEGI (W-T)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan riset pemasaran secara berkelanjutan</li> <li>2. Bekerja sama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga terkait untuk meningkatkan sarana penunjang usaha</li> <li>3. Menggunakan media internet untuk menganalisis pasar.</li> </ol>	

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Strategi S-O

Strategi S-O strategi yang menggunakan kekuatan dengan mengambil keuntungan peluang yang ada. Strategi S-O diantaranya mempertahankan kualitas tanaman pangan lokal, meningkatkan mutu produk untuk menarik pelanggan. Mutu produk yang sudah baik harus terus ditingkatkan dengan penambahan inovasi baru agar dapat memenuhi referensi konsumen yang dapat

meningkatkan daya saing usaha, meningkatkan promosi dengan membuat iklan dan media di internet serta mengoptimalkan produksi dengan alat-alat yang modern dan memperluas jangkauan pemasaran.

## 2. Strategi W-O

Strategi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan usaha dengan memanfaatkan peluang. Beberapa strategi W-O yang dihasilkan yaitu dengan mengikuti pelatihan untuk meningkatkan professionalism. Sumber daya manusia yang memerlukan pembenahan serius meliputi memperbaiki manajemen untuk mengatasi kelemahan dari sumber daya manusianya sendiri, aktif pelatihan dan pameran dagang, bekerjasama dengan sesama pelaku usaha lainnya, mencari alternative memanfaatkan atau mengikuti lembaga-lembaga keuangan atau organisasi terpercaya guna mendapatkan modal usaha. serta memperbarui alat-alat produksi dengan alat-alat produksi yang modern agar proses kegiatan industri kreatif berjalan lebih maksimal, serikat berkerja sama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga untuk meningkatkan manajemen dan pemasaran yang lebih baik.

## 3. Strategi S=T

Strategi ini bertujuan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman dengan kekuatan yang dimiliki usaha. Beberapa strategi adalah mengembangkan kreativitas, efisiensi, produksi, dan pemasaran. Strategi yang selanjutnya bekerjasama dengan pasar-pasar dan membuka gerai pemasaran agar konsumen lebih mudah mengenal produk yang dipasarkan, serta menyetok bahan

baku agar proses produksi berjalan dengan lancar, tidak terhambat dan mengecewakan konsumen.

#### 4. Strategi W-T

Strategi ini merupakan taktik bertahan dengan cara mengurangi kelemahan sertamenghindari ancaman. Strategi yang dimaksud adalah melakukan riset pemasaran secara berkelanjutan, bekerja sama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga terkait untuk meningkatkan sarana penunjang usaha, dengan teknologi yang modern ini memanfaatkan media internet untuk menganalisis pasar.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan salah satu faktor utama yang dilakukan dalam mengembangkan suatu bisnis adalah dengan mengutamakan faktor produksi. Industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono merupakan sebuah industri yang rumahan yang mengelola dan bergerak dibidang penjualan barang sudah tentu harus mengutamakan kualitas produk yang akan dijual. Dalam hal ini produk yang dipasarkan adalah makanan Strategi pengembangan yang dilakukan dikecamatan Bandar sribawono dilakukan melalui strategi produk yaitu dengan memberikan kualitas makanan yang enak dan sesuai dengan keinginan masyarakat dengan adanya varians rasa produk.

Kemudian, dari segi penetapan harga yang dilakukan tidak terlalu berlebihan harga menyesuaikan ukuran produk yang ditawarkan dengan harga terjangkau untuk semua kalangan masyarakat. Untuk harga sendiri tidak ematok harga terlalu mahal untuk meningkatkan volume penjualan. mereka lebih memilih untung sedikit dengan volume besar, industri tumbuh dengan secara pesat dan lancar.

Dalam meningkatkan omset penjualan tentu dibutuhkan promosi penjualan yang baik untuk meningkatkan penjualan industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono belum menerapkan strategi yang tetap, hanya dengan tetap menjaga kualitas rasa makanan dan produk. Tetapi ada sebagian industri yang menggunakan media sosial dan selebaran. dari strategi-strategi yang diterapkan diharapkan dapat bersaing dengan home industri lainnya.

Dengan memperoleh kepercayaan konsumen strategi selanjutnya adalah memperluas pasar dibuktikan dengan pemasaran makanan lokal hanya dikecamatan Bandar sribawono. Kemudian sebagian industri melakukan pemasaran keluar kecamatan dan luar kabupaten. Dengan perluasan area pemasaran mampu meningkatkan volume penjualan dan omset penjualan bertambah

## **B. Strategi Pengembangan Potensi Pangan Lokal Untuk Meningkatkan Industri Kreatif Dikecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur**

Pangan merupakan komoditas penting dan strategis karena pangan merupakan kebutuhan pokok manusia yang pemenuhannya menjadi hak asasi setiap rakyat. Beragam pangan mempunyai prospek yang cukup luas untuk dikembangkan sebagai substitusi beras dan untuk diolah menjadi makanan berkreasi. potensi industri kreatif dan usaha mikro kecil merupakan peluang untuk mengembangkan kemandirian pangan suatu daerah berbasis pangan lokal yang dimana masyarakat tidak hanya menjual hasil panen tetapi masyarakat bisa

mengembangkan dan merasakan hasil panen sebagai makanan. Permasalahannya telah kita lihat saat ini makanan asing dan modern sudah banyak mengalahkan makanan sendiri atau makanan tradisional.

Industri pangan merupakan salah satu cabang industri yang relatif dominan dan subsektor industri pangan tetap bertumbuh meskipun dengan laju pertumbuhan yang relatif lambat. Karena kecenderungan pencapaian kapasitas industri dan jumlah unit usaha industri. Pada sekarang ini produk industri telah cukup beragam (*variatif*) pada setiap kelompok jenis industri yang menghasilkan beberapa produk usahanya. Melihat permasalahan ini

Dalam mendukung kemajuan industri kreatif berbasis potensi lokal pihak kecamatan oleh kasi perekonomian dan kesejahteraan sosial dikecamatan Bandar sribawono untuk mendukung dan mengembangkan produk pangan lokal membuat program-program pelatihan pembinaan, dan pendampingan kepada UKM untuk mengembangkan bisnis dan industri berbasis pangan lokal pembinaan, sosialisasi, koordinasi, dan evaluasi serta pelaporan. Serta memberikan bantuan berupa alat-alat teknologi produksi yang bekerja sama dengan pemerintah dan dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten lampung timur.

Tujuan dari pelatihan dan pameran adalah untuk menampilkan produk dan lokal memotivasi masyarakat agar lebih berinovasi dan mengumpulkan ide-ide kreatif dari usaha yang dijalankannya agar dapat bersaing dipasar global. Dengan memanfaatkan teknologi dan pengolahan yang tepat produk pangan



dapat dijadikan beberapa variasi makanan yang layak diunggulkan sebagai peluang pembentukan industri kreatif dibidang makanan.

Adapun pelaku industri kreatif yang mengikuti program-program pelatihan pada tahun 2016 dinataranya;

**Tabel 4.1.**  
**Data Pelaku Industri Kreatif Mengikuti Pelatihan Tahun 2016**

No	Nama	Jenis kelamin
1	Yatirah	P
2	Rahmawati	P
3	Supanti	P
4	Ari wijayanti	P
5	Ros	P
6	Gustaf	L
7	Isnan	L

Sumber: Data Primer diolah 2016

Tabel di atas menunjukkan pada tahun 2016 ada 7 pelaku industri kreatif yang mengikuti program pelatihan dan mengimplementasikan pada usaha yang di jalankannya. Usaha pelatihan yang di berikan dari pihak kecamatan berlanjut sampai tahun 2017 dimana pelaku industri kreatif bertambah sebanyak 5 orang berikut adalah datanya:

**Tabel 4.2.**  
**Data Pelaku Industri Kreatif Mengikuti Pelatihan Tahun 2017**

No	Nama	Jenis kelamin
1	Siti woto	P
2	Sunarsih	P
3	Surati	P
4	Priyono	L
5	Sularmi	P

Sumber : Data Primer diolah 2017

Meskipun waktu dalam pelatihan tersebut bersifat jangka panjang yaitu satu kali dalam 1 tahun namun diharapkan dapat meningkatkan kemampuan masyarakat pelaku industri kreatif pada masa yang akan datang secara berkesinambungan mampu memberikan kontribusi kembali. Terbukti pada tahun 2018 pelaku industri kreatif berkembang dan meningkat menjadi 20 orang sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Data Pelaku Industri Kreatif Dikecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur**

No	Nama	Jenis kelamin	Umur	Produksi	Bahan Baku	Pendapatan
1	Yatirah	P	55	keripik tempe dan peyek kacang	Kedelai dan kacang tanah	Rp. 500.000
2	Rahmawati	P	35	Keripik pisang manis, gurih	Pisang	Rp.500.000
3	Supanti	P	45	Tusuk gigi, keripik balado	Singkong	Rp.300.000
4	Ari wijayanti	P	47	Gula merah	Kelapa	Rp.1000.000
5	Ros	P	36	Keripik singkong pedas, gurih.	Singkong	Rp. 500.000
6	Gustaf	L	40	Nata de coco	Kelapa	Rp. 5000.000
7	Isnan	L	50	Opak, geblek	Singkong	Rp. 700.000
8	Siti woto	P	49	Kacang sembunyi	Kacang tanah	Rp.400.000
9	Sunarsih	P	53	Lanting, keripik singkong pedas gurih, keripik ubi,tusuk gigi,kedelai goreng, keripik tempe, marning, kacang goreng	Singkong, pisang, ubi, kedelai, jagung Kacang tanah	Rp. 3000.000
10	Surati	P	51	Marning, nasi jagung	Jagung	Rp. 600.000
11	Priyono	L	40	Tiwul	Singkong	Rp. 300.000
12	Sularmi	P	52	Aneka keripik	Ubi,singkong	Rp,700.000
13	Hariati	P	56	Kerupuk, keripik	Singkong	Rp.800.000
14	Tutik	P	50	Dodol tape	singkong	Rp. 900.000
15	Indri	P	48	Wingko babat	Singkong	Rp. 300.000
16	Rustam	L	40	Sikat sabut kelapa	Kelapa	Rp. 250.000
17	Narno	L	47	Bak mie putih, bak mie kuning	singkong	Rp.300.000
18	Lastri	P	39	Bubuk jahe. Ting-ting jahe, Kacang goreng	Kacang tanah, jahe	Rp. 950.000
19	Siti	P	46	Eye-eyek	Singkong	Rp.350.000
20	Devan prsetyo	L	30	Keripik Coklat, Mesis, Coffe, coklat varians rasa	Pisang, kakao	Rp. 4000.000

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2018

Tabel 4.3 menjelaskan beberapa pelaku industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur..menunjukkan bahan pangan dan jenis produk atau makanan dan pendapatan yang dihasilkan. Dari hasil survey di lapangan sudah banyak industri kecil menengah yang memanfaatkan pangan lokal sebagai bahan untuk memproduksi makanan yang unik dan bervariasi. Dengan memanfaatkan potensi lokal atau sumberdaya alam sekitar. Dan ide-ide untuk mengembangkan produk pangan lokal dengan cara memproduksi beraneka makanan.

### **C. Pandangan Ekonomi Islam Mengenai Etika Bisnis Industri Kreatif Dikecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur**

Dalam Islam, hal utama yang harus diperhatikan untuk usaha yang bergerak dibidang usaha kuliner adalah mengenai kehalalan produk. Sebagai seorang muslim wajib hukumnya menjual makanan yang halal baik mulai dari modalnya, bahan bakunya, peralatan yang bersih dari najis, hingga cara pembuatannya harus halal. Penciptaan produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memperoleh perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan. Menurut peneliti strategi pengembangan yang dilakukan UKM industri Kreatif makanan dikecamatan Bandar sribawono sudah sesuai dengan praktek dan teori terutama dalam pengembangan produk yang sudah sesuai dengan syari'at Islam salah satunya yakni kualitas produk, dimana

produk yang dijual tersebut tidak menggunakan bahan yang tidak diperbolehkan atau bahan yang bisa membahayakan bagi masyarakat

Selain kehalalan produk, kejujuran pedagang juga sangat dibutuhkan. Artinya, setiap penjual menjajakan dagangannya kepada konsumen dengan jujur. Jika barang sudah tidak layak dijual maka tidak boleh menjual dan di tarik ulang oleh produsen. Jika rasa makanan mengalami penurunan harus disampaikan kepada konsumen dengan jujur. Kemudian penjual tidak boleh mencampur produk yang sudah basi atau tidak layak jual dengan produk yang masih baru.

Begitu juga bagian produksi tidak boleh menggunakan bahan-bahan yang tidak dianjurkan, dapat membahayakan kesehatan konsumen, merugikan konsumen dan tidak sesuai dengan syariat Islam. Strategi pengembangan yang dilakukan pelaku industri kreatif dicematan Bandar sribawono sesuai dengan konsep teori ekonomi Islam yang mana telah dicontohkan dan dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW yang selalu menjelaskan dengan baik kepada pembeli akan kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya, jika ada cacat atau ketidaksesuaian produk disampaikan sejujur-jujurnya kepada pelanggan sebagaimana sabda beliau: Muhammad SAW bersabda, dalam (HR Muslim, dari Hakim Bin Hizam Ra)

*”Dua orang yang berjual beli masing-masing mempunyai hak pilih (untuk meneruskan jual beli atau tidak) selama keduanya belum pernah berpisah. Jika keduanya berlaku jujur dan berterus terang menjelaskan (keadaan barang yang diperjual belikan), maka keduanya akan mendapat berkat dari jual beli mereka tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, hilanglah jual beli mereka.”*

Hal tersebut juga tercantum dalam Firman Allah SWT, yaitu tertera dalam Al-Qur’an surat Al-Ahzab Ayat 70-71

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ  
لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾

*Artinya: 70. Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, 71. Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.<sup>83</sup>*

Dari beberapa penjelasan Hadits dan Ayat Al-Qur’an diatas bahwa kejujuran adalah kunci utama dalam perniagaan Nabi Muhamad SAW Kejujuran adalah cara yang termurah walaupun sulit dan langka ditemukan. Disini peneliti menemukan adanya kejujuran pada pelaku UKM di kecamatan Bandar sribawono.

---

<sup>83</sup> Department Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemah, CV Diponegoro (Q.S. Al-Ahzab Ayat 70-71).

strategi pengembangan yang dilakukan dengan menjual produk dalam segala bentuk kekurangan dan kelebihan di ungkapkan secara jelas ke konsumen dan tanpa adanya kecurangan. Dengan begituproduk akan terjual dan konsumen mempercayai akan kualitas produk makanan tersebut.

Dan pada hasil survey yang saya dapat pada industri-industri pengolahan bahan pangan mereka jujur dalam produksi mereka tidak pernah menggunakan bahan-bahan baku yang menyalahi aturan sehingga produk yang dihasilkan pun memang layak dikonsumsi oleh masyarakat. Apabila tidak layak untuk dikonsumsi maka akan ada penarikan barang dari konsumen ke produsen dan diganti dengan yang baru.

Strategi penetapan harga yang diterapkan UKM di kecamatan Bandar sribawono yaitu dengan menetapkan harga yang terjangkau bagi semua kalangan konsumen. Dengan harga yang terjangkau mampu menarik konsumen untuk membeli produk tersebut yang pada akhirnya berdampak positif bagi peningkatan penjualan, Menurut peneliti, strategi harga yang diterapkan UKM dikecamatan Bandar sribawono semua dengan harga terjangkau dikalangan masyarakat. Dalam penetapan harga industri kreatif dikecamatan Bandar sribawonon telah sesuai dengan teori pada umumnya yaitu teori mengenai strategi penetapan harga dan penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini.

Tidak ada hal mendasar yang perlu dibenahi dalam penetapan strategi harga tersebut, karena semuanya sudah sesuai.

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan termasuk juga dalam penentuan harga. Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Dalam Islam dilarang untuk menetapkan dua harga dalam satu produk, oleh karena itu seluruh industri kreatif di kecamatan bandarasribawono menetapkan harga yang sama dengan kualitas produk yang sama juga.

Islam sangat menyukai ummatnya yang melakukan perniagaan. Bahkan Rasulullah SAW pernah mencontohkan bagaimana menjadi pengusaha yang sukses, yang jujur, dan beriman kepada Allah SWT. sejak zaman Nabi Muhammad SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil banyak diantara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekah atau Madinah, dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman. Pengembangan bisnis sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis yang salah satunya adalah keberlangsungan.

Secara teoritis, ekonomi Islam menempatkan beberapa prasyarat yang harus dipenuhi guna mendapatkan produk yang halal. Karena itu keseimbangan produsen tidak mungkin dicapai apabila produk yang dihasilkan tidak halal di konsumsi. Islam juga sangat memperhatikan seluruh aspek dalam perniagaan manusia mulai dari modal yang digunakan oleh suatu perusahaan. Menurut Islam modal yang digunakan harus bersumber dari harta yang halal, maksudnya harta

yang digunakan tidak berasal dari curian atau perampokan, dan juga tidak berasal dari harta ribawi atau meminjam modal dari bank konvensional yang menerapkan bunga pada setiap transaksinya. Selain itu tanah yang digunakan harus jelas kepemilikannya, bukan merebut tanah orang lain, bukan tanah yang tidak jelas kepemilikannya atau tanah yang masih bersengketa.

Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur *zarar* (bahaya), *jahalal* (ketidak jelasan) dan *zalim* (merugikan atau tidak adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang diatas. Etika bisnis secara Islam merupakan suatu norma atau aturan dalam melakukan kegiatan usaha yang dipandu sesuai dengan koridor hukum islam dengan konsekwensi setiap usahanya diimbangi dengan konsep yang berlandaskan sosialisme.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap industri kreatif berbasis potensi lokal dalam mengembangkan produk sudah sesuai dengan syariat Islam dilihat dari segi produk seperti bahan mentah, dalam hal ini bahan mentah yang dipakai bahan pangan seperti kakao, singkong, ubi, kacang tanah, kedelai, pisang dan bahan pangan lainnya untuk diolah menjadi aneka makanan.

Pada prinsip amanah dijelaskan amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima dan *ihsan* (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal. Dalam hal ini termasuk etika dalam produk yaitu *ihsan* (berupa menghasilkan yang terbaik) yaitu dengan menjaga kualitas dari produk yang dipasarkan sehingga mampu menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk



yang di konsumsi. Pada pelaku industri kreatif dikecamatan bandra sribawono kabupaten lampung timur berupaya menghasilkan yang terbaik dengan memasarkan produk yang berkualitas baik.

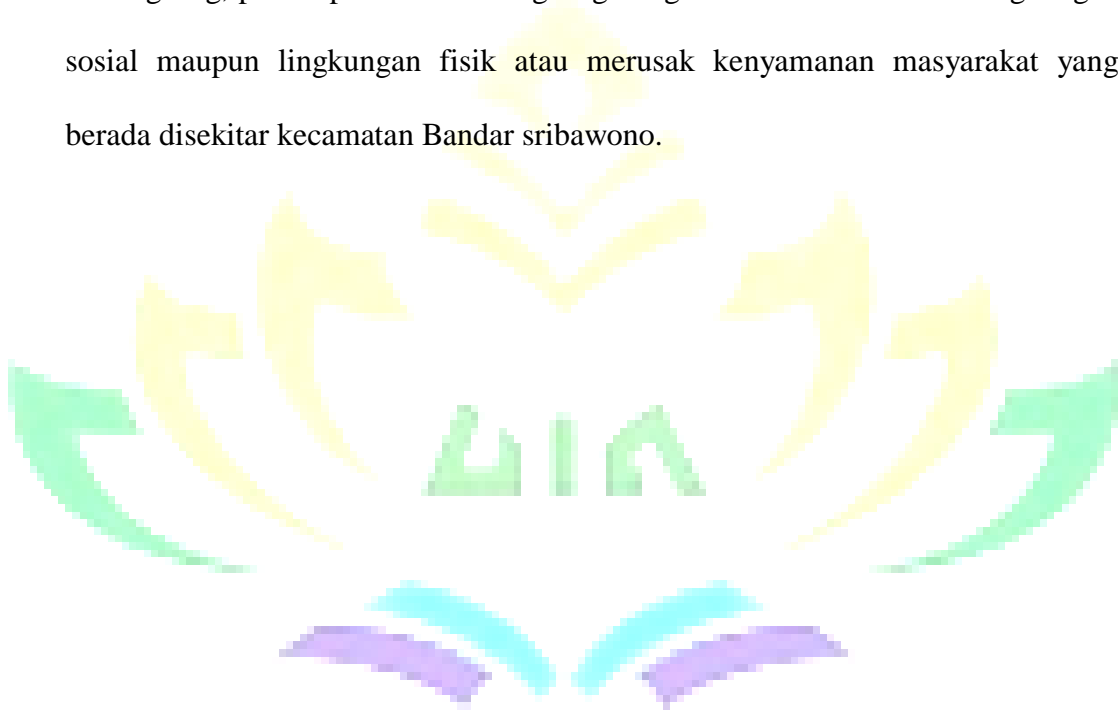
Pada prinsip keadilan dijelaskan bahwa Islam melarang *bai'al-gharar* (jual beli yang tidak jelas sifat-sifat barang yang ditransaksikan) karena mengandung unsur ketidak jelasan yang membahayakan salah satu pihak yang melakukan transaksi. Berdasarkan teori tersebut termasuk dalam etika produk yaitu menjual barang-barang yang jelas sifat, bentuk dari produk yang dipasarkan. Pada industri kreatif dikecamatan bandar sribawono strategi keadilan dengan melakukan transaksi atas produk yang jelas bentuk, wujud serta sifatnya. Sehingga melakukan prinsip keadilan dalam produk agar tidak merugikan konsumen dengan merasa tertipu jika produk yang diperjualbelikan tidak jelas bentuk, dan sifatnya.

Dijelaskan bahwa produk yang dihasilkan adalah produk yang dapat memuaskan masyarakat. Pada prinsip toleransi dalam etika produk, produk yang dihasilkan dan dipasarkan ditujukan bagi seluruh masyarakat tanpa memandang agama, ras, usia dan jenis kelamin. UKM di kecamatan Bandar sribawono dalam memasarkan produknya tanpa memandang agama, ras, usia, dan jenis kelamin.

Pada prinsip *Istiqomah* dijelaskan bahwa konsisten dalam penerapan aturan syari'ah. Prinsip istqomah dalam etika produk yang diterapkan oleh UKM dikecamatan Bandar sribawono adalah konsisten untuk menghasilkan produk yang baik dan berkualitas. Jika dilihat dari segi proses produksi dilaksanakan

dengan produksi yang terdiri dari modal, modal yang digunakan para UKM Kreatif dikecamatan Bandar sribawono adalah modal pribadi.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Gustaf salah satu pelaku industri Kreatif dikecamatan Bandar sribawono menggunakan modal sendiri bukan berasal dari bank yang menggunakan sistem ribawi. Dan selama proses produksi berlangsung, proses produksi berlangsung dengan baik tidak merusak lingkungan sosial maupun lingkungan fisik atau merusak kenyamanan masyarakat yang berada disekitar kecamatan Bandar sribawono.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kajian dan analisis diatas, maka disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Strategi pengembangan yang diterapkan industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono untuk meningkatkan daya saing produk lokal dengan produk modern yang pertama adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk). Dimana strategi ini dilakukan untuk meningkatkan posisi persaingan. Strategi kedua yaitu melalui strategi produk dengan memberikan kualitas produk dengan varians rasa yang berbeda sesuai keinginan konsumen. Kemudian jika dilihat dari stratgei penetapan harga menetapkan dengan harga yang terjangkau bagi kalangan konsumen. Jika dilihat dari strategi pengembangan seperti promosi penjualan melalui media sosial dan juga selebaran atau brosur yang dilakukan sebagian pelaku industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono kabupaten lampung timur.
2. strategi yang digunakan dari pihak kecamatan kasi perekonomian dan kesejahteraan sosial di kecamatan Bandar sribawono untuk menndukung dan mengembangkan produk pangan lokal mendukung, mengembangkan produk pangan lokal membuat program-program pelatihan, pembinaan

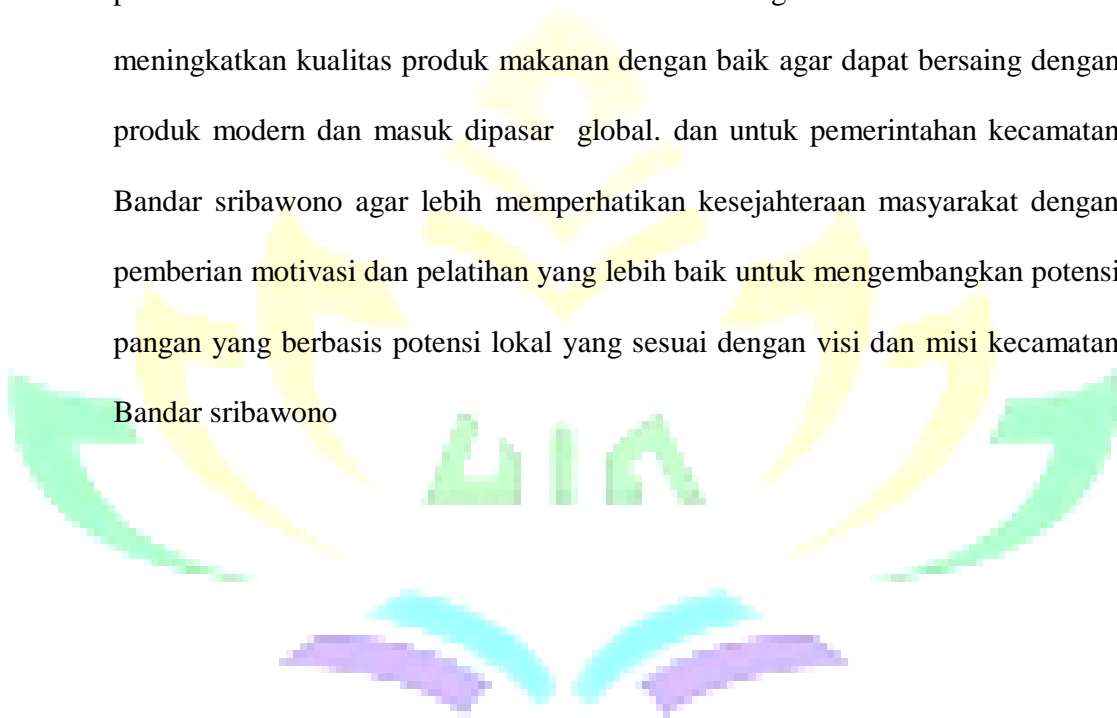
dan pendampingan kepada UMKM dikecamatan Bandar sribawono. dan bekerja sama dengan pemerintah dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten lampung timur untuk memberikan bantuan alat-alat produksi dalam mengembangkan bisnis dan industri berbasis pangan lokal tujuan dari adanya pembinaan, sosialisasi, koordinasi, dan evaluasi, pelaporan untuk mendukung kemajuan industri kreatif bebbasiskan potensi pangan lokal. Strategi yang kedua mengadakan pameran dan pelatihan pembuatan produk yang tujuannya adalah untuk menampilkan produk lokal, memotivasi masyarakat agar lebih berinovasi dan mengumpulkan ide-ide kreatif dari usaha yang dijalankannya agar dapat bersaing di pasar global. Dengan memanfaatkan teknologi dan pengolahan yang tepat produk pangan dapat dijadikan beberapa variasi makanan yang layak diunggulkan sebagai peluang pembentukan industri kreatif dibidang makanan. Strategi pengembangan usaha produksi pangan dikecamatan Bandar sribawono dilakukan melalui strategi produk yaitu dengan memberikan kualitas makanan yang enak dan sesuai dengan keinginan masyarakat dengan adanya varians rasa produk. Kemudian jika dilihat dari segi harga para pelaku UKM menerapkan harga dengan harga terjangkau bagi semua kalangan konsumen. Setartegi pengembangan promosi penjualan dan pemasaran sebagian ada yang melalui media internet. dari setrategi-setrategi yang diterapkan diharapkan dapat bersaing dengan home industry lainnya

3. Strategi pengembangan dan produksi dalam Islam, hal utama yang harus diperhatikan untuk usaha yang bergerak dibidang usaha kuliner adalah mengenai kehalalan produk. Sebagai seorang muslim wajib hukumnya menjual makanan yang halal baik mulai dari modalnya, bahan bakunya, peralatan yang bersih dari najis, hingga cara pembuatannya harus halal. Penciptaan produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memperoleh perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan. Menurut peneliti strategi pengembangan yang dilakukan UKM industri makanan dikecamatan Bandar sribawono sudah sesuai dengan praktek dan teori terutama dalam pengembangan produk yang sudah sesuai dengan syari'at Islam salah satunya yakni kualitas produk, dimana produk yang dijual tersebut tidak menggunakan bahan yang tidak diperbolehkan atau bahan yang bisa membahayakan bagi masyarakat. Jika dilihat dari segi proses produksi dilaksanakan dengan produksi yang terdiri dari modal, modal yang digunakan para IKM dikecamatan Bandar sribawono adalah modal pribadi. Berdasarkan wawancara dengan pelaku-pelaku UKM dikecamatan Bandar sribawono menggunakan modal sendiri bukan berasal dari bank yang menggunakan sistem ribawi. Dan selama proses produksi berlangsung, proses produksi usaha kecil menengah makanan bahan pangan berlangsung dengan baik karena proses produksi usaha tidak merusak lingkungan sosial maupun lingkungan fisik atau merusak

kenyamanan masyarakat yang berada disekitar kecamatan Bandar sribawono.

## **B. Saran**

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapatkan oleh penulis, maka penulis hendak memberikan sara-saran kepada pihak yang terkait yaitu: bagi pelaku industri Kreatif harus lebih berinovasi mengeluarkan ide-ide baru dan meningkatkan kualitas produk makanan dengan baik agar dapat bersaing dengan produk modern dan masuk dipasar global. dan untuk pemerintahan kecamatan Bandar sribawono agar lebih memperhatikan kesejahteraan masyarakat dengan pemberian motivasi dan pelatihan yang lebih baik untuk mengembangkan potensi pangan yang berbasis potensi lokal yang sesuai dengan visi dan misi kecamatan Bandar sribawono



## DAFTAR PUSTAKA

- A Karim Adiwarmarman, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Aedy Hasan, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung: Cetakan Pertama, Alfabeta, 2015.
- Al-Qur'an Surat Ar-Ra'du Ayat 11.
- Amin Suma Muhammad, *Tafsir Ayat Ekonomi Teks, Terjemah, Dan Tafsir*, Jakarta : Amzah, 2015.
- Anoraga Pandji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta : PT. Rineka Cipta , 2004.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, PT Rineka Cipta, 2002.
- Athoillah Anton, *Dasar-Dasar Manajemen*, Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Rajawali Pers, 2015.
- Departement Perdagangan RI, 2008.
- Departement Kebudayaan Dan Pariwisata Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional Yogyakarta, *Jantra Jurnal Sejarah Dan Budaya*, Volume 5 No,9, Juni 2010.
- Edwin Nasution Mustafa, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Eka Yunita Novitri, "Analisis Potensi UMKM Di Ooops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi Program Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017).
- Gunawan Adi, *Kamus Cerdas Bahasa Indonesia*, Surabaya, Kartika, 2003.
- Hadi Sutrisno Hadi, "Metode Research", Yogyakarta: UGM, 2002.
- Hidayat Isharul, "Analisis Pengaruh Subsid Pupuk Dan Kredit Pangan Terhadap Ketahanan Pangan" Skripsi Program Sarjana Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar 2014.
- Indriyo Gitusudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2014, h. 20.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr, *Edisi 10 Strategic Management (Manajemen Strategis) Formula, Implementasi, dan pengendalian*, Jakarta Selatan : Salemba Empat, 2002.
- Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah: New Cordaya, QS. Al Qashash/28:77.
- Kotler Philip, Kevin Kreller. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2008.
- Kristianah, *Upaya Guru Dalam Pengembangan Kreativitas Siswa Pada Proses Pembelajaran Diminu Jatirejoyoso Kepanten Malang*, (Skripsi Program Sarjana Pendidikan Fakultas Tarbiyah UIN Malang 2008).
- M Taufiq Amir M. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi* Jakarta : Rajawali Pers, 2012.

- Mardalis, *Metode Penelitian suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Marsigit, Wuri, *Pengembangan Diversifikasi Produk Pangan Olahan Lokal Bengkulu Untuk Menunjang Ketahanan Pangan Berkelanjutan*, (Vol 30, No. 4 November 2010).
- Mellita Dinna, Deni Erlansyah, “*Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban D Kota Palembang*” (Seminar Nasional 8 Call Paper, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatham, Palembang 2009).
- Michael, R. Duene, Dkk, *Manajemen Strategi*, Edisi Pertama Jakarta : Salemba Empat 2001.
- Muhamad Dawwabah Asyraf, *Meneladani Keunggulan Rasulullah*, Semarang: Pustaka Nuun, 2008.
- Muslich, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Ekonisia 2004.
- Narkubo Cholid dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015).
- Ni Made Suyastiri Y.P, “*Diversifikasi Konsumsi Pokok Berbasis Potensi Lokal Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Pedesaan Di Kecamatan Semin Kabupaten Gunung Kidul*”. jurnal Ekonomi Pembangunan vol. 13 no. 1, Yogyakarta : April 2008.
- Nur Rianto M Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: 2010.
- P. Robbins Stephen, Mary Caulter, *Manajemen Edisi Ke 10* Jakarta: Erlangga, 2011.
- Q.S. Al-Baqarah Ayat 168
- Q.S. Al-Maidah Ayat 3
- Qardhawi Yusuf, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Robbani Press, 2001.
- Rahmawati Fitri, “*Pengembangan Industri Kreatif Melalui Pemanfaatan Pangan Lokal Singkong*”. Makalah yang di sampaikan pada Seminar Nasional tentang Peran Pendidikan Kejuruan dalam Pengembangan Industri Kreatif, yang di selenggarakan oleh Universitas Negeri Yogyakarta, Jurusan PTBB FT UNY 21 November 2009.
- Rivai veitzal, *Islamic Economics. Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi*, Jakarta, PT Bumi Aksara, 2013.
- Simamora Henry, *Manajemen Sumberdaya Manusia*, Yogyakarta : Sekolah Tinggi Basis Ekonomi YKPN, 2004
- Solihin Ismail, *Manajemen Strategi* Bandung: Erlangga, 2012
- Subagio Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta, PT Asdi Mahasatya, 2004.
- Sugiono, *Metode Penelitian dan Administasi*, Bandung, CV Alfa Beta, 1998.
- Sugiyono, *Metode Pnelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2011.
- Suryana, *Kewirausahaan Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.



Swasta Basu, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008.

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Pasal 1.

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2009, Tentang Pengembangan Industri Kreatif  
Pasal 1.

Wahyu, Iwan Setiawan, *BUMN Pangan Evaluasi Menuju kedaulatan Pangan* Jakarta: Niaga Swadaya, 2017.

