

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI
MENGUNAKAN METODE
ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Kopi Khol Di Desa Gumiwang Kecamatan Kejobong
Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

**TITIS DWI SAPUTRI
NIM. 1717201174**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

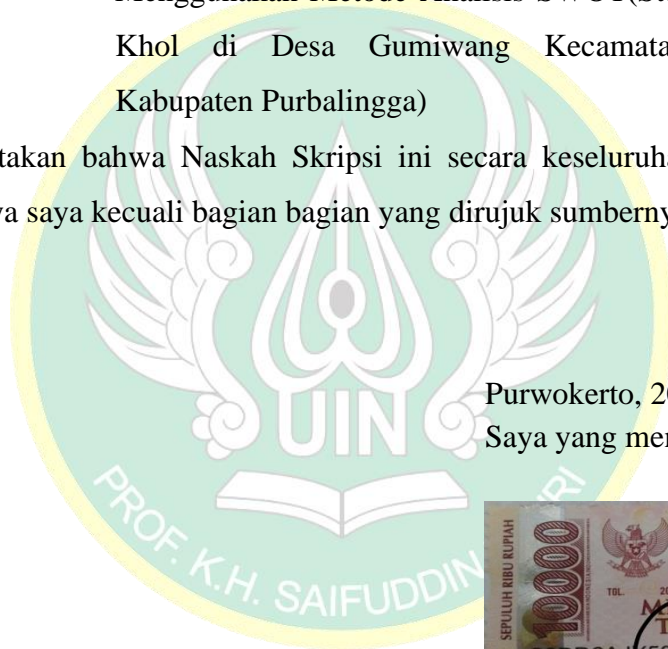
LEMBAR KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Titis Dwi Saputri
NIM : 1717201174
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Prodrum Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usah Home Industri
Menggunakan Metode Analisis SWOT(Studi Kasus Kopi
Khol di Desa Gumiwang Kecamatan Kejoobong,
Kabupaten Purbalingga)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya kecuali bagian bagian yang dirujuk sumbernya

Purwokerto, 20 Januari 2022
Saya yang menyatakan



Titis Dwi Saputri
NIM. 1717201174



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI
MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Home Industri Kopi Khol di Desa Gumiwang,
Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga)

Yang disusun oleh Saudara **Titis Dwi Saputri NIM 1717201174** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **02 Februari 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Shofiyulloh, M. H. I
NIP. 19870703 201903 1 004

Pembimbing/Penguji

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.SI
NIP. 19851112 200912 2 007

Purwokerto, 10 Februari 2022
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Yth

Kepada : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Saefuddin Zuhri
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Titis Dwi Saputri NIM 1717201174 yang berjudul:

Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Kopi Khol di Desa Gumiwang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN SAIFUDDIN ZUHRI Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 20 Januari 2022

Pembimbing



Dewi Laela Hilyatin S.E., M.SI
NIP. 19851112 200912 2007

MOTTO

Life Like Flowing Water
(Hidup seperti air yang mengalir)



HOME INDUSTRIAL BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING
SWOT ANALYSIS METHOD
(Case Study of Khol Coffee Home Industry in Gumiwang Village, Kejobong
District, Purbalingga Regency)

Titis Dwi Saputri
1717201174

E-mail: titisdwisaputri@gmail.com
Department of Islamic Economics and Business
Saifuddin Zuhri . State Islamic University

ABSTRACT

The Home Industry business is definitely never free from problems, both internal and external problems. Likewise with Khol coffe which experienced problems internally and externally, this business also experienced several internal problems, namely the lack of promotion on products, lack of innovation, limited knowledge and technology, less manpower, less extensive marketing channels. Meanwhile, external problems are similar business competition, uncertain raw material prices, and changes in people's lifestyles. While this study aims to develop a khol coffee home industry business development strategy using the SWOT analysis method

This research was conducted at the Khol Coffee Home Industry in Gumiwang Village, district Kejobong, regency Purbalinga, the subject of this research is the owner of Home Industries and employees of khol coffee . The data analysis technique used is descriptive qualitative analysis which includes data reduction , presentation of data and conclusions, and SWOT analysis. Where data is collected by using the technique of observation, interviews, and documentation. Whereas SWOT analysis is used to identify various factors systematically and formulate a company's strategy.

The results of this study indicate that the Khol Coffee Industry Home Development Strategy that can be used is to improve product quality, increase promotions with strategic locations, make variations with coffee, introduce and provide knowledge to employees and owners about technology .

Keywords: Home Industry, Business Development, Strategy

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI
MENGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Home Industri Kopi Khol di Desa Gumiwang Kecamatan
Kejobong Kabupaten Purbalingga)**

**Titis Dwi Saputri
1717201174**

E-mail: titisdwisaputri@gmail.com
Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri

ABSTRAK

Usaha Home Industri pasti tidak pernah lepas dari masalah baik masalah internal maupun eksternal. Begitu juga dengan Kopi Khol yang mengalami permasalahan secara internal dan eksternal, usaha ini juga mengalami beberapa permasalahan internal yaitu kurangnya promosi pada produk, kurangnya inovasi, Terbatasnya Ilmu pengetahuan dan teknologi, tenaga kerja yang kurang, Saluran pemasaran yang kurang luas. Sedangkan permasalahan eksternal yaitu persaingan usaha yang sejenis, harga bahan baku yang tidak menentu, dan perubahan gaya hidup masyarakat. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk strategi pengembangan usaha home industry kopi khol menggunakan metode analisis SWOT

Penelitian ini dilaksanakan di Home Industri Kopi Khol di Desa Gumiwang, Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga, subjek penelitian ini adalah pemilik Home Industri dan karyawan Kopi khol Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data dan kesimpulan, serta analisis SWOT. Dimana data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis serta merumuskan strategi suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pengembangan Home Industri Kopi Khol yang dapat digunakan yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan promosi dengan lokasi yang strategis, membuat variasi dengan kopi, memperkenalkan dan Memberi pengetahuan ke karyawan dan pemilik mengenai ilmu teknologi.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan Usaha, Home Industri

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā'	<i>B</i>	be
ت	tā'	<i>T</i>	te
ث	śā'	<i>Ś</i>	es (dengan titik di atas)
ج	jim	<i>J</i>	je
ح	ha	<i>H</i>	ha (dengan titik di bawah)
خ	khā'	<i>ħa'</i>	ka dan ha
د	dal	<i>D</i>	de
ذ	żal	<i>Ż</i>	zet (dengan titik di atas)
ر	rā	<i>R</i>	er
ز	zai	<i>Z</i>	zet
س	sīn	<i>S</i>	es
ش	syīn	<i>Sy</i>	es dan ye
ص	şād	<i>Ş</i>	es (dengan titik di bawah)
ض	dād	<i>ḍ</i>	de (dengan titik di bawah)
ط	tā'	<i>Ṭ</i>	te (dengan titik di bawah)
ظ	zā'	<i>ẓ</i>	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	gayn	<i>G</i>	ge
ف	fā'	<i>F</i>	ef
ق	qāf	<i>Q</i>	qi
ك	kāf	<i>K</i>	ka

ل	lām	<i>L</i>	'el
و	mīm	<i>M</i>	'em
ن	nūn	<i>N</i>	'en
و	waw	<i>W</i>	we
هـ	hā'	<i>H</i>	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	<i>Y</i>	ye

Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

Ta' marbutah diakhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>hikamh</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dhommah ditulis dengan *t*

زكاة الطر	Ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
-----------	---------	----------------------

B. Vokal Pendek

َ	fathah	Ditulis	a
---	--------	---------	---

◌ِ	kasrah	Ditulis	i
◌ُ	d'ammah	ditulis	u

C. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	<i>a</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>jahiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>a</i>
	تنسي	Ditulis	<i>tansa</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>i</i>
	كريم	Ditulis	<i>karim</i>
4.	Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>u</i>
	فروض	Ditulis	<i>furud</i>

D. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>au</i>
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

E. Kata Sandang Alif + Lam

a. bila diikuti huruf Qomariyyah

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkannya *l* (el)nya

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

F. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي القروض	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



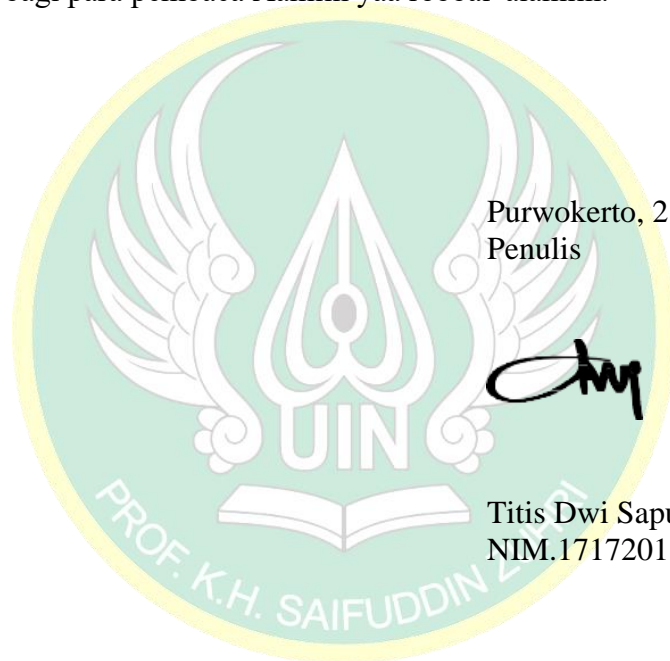
KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT karena dengan hidayah dan inayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT (studi kopi khol di Desa Gumiwang, Kec Kejobong, Kab Purbalingga) Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan, yang dalam hal ini dikarenakan kelemahan dan keterbatasan penulis. Namun demikian penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis merasa banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. K.H. Mohammad Roqib, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (UIN) Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (UIN) Purwokerto.
3. Ibu Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.SI selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (UIN) Purwokerto dan selaku pembimbing skripsi yang sangat sabar dalam membimbing penulis dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam skripsi ini sehingga dapat terselesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga Ibu Hilya diberikan Kesehatan, Kelancaran Rezeki, dan Kebahagiaan dunia dan akhirat. Aamiin.
4. Bapak, Ibu Dosen, dan Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Purwokerto, yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan.
5. Kedua orang tua Bapak Edi Sugianto Sugiono dan Ibu Hadimah yang telah memberikan doa restu, semangat, dukungan juga kesempatan belajar yang baik sehingga tercapainya studi penulis
6. Kesaudara penulis Neni Setiana yang selalu memberi semangat, dukungan dan motivasi

7. Terimakasih kepada Uphiy, Yanti, Meta, Yani, Nisa, Winda yang sudah memberi dukungan dan sport satu sama lain
8. Terimakasih kepada ibu Kholiyah pemilik Home Industri Kopi Khol yang berkenan membantu terselesaikannya skripsi ini
9. Dan semua pihak yang penulis tidak dapat penulis tuliskan satu persatu yang telah memberikan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah nurut serta membantu terselesaikannya skripsi ini

Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat khususnya bagi penulis, dan umumnya bagi para pembaca Aamiin yaa robbal'alamiin.



Purwokerto, 21 Januari 2022
Penulis

Titis Dwi Saputri
NIM.1717201174

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTO	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	5
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi.....	9
B. Strategi Pengembangan.....	12
C. Home Industri	15
D. Analisis SWOT	18
E. Matriks Analisis SWOT.....	21
F. Tinjauan Pustaka.....	22
G. Landasan Teologis	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Teknik Pengumpulan Data	27
D. Sumber Data	28

	E. Teknik Analisis Data	28
	F. Metode Analisis Data.....	29
	G. Keabsahan Data	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
	B. Proses Produksi.....	34
	C. Analisis SWOT Home Industri Kopi Khol.....	38
	D. Matriks Analisis SWOT.....	50
	E. Matrik Analisis SWOT	55
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	60
	B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Profil Data Desa Gumiwang	34
Tabel 4.2	Data Kopi Bubuk Khol	35
Tabel 4.3	Data Harga Kopi	41
Tabel 4.4	Matriks Internal Faktor Analisis Sistem	54
Tabel 4.5	Matriks Eksternal Faktor Analisis Sistem	55
Tabel 4.6	Matriks Analisis SWOT	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Wawancara dengan pemilik Home Industri Kopi Khol

Gambar 2 Proses Produksi Kopi Khol

Gambar 3 Bahan Bakar Kopi Khol

Gambar 4 Proses Penjemuan

Gambar 5 Proses Pemilihan Biji Kopi

Gambar 6 Mesin Penggiling Kopi

Gambar 7 Biji Kopi Yang sudah jadi



BAB I

PENDAHALUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi membuat peluang bisnis semakin berkembang dan banyaknya persaingan dalam dunia bisnis membuat suatu usaha yang dijalankan oleh seseorang harus dipertahankan agar dapat bersaing secara berkelanjutan. Dalam menghadapi persaingan dunia yang semakin ketat. Sekarang ini kita dituntut untuk mampu mengembangkan usaha, supaya usaha kita dapat lebih maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, Definisi pengembangan usaha itu sendiri adalah terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan usaha.

Banyak hambatan-hambatan yang dihadapi seperti kekurangan modal, tenaga kerja yang ahli atau terampil, kinerja keuangan usaha yang buruk, dan sebagainya. Tetapi hambatan-hambatan itu semua dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik. Pengembangan usaha bukan saja dibarengi dengan modal yang banyak atau tenaga kerja yang terampil, tetapi juga harus di barengi dengan niat dari diri kita sendiri. Dengan niat yang sungguh-sungguh kita bisa mengembangkan usaha kita menjadi lebih besar. Jika tidak mengembangkan usaha dengan sungguh-sungguh maka sebaliknya usaha kita akan bangkrut. Cara lain yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha dengan baik adalah dengan memberikan pendidikan meningkatkan keahlian. Dan perlu di ingat bahwa pengembangan usaha itu merupakan bagian dari perencanaan pemasaran (*marketing plan*) oleh karena itu setiap pengusaha baik pengusaha kecil maupun besar harus mampu membuat marketing plan terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya (Hidayati, 2018). Selain itu faktor pemasaran juga penting bagi perusahaan untuk mengembangkan usaha.

Pemasaran menurut kotler dan Amstrong adalah sebuah proses sosial, manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh

apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan, melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. Adapun tujuan pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa dapat terjual dengan sendirinya. Oleh karena itu pemasar dituntut untuk dapat memahami permasalahan pokok di bidangnya. Dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan (Zefi, 2018).

Strategi pemasaran juga merupakan alat yang penting agar perusahaan mampu memenangkan persaingan di pasar. Disamping itu pemasaran juga berfungsi untuk mendekatkan jarak antara produsen dan konsumen dengan memproduksi barang dan jasa perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara dan strategi yang tepat. Untuk merebut pelanggan sebanyak mungkin, setiap perusahaan memiliki cara dan strategi yang berbeda (Mulyani, 2019). Strategi pemasaran yang efektif salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik dapat meningkatkan dari tahun ketahun sesuai dengan kuantitas/kualitas produk yang mampu di produksi oleh perusahaan. Maka pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada dan menjadi suatu kesempatan, namun harus sesuai dengan syarta dan tidak bertentangan ajaran syariat islam sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Najm ayat 24-25:

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى ۚ فَلِلّٰهِ الْآخِرَةُ
وَالْأُولَىٰ

Artinya: “Atau apakah manusia akan mendaptkan segala yang dicita-citakannya?. (Tidak) Maka hanya bagi Allah bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia” (QS.An-Najm 24-25)

Islam juga menganjurkan umatnya untuk berproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktifitas ekonomi, pertanian, perkebunan, pikanan,

pendistribusian, dan perdagangan, bekerja dalam pandangan islam bukan juga tetapi juga merupakan suatu kewajiban agama, sehingga perlu di perhatikan cara dan proses kerja yang akan membawa konsekuensi terhadap hasil, karena Ekonomi Islam menolak mengambil keuntungan atau pendapatan yang diperoleh bukan berdasarkan pada pendapatan yang halal dari usaha. Sebagaimana yang telah di sebutkan dalam Al- Qur'an surat AlJumu'ah ayat 10:

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

Artinya : Apabila shalat telah di laksanakan, maka bertebarlah kamu di muka bumi carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”.(Q.S Al-Jumu'ah 10)

Dalam ayat di atas dapat di jelaskan makna dalam kata “carilah karunia Allah” yang di gunakan di dalamnyadimaksudkan untuk segala usaha halal yang melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya. Dari kedua ayat tersebut di atas bila di hubungkan dengan strategi pengembangan, maka kegiatan strategi pengembangan merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pengembangan seperti yang di harapkan untuk mencapai keberhasilan bahwa apapun yang sudah kita rencanakan berhasil atau tidaknya pada ketentuan Allah (Hidayati, 2018).

Dalam kajian penelitian ini ada di Desa Gumiwang, Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah. Kota yang terkenal dengan pembuatan knalpot namun bukan hanya itu di purbalingga banyak home industry yang mengelola banyak produk salah satunya adalah home industry kopi khol yang berada di Desa Gumiwang ini sudah berdiri sejak tahun 2005. Ibu Kholiyah adalah salah satu pemilik home industry kopi bubu yang ada di Desa Gumiwang, kopi yang di produksi oleh Home Industri Kopi Khol ini

sudah layak untuk di perjualbelikan sesuai dengan wawancara dengan ibu khol yang sudah mendapatkan surat izin PIRT dari Kabupaten Purbalingga, karena keuletanya kini ibu khol sudah bisa melakukan kerja sama dengan beberapa café café dan warung warung kopi yang ada di Purbalingga.

Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Home Industri Kopi Khol ini adalah beliau masih memproduksi kopi dengan cara *handmade* dan memiliki cita rasa yang khas beda dengan kopi yang lain dan rasa nya pun tidak pernah berubah dari tahun ke tahun. Jadi dalam pembuatan kopi sangat detai dari mulai pemilihan bahan baku dan saat memproduksi dilakukan dengan teliti sehingga menghasilkan kualitas yang baik. Kegiatan pemasaran yang dilakukan secara offline, namun walaupun home industry kopi ini masih melakukan strategi dengan cara offline, dia memiliki keuntungan yang cukup. Kopi Khol adalah home industri yang sudah tergolong cukup lama.

Tabel 1,1
Data Penjualan Home Industri Kopi Khol

Tahun	Jumlah
2017	405kg
2018	530kg
2019	650kg
2020	1000kg

Dari hasil data diatas sesuai dengan wawancara ibu khol sebagai pemilik home industry kopi khol ini menyampaikan walaupun Home Industri Kopi Khol melakukan penjualan secara offline namun tidak mempengaruhi penjualan yang beliau lakukan, namun di sisi lain Home Industri Kopi Khol ini pun mengalami beberapa permasalahan dalam mengembangkan usahanya tersebut yaitu permasalahan internal dan eksternal perusahaannya. Permasalahan dalam internalnya yaitu beliau belum bisa memahami pentingnya ilmu pengetahuan dan teknologi, kreativitas dan inovasi pada

produk, saluran pemasaran yang masih belum luas, tenaga kerja yang masih kurang sedangkan permasalahan secara eksternal adanya pesaing-pesaing yang sejenis, Harga bahan baku yang tidak stabil. Selain itu Home Industri Kopi Khol ini yang awalnya hanya mengetahui bisnis dengan cara menjual barang ke konsumen, namun dengan berjalannya waktu sekarang home industry kopi khol ini mampu memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Home Industri Kopi Khol ini, sesuai dengan wawancara dengan Ibu Khol beliau mengatakan bahwa Home Industri ini yang awalnya hanya mengelola biji kopi yang berjenis robusta namun setelah mengalami kemajuan dari Home Industri ini saya mencoba melakukan variasi baru dengan mengelola kopi berjenis kalisidi dimana biji kopi ini memiliki cita rasa seperti buah nangka selain itu beliau juga melakukan inovasi baru yaitu dengan membuat minuman jahe dan kunyit bubuk yang mampu di konsumsi oleh anak kecil dan masyarakat lainnya. Namun dalam mengembangkan usahanya ini pasti mengalami naik turun dalam usahanya maka dari itu diperlukanya analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan produk untuk meminimalisir kelemahan produk serta peluang untuk mengatasi ancaman dalam perusahaan.

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, penulis menggunakan teori Analisis SWOT yaitu metode analisis data yang digunakan untuk merumuskan strategi usaha yang ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu: Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Menurut Freddy Rangkruti dalam Agustin (2021) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Maksud dan tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha Home Industri Kopi Khol di Desa

Gumiwang, Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga dengan menggunakan metode analisis SWOT, dari uraian diatas tertarik untuk mengambil judul “Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT” Dengan alasan bahwa dengan adanya strategi pengembangan dalam penjualan akan dapat meningkatkan pendapatan kopi khol.

B. Definisi Operasional

1. Strategi Pengembangan

Strategi merupakan upaya pengembangan posisi kompetitif perusahaan di tengah persaingan usaha. Sementara itu, strategi adalah seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif yang diharapkan. Strategi meliputi pengidentifikasian dan pengimplementasian tujuan dan rencana tindakan tersebut. Strategi membutuhkan informasi untuk membuat keputusan strategi yang tepat berkaitan dengan pemilihan produk, metode produksi, saluran pemasaran, dan hal lain yang bersifat jangka panjang. Freddy Rangkuti menjelaskan definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut” (Pratiwi, 2018).

Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang atau yang akan datang dengan memberikan informasi memengaruhi sikap atau kecukupan. Dengan kata lain pengembangan adalah setiap kegiatan untuk merubah perilaku yang terdiri dari pengetahuan, kecakapan, dan sikap. Pengembangan merupakan proses perubahan kearah yang lebih baik (Agustin, 2020).

2. Home Industri

Menurut Husnan dan Syahdan home industry merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah bentuk fisik dari suatu barang sehingga

dapat di pergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dikerjakan di rumah. Dalam pengertian ini termasuk juga kegiatan kerajinan tangan. Sehingga home industri dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk memproduksi dimana didalamnya terdapat perubahan bentuk atau sifat dari suatu barang. Kegiatan home industri umumnya merupakan pekerjaan para petani dan penduduk desa, yang memiliki arti sebagai sumber penghasilan tambahan. Salah satu tujuan industrialisasi daerah pedesaan adalah untuk mengembangkan kegiatan ekonomi daerah tersebut, dan dalam usaha untuk mengembangkan industri kecil dan kerajinan rakyat. Dalam pembangunan industri peranan pemerintah sangat besar sekali manfaatnya (Pratiwi, 2020).

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan. Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi (Istiqomah, dkk, 2017).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tujuan penelitian ini adalah

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha home industry kopi khol

menggunakan metode analisis SWOT?

2. Bagaimana strategi dalam usaha home industry kopi khol?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT dikopi bubuk khol di Desa Gumiwang
- b. Untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh home industry kopi?

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan pengetahuan penulis dan untuk melengkapi salah satu syarat akademik dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ilmu Ekonomi pada Universitas Islam Negeri (UIN).

b. Manfaat Praktis

Sebagai informasi ilmiah dan pertimbangan bagi pemilik home industri dalam mengelola usaha yang efisien dan dapat dijadikan sebagai rujukan mahasiswa Ekonomi Islam selanjutnya apabila ingin meneiti permasalahan yang sama.

E. Sistematika pembahasan skripsi ini meliputi :

BAB I Pendauluan berisi Latar Belakang Masalah, Definisi Oprasional, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, kajian pustaka, Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teori. Pada bagian ini memaparkan mengenai teori terkait, peneraparan analisis SWOT sebagai pengembangan home industry kopi khol

BAB III Metode Penelitian. Pada bagiani ini berisi jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data teknik analisis data. Dalam penelitian ini jenis penelitian adalah penelitian kualitatif, sumber data yang digunakan merupakan sumber data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data

menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif

BAB IV Pembahasan Hasil Penelitian. Pada bagian ini berisi tentang deskripsi wilayah desa Gumiwang, pengembangan home industry kopi khol

BAB V Penutup. Pada bagian ini terdapat kesimpulan dan saran. Kesimpulan atas penelitian yang telah di lakukan dan saran bagi pemilik home industry kopi khol



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

Dalam menghadapi suatu pasar perusahaan sangat bergantung kepada kemampuan strategi dalam pengembangan usaha, strategi sangat penting dan krusial, sehingga perlunya perusahaan memikirkan tujuan dari bisnis mereka dan mengatur perusahaan untuk menghadapi persaingan perusahaan yang sejenis sehingga bisnis yang mereka jalani bisa berjalan dengan lancar.

1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari kata Strategos dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari Stratos atau tentara dan ego atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai. Menurut Chandler (1962), Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter (1985) strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang

dilakukan oleh mata-mata musuh. Dari pendapat para Ahli di atas, maka strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi : tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif perusahaan (Agustin, 2020). Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permainan atau taktik (*plan*).

a. Strategi adalah perencanaan (*plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan, gerak langkah perusahaan untuk mencapai tujuan dimasa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan sebelumnya, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan dimasa lampau.

b. Strategi adalah pola (*patern*)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola (*strategy is a patern*), yang selanjutnya intended strategy, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan.

c. Strategi adalah posisi (*position*)

Strategi ketiga menurut Mintzberg adalah *strategy is position*, yang mempromosikan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi posisi cenderung melihat kebawah, yaitu ke suatu titik bidik, dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan dan melihat keluar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

d. Strategi adalah perspektif (*perspective*)

Strategi yang ke empat adalah perspektif. Jika point kedua dan ketiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya

dalam perspektif cenderung lebih melihat ke dalam yaitu ke dalam organisasi, ke atas yaitu melihat grand vision dari perusahaan.

e. Strategi adalah permainan (*play*)

Strategy is play adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Banyak teori yang membahas strategi yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi dan manajemen yang digunakan baik perusahaan besar oleh manajer maupun perusahaan kecil oleh wirausaha untuk mempertahankan perusahaannya. (Sochimim, Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik, 2016).

2. Manajemen Strategi

Manajemen berasal dari kata "*to manage*" yang artinya mengatur pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu, istilah manajemen telah diartikan berbagai pihak dengan prespektif yang berbeda misalnya pengelolaan, pembinaan, pengurusan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pimpinan ketatpengurusan, dan administrasi (Siswanto, 2008, 1). Dengan kata lain strategi manajemen dimaksudkan agar organisasi menjadi satuan yang mampu menampilkan kinerja tinggi karena organisasi yang berhasil adalah organisasi yang efektifitas dan produktivitas makin lama makin tinggi, hanya demikian tujuan dan berbagai sasarannya dapat tercapai. Strategi manajemen dilaksanakan oleh manajemen dengan melakukan pengembangan strategi secara makro maupun mikro untuk menghasilkan hasil yang efektif dan memuaskan di perlukan adanya kreatifitas dalam manajemen.

3. Peran Strategi

Dalam lingkungan perusahaan strategi memiliki peran yang sangat penting untuk mencapai tujuan yang perusahaan inginkan, karena strategi memberikan arah tindakan dan bagaimana cara untuk tindakan itu tercapai sesuai dengan tujuan perusahaan. Menurut (Juliansyah, 2017) strategi memiliki peran penting, strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan, strategi memiliki elemen yang penting untuk mencapai tujuan

yang diinginkan perusahaan selain itu strategi juga untuk koordinasi dan komunikasi untuk memberikan arah pada perusahaan.

B. Strategi Pengembangan

1. Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (Maulana, 2019). Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen. Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. (Widiasari, 2020).

Sebelum mengetahui strategi pengembangan usaha yang harus dilakukan, seorang pengusaha harus mengetahui lingkungan bisnisnya terlebih dahulu. Lingkungan merupakan faktor yang sangat berperan terhadap kondisi usaha karena faktor-faktor ini sangat menentukan strategi yang akan dijalankan sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan strategi usaha ditentukan oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. lingkungan bisnis secara umum terbagi menjadi dua jenis. Pertama, lingkungan eksternal menurut Chuck Williamns yaitu semua kejadian di luar perusahaan yang memiliki potensi untuk mempengaruhi perusahaan (Andika, 2020). Strategi Pengembangan dalam teori manajemen diartikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi

serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan. Pengembangan usaha pada suatu industri sangatlah diharuskan apabila industri tersebut ingin berkembang menjadi lebih besar. Banyak sekali faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan diperbaiki agar perkembangan suatu industri bisa berjalan dengan cepat dan tentunya akan bisa memberikan keuntungan juga nilai tambah pada industri tersebut.

Dengan persaingan tersebut maka bisa menghidupkan dunia usaha yang akhirnya sirkulasi ekonomi dan keuangan dimasyarakat akan lebih baik dan daya beli masyarakat akan meningkat. Pada tingkat nasional, dengan adanya pengembangan setiap industri kecil dan menengah yang ada di setiap daerah maka dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan yang diharapkan dapat menyerap banyak tenaga kerja sehingga pemerataan ekonomi dapat tercapai. Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan atau pelatihan. Strategi Pengembangan menurut Bryson adalah strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika strategi tersebut berusaha menciptakan masa depan baru yang lebih baik (Agustin,2020).

2. Faktor-Faktor Pengembangan Usaha

Dalam melaksanakan usaha, pasti memiliki keinginan untuk mencapai keberhasilan. Berikut ini adalah faktor-faktor pokok yang menyebabkan suatu industry perindustrian dapat berkembang dengan baik apabila dimiliki Faktor Pokok.

- a) Modal digunakan untuk membangun aset, pembelian bahan baku, rekrutmen tenaga kerja, dan lain sebagainya untuk menjalankan kegiatan industri. Modal bisa berasal dari dalam suatu negara serta dari luar negeri yang disebut juga sebagai penanaman modal asing (PMA).
- b) Tenaga kerja dengan jumlah dan standar kualitas yang sesuai dengan kebutuhan suatu perindustrian tentu akan membuat industri tersebut menjadi lancar dan mampu berkembang di masa depan. Jika suatu negara kelebihan tenaga kerja, maka salah satu solusi yang baik adalah mengirim tenaga kerja ke luar negeri menjadi tenaga kerja asing.
- c) Bahan Mentah atau Bahan Baku Bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat dan bahkan terhenti. Untuk itu pasokan bahan mentah yang cukup baik dari dalam maupun luar negeri impor dapat melancarkan dan mempercepat perkembangan suatu industri.
- d) Transportasi Sarana transportasi sangat dibutuhkan suatu industri baik untuk mengangkut bahan mentah ke lokasi industri, mengangkut dan mengantarkan tenaga kerja, pengangkutan barang jadi hasil output industri ke agen penyalur atau distributor atau ke tahap produksi selanjutnya, dan lain sebagainya. Terbayang bila transportasi untuk kegiatan tadi terputus.
- e) Sumber Energi Tenaga Industri yang modern memerlukan sumber energi tenaga untuk dapat menjalankan berbagai mesin-mesin produksi, menyalakan perangkat penunjang kegiatan bekerja, menjalankan kendaraan-kendaraan industri dan lain sebagainya. Sumber energi dapat berwujud dalam berbagai bentuk seperti bahan bakar minyak, batu bara, gas bumi, listrik, metan, baterai, dan lain sebagainya.
- f) Marketing Pemasaran Hasil Output Produksi Pemasaran produk hasil keluaran produksi haruslah dikelola oleh orang-orang yang tepat agar hasil produksi dapat terjual untuk mendapatkan keuntungan profit

yang diharapkan sebagai pemasukan untuk pembiayaan kegiatan produksi berikutnya, memperluas pasar, memberikan dividen kepada pemegang saham, membayar pegawai, karyawan, buruh, dan lain-lain.

C. Home Industri

1. Pengertian Home Industri

Home industry merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah bentuk fisik dari suatu barang sehingga dapat di pergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dikerjakan dirumah. Dalam pengertian ini termasuk juga kegiatan kerajinan tangan. Sehingga home industri dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk memproduksi dimana di dalamnya terdapat perubahan bentuk atau sifat dari suatu barang. Kegiatan home industri umumnya merupakan pekerjaan para petani dan penduduk desa, yang memiliki arti sebagai sumber penghasilan tambahan. Salah satu tujuan industrialisasi daerah pedesaan adalah untuk mengembangkan kegiatan ekonomi daerah tersebut, dan dalam usaha untuk mengembangkan industri kecil dan kerajinan rakyat. Dalam pembangunan industri peranan pemerintah sangat besar sekali manfaatnya (Putra, 2020). Home industry adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini di pusatkan dirumah. Home industry juga dapat berarti industri rumah tangga, karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga (Inayati, 2019).

Home industri adalah sebuah kegiatan Ekonomi berupa pengolahan barang menjadi bernilai tinggi untuk penggunaanya, dilakukan oleh masyarakat pengusaha dari perusahaan kecil seperti industri rumah tangga dan kerajinan. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan dirumah. Pengertian usaha kecil jelas tercantum oleh UU No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil (Rizkika, 2017).

Pada umumnya, pelaku kegiatan ekonomi berbasis dirumah ini adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggal itu dengan mengajak beberapa orang di sekitar sebagai karyawannya. Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, namun kegiatan ekonomi ini secara tidak langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangga di kampung halamannya. Dengan begitu, usaha perusahaan kecil ini otomatis dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran.

Sabagaimana nama kegiatan ekonomi ini, Home industri pada umumnya memusatkan kegiatan di sebuah rumah keluarga tertentu dan biasanya para karyawan berdomisili di tempat yang tak jauh dari rumah produksi tersebut. Karena secara geografis dan psikologis hubungan mereka sangat dekat (pemilik usaha dan karyawan), memungkinkan untuk menjalin komunikasi sangat mudah. Dari kemudahan dalam berkomunikasi ini diharapkan dapat menicu etos kerja yang tinggi. Karena masing-masing mereka bahwa kegiatan ekonomi ini adalah milik keluarga, kerabat dan juga warga sekitar. Merupakan tanggung jawab bersama dalam upaya meningkatkan perusahaan mereka (Rizkika, 2017).

2. Manfaat Home Industri

Home Industri juga memberimanfaat sosial yang sangat berarti bagi perekonomian yaitu:

- a. Terpenuhinya kebutuhan masyarakat, baik itu sandang, pangan, dan papan.
- b. Terciptanya lapangan pekerjaan baru, semakin banyak jumlah industri yang dibangun maka banyak pula tenaga kerja yang diserap.
- c. Dapat meningkatkan pendapatan perkapita.
- d. Dapat ikut serta mendukung pembangunan nasional dibidang ekonomi terutama sektor industry (Putra 2020).

3. Peran Home Industri

Home industri merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam keberadaannya home industri memiliki kedudukan yang mampu mempengaruhi keadaan ekonomi masyarakat pedesaan dalam jangka panjang. Dengan adanya home industri di lingkungan pedesaan juga memberikan dampak yang positif, seperti pemberdayaan terhadap pengangguran warga desa (Inayati, 2019).

4. Manajemen dalam Home industri

Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumberdaya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Dalam sebuah industry kecil sangat dibutuhkan manajemen pengelolaan yang baik untuk kelangsungan industry dimasa yang akan datang, adapun diantaranya:

a. Permodalan

Permodalan dalam kegiatan usaha untuk menghasilkan profit sangat dibutuhkan karena modal merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha. Modal ini nantinya yang akan digunakan untuk membiayai operasional usaha seperti belanja bahan baku, membayar gaji karyawan, periklanan.

b. Produksi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, produksi diartikan sebagai proses mengeluarkan hasil atau penghasilan. Produksi suatu barang atau jasa, seperti dinyatakan dalam ilmu ekonomi dilakukan karena barang atau jasa itu mempunyai, utilitas (nilai guna). Islam memandang bahwa suatu barang atau jasa mempunyai nilai guna jidan dan hanya jika mengandung kemaslahatan. Seperti yang diungkapkan Asy syabiti, kemaslahatan yang hanya dicapai dengan memelihara lima unsur pokok kehidupan, yaitu agama, akal, keturunan, dan harta.

Tujuan utama dari usaha produktif bukan sekedar

mendapatkan keuntungan dan memasarkan produk untuk konsumen, tujuan ini hanyalah tujuan jangka pendek dan berifat duniawi. Ada jangka panjang yang hendak dituju dari aktifitas produksi yaitu untuk tujuan ukhrawi, mengingat kembali tujuan utama diciptakannya jin dan manusia adalah untuk beribadah kepada Allah dan tidak menyekutukannya dengan apapun dan segala aktifitas kita tak bisa dipisahkan dari tema sentral ini yaitu ubudiyah kepada Allah.

Dalam islam memproduksi barang juga memiliki etika sehingga tersendiri, sebagai manusia yang bermoral manusia memiliki kemampuan memilih mana yang baik dan buruk.

c. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Inayati, 2019).

Nanda Maulana (2019) Menyatakan bahwa dalam merumuskan Strategi pengembangan kopi Indonesia, alat analisis yang digunakan adalah Matriks Analisis SWOT.

D. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan instrumen analisis yang ampuh bila digunakan dengan tepat. SWOT merupakan akronim untuk kata-kata strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Kemampuan Analisis SWOT terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus meminimalisasi kelemahan dan menekan dampak ancaman. Jika para

penentu strategi perusahaan mampu melakukan kedua hal tersebut, maka menentukan dan memilih strategi yang efektif akan membuahkan hasil (Zuhri, 2013).

Analisis SWOT dapat dibagikan dalam 4 langkah :

- a. Menyiapkan sesi SWOT
- b. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan
- c. Mengidentifikasi kesempatan dan ancaman
- d. Menganalisis kekuatan dan kelemahan.

Analisis SWOT sendiri merupakan alat analisis yang bertahan paling lama serta banyak digunakan oleh perusahaan untuk melakukan analisis situasional dalam formulasi strategi. Analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran).

Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Analisis SWOT sangat penting perannya dalam meningkatkan mutu perusahaan karena analisis dan gambaran yang diberikan merupakan tolok ukur dalam mengembangkan lembaga/satuan pendidikan lebih lanjut. Setelah analisis, perlu dirumuskan visi, misi, tujuan, dan program kerja yang lebih konkrit (Andika, 2020).

Manfaat dalam analisis SWOT untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman organisasi sehingga mampu menganalisis apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam organisasi ataupun perusahaan untuk mendapatkan strategi yang tepat dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang ada untuk mengatasi segala ancaman dan mengurangi kelemahan yang ada sehingga organisasi dapat bertahan dan mampu untuk berkembang.

2. Komponen Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Telah diketahui pula secara luas bahwa SWOT merupakan akronim dari kata-kata "*Strengths*" (Kekuatan),

“*Weaknesses*” (Kelemahan), “*Opportunities*” (Peluang), “*Threats*” (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi termasuk satuan bisnis tertentu, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang bersangkutan.

Tujuan dalam analisis internal yaitu untuk mengetahui kinerja dan kegiatan yang bersifat strategis. Kinerja bisa diketahui dengan cara menganalisis faktor-faktor yang bersifat tangible dan intangible. Faktor-faktor yang bersifat tangible adalah profitabilitas, market share, biaya produksi, rencana pengembangan produk baru, dan sebagainya. Sedangkan faktor yang bersifat intangible adalah perilaku karyawan, keahlian manajemen, budaya organisasi dan sebagainya. Analisis faktor eksternal meliputi faktor-faktor yang datangnya dari luar perusahaan, yang dapat mempengaruhi jalannya perusahaan. Contohnya adalah tingkat persaingan, karakteristik konsumen, perilaku konsumen, selera konsumen, peraturan pemerintah.

Analisis SWOT terdiri dari beberapa komponen, yaitu

a. Strengths (kekuatan)

Faktor-faktor kekuatan dalam lembaga pendidikan adalah kompetensi khusus atau keunggulan-keunggulan lain yang berakibat pada nilai plus atau keunggulan komparatif perusahaan tersebut.

b. Weakness (kelemahan)

Kelemahan adalah hal yang sangat wajar dalam segala sesuatu tapi yang terpenting adalah bagaimana sebagai penentu kebijakan dalam perusahaan dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan kelemahan tersebut menjadi satu sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan tenaga pekerja, lemahnya kepercayaan masyarakat, dan lain-lain.

c. Opportunities (peluang)

Peluang adalah suatu kondisi lingkungan eksternal yang menguntungkan bahkan bisa menjadi formulasi dalam perusahaan tersebut. Peluang dapat digunakan oleh perusahaan untuk berkembang sehingga menjadi perusahaan yang bagus dan dapat berkembang secara luas.

d. Threats (ancaman)

Ancaman meliputi faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah perusahaan. Jika sebuah ancaman tidak ditanggulangi maka akan menjadi sebuah penghalang atau penghambat bagi maju dan peranannya sebuah perusahaan itu sendiri. Untuk lebih memudahkan menganalisa SWOT maka digunakan matriks berupa tabel yang digunakan perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman serta kombinasi dimana kekuatan bertemu dengan kesempatan adalah keadaan yang paling positif, dan kombinasi kelemahan dan ancaman (Rangkruti, 2016 : 20).

E. Matrik Analisis SWOT

Menurut (Afridal 2017) Matrik SWOT merupakan alat yang digunakan untuk melakukan faktor-faktor dalam strategis perusahaan. Matriks analisis SWOT ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan yang diselesaikan oleh kekuatan dan kelemahan. Matrik SWOT ini bisa menghasilkan 4 sel yang alternatif strategi. Strategi S-O dalam perusahaan menuntut mampu memanfaatkan peluang yang didapatkan kekuatan internalnya. Strategi W-O menuntut perusahaan untuk meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi S-T adalah pengoptimalan kekuatan dalam menghindari ancaman dan WT merupakan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Menurut Afridhal (2017) Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang dengan menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO atau strategi kelemahan peluang memiliki

tujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman dengan menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal. Strategi WT atau strategi kelemahan dan ancaman adalah taktik defensif yang difokuskan untuk mengurangi kelemahan internal dan untuk menghindari ancaman eksternal.

F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini memiliki tujuan untuk mengemukakan teori yang relevan dalam masalah yang diteliti, selain itu kajian pustaka juga memiliki tentang teori-teori yang didapatkan dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan juga mendukung penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian yang pernah peneliti lakukan sebelumnya diantaranya adalah sebagai berikut:

Dalam skripsi Ulfa Hidayati pada tahun 2018 dengan judul “Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam Prespektif Ekonomi Islam” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin, dipandang perlu adanya strategi yang bersifat intensify yaitu startegi untuk meningkatkan strategi dalam posisi persaingan usaha serta strategi yang memiliki sifat diferensiensi yaitu strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas produk atau dengan meningkatkan inovasi dalam produk demi meningkatkan jumlah jual produk. Dan strategi yang diperlukan dengan memnafaatka ilmu teknologi untuk memperluas jangkauan dengan membuat promosi di media social berupa iklan atau pun website jual *online*, untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk maka perlu untuk memberikan ilmu pengetahuan dan pelatihan kepada karyawan sehingga bisa meningkatkan usaha pada produk (Hidayati, 2018).

Dalam jurnal penelitian Fatmawati Kaddas pada tahun 2016 dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Sirup Pala Kie Raha di Kelurahan Ngade Kota Ternate” Hasil penelitian ini menunjuka bahwa perusahaan sirup pala dalam posisi yang menguntungkan, perusahaan

memiliki kekuatan dan peluang sehingga Home Industri Pala Kieraha berusaha untuk memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang digunakan oleh Home Industri Sirup Pala Kieraha ini dengan memperluas distribusi secara luas dengan menciptakan packaging yang menarik sehingga dapat mengundang ketertarikan pada masyarakat dan promosi yang handal dilakukan oleh Home Industri Sirup Pala Kieraha (Kaddas, 2016)

Dalam skripsi Hidayati Pasaribu pada tahun 2018 dengan judul “Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran pada PT Arma Anugerah Abadi Medan” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Arma Anugerah Abadi Medan menerapkan strategi yang sifat Growth Oriented Strategy, dalam diagram cartesius dalam analisis SWOT ini menunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi pada kuadran pertama dimana menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan untuk perusahaan karena memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan meminimalkan kemehana dan mengatasi ancaman dari perusahaan yang sejenis (Pasaribu, 2018)

Dalam jurnal penelitian Tati Atmayanti, Baiq Dewi Lita Andiana pada tahun 2021 dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Era New Normal Pandemi Covid19 dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama (KUBE) “Arjanjang” Desa Selebung, Ketangga, Kabupaten Lombok Timur” Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh home industri pada KUBE “Arjanjang” pada posisi kuadran I yaitu growth strategy dengan meningkatkan kualitas produksi dari hasil olahan jantung pisang dengan menggukan potensi yang dapat memberikan inovasi terbaru dalam melakukan produksi sehingga tercipta bebrapa varian rasa, peningkatan kualitas SDM yang memadai sehingga mampu memberikan sentuhan yang baru pada tampilan produk, seperti dalam pengemasan, promosi, pemanfaatan media digital dan mempunyai kemampuan dalam pengelolaan (manajemen) yang handal. Selain itu, sangat perlu menjalin kerjasama yang lebih luas, baik dengan para petani pisang maupun pengusaha pengusaha yang lainnya, serta

memperluas akses permodalan melalui lembaga keuangan untuk ekspansi usaha dimasa yang akan datang. Dalam menghadapi kondisi New Normal maka sebisa mungkin KUBE“Arjanjang” senantiasa mematuhi protokol kesehata serta memanfaatkan bantuan dari pemerintah dengan optimal (Atmayanti, Andiana 2021).

Dalam Skripsi Risda Pratiwi pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analsis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV Uul Jayadi Desa Kebun Lada Kecamatan) Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Uul Jayadi faktor yang mempengaruhi perusahaanya adalah faktor kekuatan dimana bahan baku yang di peroleh CV Uul jaya dengan harga yang murah dan yang berkualitas sarana dan prasana yang dimiliki oleh CV Uul Jayadi yang memadai sehingga mendukung proses produksi, kelemahan yang dimiliki C Uul Jayadi dimana strategi yang promosi yang lemah sehingga produk yang dikeluarkan CV Uul Jayadi belum di kenal oleh masyarakat (Pratiwi, 2018).

Dalam Skripsi Tri Budiman pada tahun 2017 dengan judul “ Analsis SWOT pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus Percetakan Paradise Sekampung)” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan analisis Swot dalam strategi bisnis baik dalam strategi internal maupun eksternal belum maksimal hal ini dapat dilihat dari bobot matriks evaluasi dalam internal dan eksternal (Budiman, 2017).

G. Landasan Teologis

1. An-Nisa 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S An-Nisa 29)”

2. At-Taubah 24

وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِينُ تُرَضُّونَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ

Artinya : “Katakanlah, “Jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, istri istrimu, keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perdagangan yang kamu khawatirkan kerugiannya, dan rumah-rumah tempat tinggal yang kamu sukai, lebih kamu cintai dari pada Allah dan Rasul-Nya serta berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah memberikan keputusan-Nya.” Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang fasik (Q.s At-Taubah 24)”

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian adalah usaha untuk menemukan mengembangkan dan menguji suatu kebenaran dengan menggunakan metode ilmiah. Menemukan berarti berusaha mendapatkan sesuatu untuk mengisi suatu kekosongan, dengan mengembangkan berarti memperluas dan menggali lebih dalam apa yang sudah ada dan menguji adalah mengecek kebenaran sesuai dengan fakta.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan merupakan penelitian data data yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui studi lapangan dengancara mengamati, mencatat, dan mengumpulkan berbagai data dan informasi yang ditemukan di lapangan, kemudian dilihat dari pendekatannya peneliti lebih cenderung menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang di harapkan dapat menghasilkan suatu deskripsi tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang dapat diamati (Herlinawati, 2021)

Penelitian lapangan (*field research*) dapat dikatakan penelitian langsung ke lapangan dengan mengumpulkan data dari narasumber secara langsung, dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di Home Industri Kopi Bubuk Khol di Desa Gumiwang, Kec Kejobong, Kab Purbalingga. Alasan menggunakan pendekatan kualitatif karena untuk memperoleh informasi mendalam mengenai objek penelitian yaitu mengenai bagaimana menerapkan strategi pengembangan yang dilakukan metode deskriptif ini dimaksudkan untuk membuat gambaran yang sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta serta sifat dari suatu fenomena yang diselidiki.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Home Industri Kopi Bubuk Khol yang beralamat di Desa Gumiwang RT 11,RW 06, Kecamatan Kejobong,Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah. Dan Peneltian ini dilakukan mulai bulan Juni sampai dengan selesai. Alasan penulis memilih penelitian di

Home Industri Kopi Khol karena Home industry ini merupakan Home industri yang sudah berdiri sejak tahun 2005 dan sampai sekarang. Karena Home Industri ini merupakan Home industry yang pertama dalam memproduksi kopi bubuk, pasti banyak rintangan, hambatan dan permasalahan yang dihadapi oleh Home Industri tersebut, baik masalah internal maupun masalah eksternal.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah Suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya dengan cara mengajukan pertanyaan lisan dan dijawab lisan.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada pemilik Home Industri Kopi Khol, karyawan, dan konsumen kopi khol.

2. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologi dan psikologis, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Observasi dalam penelitian ini langsung menandatangani ke lokasi Home Industri Kopi Bubuk Khol sehingga penulis mengetahui apa saja informasi yang dibutuhkan tentang industry kopi

3. Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah penjaringan data-data dari prasasti-prasasti, naskah-naskah kearsipan (baik dalam bentuk barang cetakan maupun rekaman, data gambar, foto dan lain sebagainya). Dokumentasi berupa data tertulis dan publikasi dari Home Industri Kopi Khol tentang gambaran umum usaha jumlah karyawan serta jumlah rata-rata penjualan setiap hari sebagai data tambahan untuk menyusun data hasil penelitian.

D. Sumber Data

Penelitian menggunakan beberapa sumber data, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah Sumber data yang langsung dari tangan pertama dan memeberikan data kepada pengumpul data. Maupun dilakukan dengan wawancara dengan pemiik Home Industri Kopi Bubuk Khol untuk mengetahui kondisi dan permasalahan yang ada.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada kepada pengumpul data. Dalam melakukan metode ini bisa diperoleh dari buku bacaan yang menyangkut dengan masalah penelitian.

E. Teknis Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan kata lain, peneliti merangkum kembali data-data untuk memilih dan mengfokuskan pada bagian yang penting

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi atau data yang sudah dirangkum sebelumnya yang akan memudahkan untuk memahmi apa yang terjadi, serta merencanakan tindakan selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami.

3. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Kesimpulan yang dimaksudkan ini adalah penentuan data akhir dari keseluruhan proses tahapan analisis sehingga keseluruhan permasalahan mengenai penurunan penjualan dapat terjawab dengan data dan permasalahanya.

F. Metode Analisis Data

Untuk Menganalisis permasalahan pertama digunakan analisis deskriptif yakni dengan mendiskripskan lingkungan internal maupun eksternal yang

menjadi kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman pada usaha kopi khol ini. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan bagaimana keadaan, gejala dan persoalan di suatu daerah dan selanjutnya diolah menjadi data dan data tersebut kemudian diolah untuk menjadi sebuah kesimpulan. Metode analisi data dilakukan secara deskriptif dengan pertimbangan adanya kesediaan dari pengusaha untuk menganalisis kondisi untuk menganalisis kondisi usahanya selanjutnya merumuskan strategi pengembangan usaha dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk mendapatkan sebuah taktik. Dalam melakukan pendekatan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT, dalam pembuatan matriks SWOT ini diperlukan beberapa tahapan

<p>INTERNAL</p> <p>EKSTERNAL</p>	<p>Kekuatan (s)</p> <p>Menentukan beberapa factor yang menjadi kekuatan perusahaan</p>	<p>Kelemahan (w)</p> <p>Menentukan beberapa factor yang menjadi kelemahan perusahaan</p>
<p>Peluang (O)</p> <p>Menentukan beberapa factor yang dianggap sebagai peluang bagi perusahaan</p>	<p>Strategi (SO)</p> <p>Menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada</p>	<p>Strategi (WO)</p> <p>Meminimalkan kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>Menentukan factor yang dianggap sebagai ancaman bagi perusahaan</p>	<p>Strategi (ST)</p> <p>Memfaatkan kekuatan perusahaan dalam menghadapi ancaman luar</p>	<p>Strategi (WT)</p> <p>Meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman luar</p>

Pembuatan matrik SWOT terdiri dari 8 tahapan. Tahap pertama dan kedua adalah mendata faktor peluang dan ancaman dari lingkungan perusahaan. Tahap ketiga dan keempat adalah mendata kekuatan dan kelemahan perusahaan. Tahapan selanjutnya mencocokkan keempat faktor itu satu sama lain dengan berpasang-pasangan. Dimana pasangan hasil strateginya berupa S-O, W-O, S-T, W-T. Adapun penjelasan keempat strategi tersebut sebagai berikut :

1. Strategi S-O : Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan guna memanfaatkan peluang yang ada. Misalnya saja ada peluang pengembangan usaha dan perusahaan juga sedang mengalami laba yang cukup tinggi.
2. Strategi W-O : Strategi ini digunakan untuk mengatasi sebuah kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Misalnya ada pesanan produk dalam jumlah besar sedangkan kapasitas produksi perusahaan tidak memadai. Strategi yang bisa dilakukan adalah menambah mesin atau melakukan kerjasama dengan perusahaan lain.
3. Strategi S-T : Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan dalam menghadapi ancaman dari luar. Misalnya saja terjadi peniruan produk, perusahaan dapat menuntut hak cipta yang dimiliki dari produk tersebut.
4. Strategi W-T : Strategi ini merupakan strategi untuk bertahan dari ancaman luar sekaligus mengatasi kelemahan yang dimiliki. Situasi ini merupakan situasi terburuk bagi perusahaan. Merger dan likuidasi merupakan pilihan strategi yang digunakan oleh perusahaan apabila diposisi ini (Rangkruti, 2016 :21)

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Startegi yang harus Mendukung strategi

Mendukung strategi Turn around Agresif Mendukung strategi Mendukung strategi Devensif Diversifikasi Berbagai Peluang Kelemahan internal Kekuatan internal Berbagai ancaman diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelamahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question mark pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan Internal.

G. Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Metode pengolahan dan analisis data disajikan secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif.

Analisa kualitatif digunakan untuk mengetahui lingkungan internal, eksternal dan bauran pemasaran Proses perumusan strategi dilakukan melalui tiga tahap, yaitu tahap masukan (analisis lingkungan internal dan eksternal) tahap pencocokan.



BAB IV

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

A. Gambaran umum Home Industri Kopi BUBubuk Khol

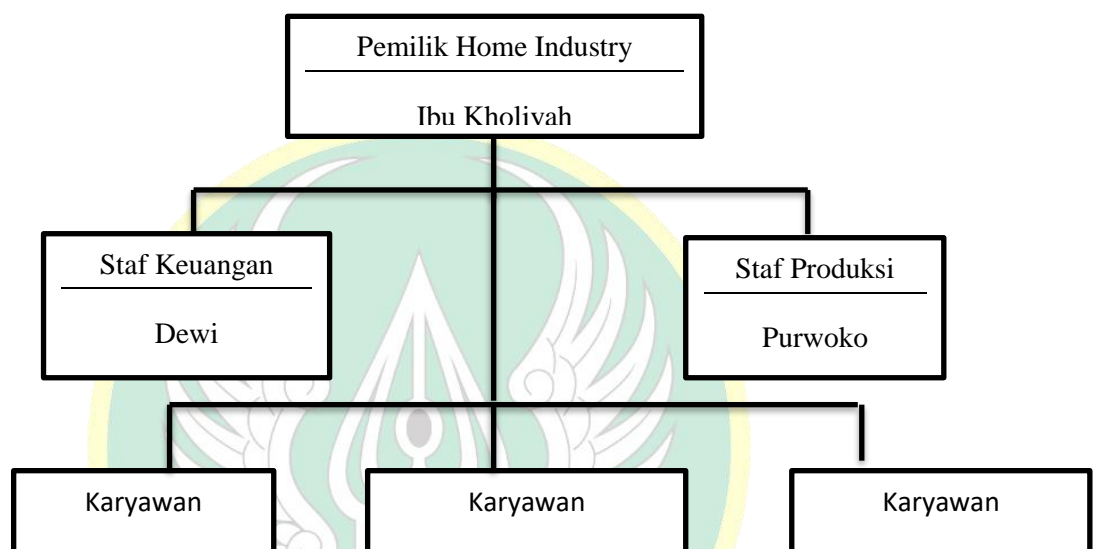
Ibu Kholiyah beliau adalah pemilik Home Industri kopi yang ada di daerah purbalingga. Beliau adalah pencetus Home Industri yang mengelola biji kopi menjadi kopi bubuk pertama yang ada di Desa Gumiwang Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga. Home Industri Kopi Khol ini sudah berdiri dari sejak tahun 2005 sampai sekarang tahun 2021. Karna keuletanya kini Home Industri kopi khol ini bisa banyak dikenal oleh masyarakat purbalingga. Home Industri ini yang dulunya masih menggunakan alat traditional buat menumbuk kopi namun karna keuletanya home industry ini bisa membuat kopi bubuk dengan memakai alat modern untuk menumbuk kopi, dan juga mampu memperluas tempat home industry dan mampu memperkejakan beberapa karyawan. Awal mulanya berasal dari dari pemilik Home Industri yang suka meminum kopi, kemudian beliau terfikir dengan daerahnya yang belum ada usaha yang mengelola kopi bubuk. Sehingga terciptalah Home Industri Kopi Kho ini. Setelah melakukan wawancara dengan ibu khol pada hari sabtu tanggal 18 September 2021

Home Industry kopi khol ini juga sudah mendapatkan surat izin PIRT dari Kabupaten Purbalingga sejak tahun 2010 yang menjelaskan bahwa home industry kopi khol layak buat diperjualbelikan (Wawancara dengan Ibu Kholiyah).

Dalam menjalankan usahanya, semua wirausahawan pasti mempunyai visi, misi, dan tujuan. Bukan tanpa alasan, mereka membuat visi, misi dan tujuan untuk dijadikan pedoman, prinsip bahkan aturan saat menjalankan bisnisnya. Tanpa adanya visi, misi dan tujuan, maka perusahaan tidak akan terarah, mudah terombang-ambing, mudah dikalahkan pesaing. Berikut ini adalah visi, misi, dan tujuan dari Home Industri Kopi Khol.

Visi Home Industri Kopi Khol yaitu “Home Industri memiliki rasa kopi yang khas dan tidak mengubah cita rasa pada kopi”Misi Home Industri Kopi Khol “Menjadi Home Industri Kopi Bubuk yang unggul”

Home Industri kopi khol ini adalah home industry yang mengelola biji kopi menjadi bubuk kopi, dan home industry kopi bubuk khol ini juga dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Usaha home industry dapat menjadi lebih berkembang sehingga dapat dikenal oleh masyarakat secara luas dan mampu mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Berikut ini adalah susunan profil Home Industri Kopi Khol



Sumber: Profil Kopi Bubuk Mbah Khol

Untuk jumlah karyawannya ada 3 orang yang memproduksi kopi yang diharapkan usahanya dapat berkembang *job desk* yang telah di amanahkan dan lebih terorganisir dengan menghadirkan produk yang lebih baik lagi ke depannya.

Home industry kopi khol ini terkerak didesa Gumiwang kec Kejobong, desa Gumiwang ini termasuk wilayah Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbbalingga Provinsi Jawa Tengah,, Secara administrative wilayah Desa Gumiwang terbagi dalam Dusun Gumiwang terbagi dalam Dusun, Rukun Warga (RW) dan Rukun Tetangga (RT) dengan batas batas wilayah.

Tabel 4.1

Batas	Desa/ Kelurahan	Kecamatan
Sebelah Barat	Bandingan, Nangkasawit	Kejobong
Sebelah Utara	Pesunggingan	Kejobong
Sebelah Timur	Krenceng	Kejobong
Sebelah Selatan	Sokanegara	Kejobong

Sumber: Profil Data Desa Gumiwang

Jumlah penduduk desa Gumiwang terdiri dari 2.504 jiwa dan luas wilayah desa Gumiwang 216,226 Ha. Mata pencaharian terbesar masyarakat desa Gumiwang yaitu menjadi petani dan buruh tani. Serta Letak atau tempat yang strategis membuat perusahaan mudah dijangkau oleh konsumen, Home Industry kopi khol yang beralokasikan didesa. Dan Letak Home Industry kopi khol ini beralokasikan di Desa Gumiwang Rt 11 Rw 06, Kec. Kejobong, Kab. Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Home Industry ini tidak jauh dari jalan raya dan cukup relatif diakses oleh masyarakat.

B. Proses Produksi

Proses Produksi adalah suatu bentuk kegiatan yang paling penting saat melakukan kegiatan pada pelaksanaan produksi dalam suatu perusahaan, karena proses produksi sangat berpengaruh dalam meningkatkan kualitas produk yang baik, namun sebaliknya proses produksi yang tidak lancar atau memiliki masalah yang sering terjadi sehingga produk tidak bisa menghasilkan kualitas produk yang baik, Proses produksi merupakan sesuatu yang dihasilkan dari suatu perusahaan baik bentuk barang (*goods*) maupun jasa (*service*) dalam suatu periode waktu yang selanjutnya dihitung sebagai nilai tambah bagi perusahaan. Dengan selalu memiliki persediaan bahan baku serta proses produksi yang lancar maka perusahaan akan mendapatkan produk

yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan atau permintaan konsumen. Dalam melaksanakan kegiatan produksi perlu adanya bahan baku dan peralatan untuk memperlancar kegiatan produksi.

Bahan baku adalah sesuatu faktor yang terpenting dalam keberlangsungan proses produksi, suatu industry yang tidak mempunyai bahan baku maka tidak mampu membuat suatu produk. Bahan baku yang digunakan oleh Home Industri kopi khol ini adalah biji kopi yang didapatkan dari petani petani yang terdapat di daerah purbalingga. Peralatan yang digunakan untuk produksi sangat memiliki pengaruh dengan mutu dan kualitas Kopi yang dihasilkan. Jika kualitas kopi bubuk baik, maka konsumen akan puas dan akan menambah kepercayaan untuk produsen. Dalam memilih bahan baku kopi bubuk yang baik dan berkualitas.

Tabel 4.2

No	Alat Produksi	No	Bahan Produksi
1.	Kayu Bakar	1.	Biji Kopi
2.	Tungku		
3.	Wajan		
4.	Mesin Penggiling Kopi		
5.	Tampah		
6.	Box		

Sumber: Data Kopi Bubuk Khol

Dalam memilih rekan untuk melakukan kerjasama, usaha kopi bubuk khol ini memilih petani biji kopi yang berasal dari daerah sekitar purbalingga dengan tujuan untuk meminimalisir biaya produksi sehingga bisa memberikan keuntungan yang maksimum untuk pihak ke dua belah pihak sebagaimana pernyataan dari ibu kholyah dalam wawancara pada tanggal 15 september 2021 yang menyampaikan bahwa : *“Biji kopi yang saya ambill dari petani*

purbalingga dan daerah dari pegunungan slamet mba, soalnya kalo mengambil di daerah temanggung atau lainnya itu mahal juga biji kopi nya beda dengan yang biasanya saya pakai mba”.

Dalam pembuatan kopi bubuk ini home industry khol menggunakan proses produksi secara *Homemade* karena home industry sangat mengutamakan kualitas dan rasa kopi bubuk ini. Adapun cara membuat kopi bubuk khol ini :

- a. Membersihkan biji kopi menggunakan air yang mengalir dan buang biji kopi yang berwarna hitam

Biji kopi yang sudah di dapatkan dari petani kopi adalah biji kopi jenis biji kopi Robusta dan kemudian biji kopi dipisahkan antara biji kopi yang bagus dan yang tidak bagus, biji kopi yang bagus ialah biji kopi yang berwarna hijau, biji kopi yang tidak bagus itu biji kopi yang berwarna hitam dan tidak berisi. Setelah melewati tahap pemilihan antara biji kopi yang bagus dan tidak bagus biji kopi tersebut langsung dicuci bersih dengan air mengalir untuk membuang kotoran yang ada di biji kopi tersebut.

- b. Setelah dibersihkan dengan air bersih biji kopi di jemur dibawah sinar matahari

Biji kopi yang sudah bersih biji kopi kemudian di iriskan dan di jemur di bawah sinar matahari menggunakan tampah sehingga biji kopi tidak kotor biji kopi di jemur sampai kering supaya biji kopi tidak busuk dan berjamur. Proses penjemuran biji kopi dilakukan sampe 3 hari atau 2 hari sampai biji kopi kering.

- c. Sangrai kopi dengan wajan dan mesin dengan menggunakan kayu bakar sampai warnanya kecoklatan

Biji kopi yang sudah di jemur dan kering kemudian dimasukan ke dalam wajan yang sudah panas tanpa minyak dan menggunakan kayu bakar. Biji kopi ini di sangrai menggunakan api yang kecil sehingga tidak gosong. Proses menyangrai biji kopi ini dilakukan dalam waktu 3 jam atau lebih tergantung banyak nya biji kopi yang di sangrai. Biji kopi disangrai

menggunakan kayu bakar sehingga tidak mengubah ciri khas pada rasa kopi bubuk khol ini. Pada waktu penyangraian waktu sangrai juga ditentukan atas dasar warna biji kopi sangrai atau sering disebut derajat sangrai. Proses sangrai dihentikan pada saat warna sampel biji kopi sangrai yang diambil dari dalam silinder sudah mendekati warna sampel standar.

- d. Setelah disangrai sampai berwarna kecoklatan baru biji kopi di dinginkan setelah proses sangrai selesai, biji kopi harus segera didinginkan didalam bak pendingin. Selama pendinginan biji kopi diaduk secara manual dalam hal ini memakai sude kayu agar proses pendinginan lebih cepat dan merata. Selain itu, proses ini juga berfungsi untuk memisahkan sisa kulit dari yang terlepas dari biji kopi saat proses sangrai
- e. Pembubukan dan penyaringan

Biji kopi yang sudah di sangrai sampai warna kecoklatan dan dingin, biji kopi dimasukan kedalam mesin penggiling kopi agar biji kopi halus. Biji kopi yang sudah di giling kemudin disaring dan dimasukan ke dalam box.

- f. Pengemasan

Proses pengemasan yang dilakukan Kopi Khol melalui tiga tahapan, yaitu memasukan kopi ke dalam plastik biasa menggunakan sendok, setelah itu kemudian di timbang, setelah ditimbang kopi bubuk di masukan ke dalam box. Tujuan Pengemasan adalah untuk mempertahankan cita rasa pada kopi dan aroma selama di beli oleh konsumen, jika tidak di lakukan pengemasan tidak secara baik, Aroma dan cita rasa pada kopi akan berkurang.



Proses Produksi Kopi Bubuk



C. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Kopi Bubuk Mbah Khol

Sebelum melakukan pengembangan usaha Home Industry pemilik seharusnya identifikasi terhadap usahanya yang secara garis besar yang mencakup kekuatan usaha home industry. Setelah kegiatan usaha yang dirintis berjalan, maka hal lain yang tidak kalah penting adalah bagaimana cara untuk mengembangkan usaha tersebut. Pengembangan usaha sangat dibutuhkan karena melihat banyaknya usaha yang gagal karena tidak memiliki strategi yang matang. Dalam melakukan pengembangan usaha home industry diperlukannya beberapa strategi diantaranya adalah menggunakan metode analisis SWOT. Dalam analisis SWOT terdapat ada beberapa faktor yaitu

faktor internal dan eksternal dimana faktor faktor ini bisa memacu dalam melakukan pengembangan usaha home industry.

Berdasarkan data dari Home Industri Kopi Bubuk Khol yang telah dikumpulkan dan di analisis pada faktor internal dan eksternal kemudian digunakan untuk menentukan faktor strategis perusahaan buat analisis SWOT. Hal ini menjadi hal penting untuk mengembangkan usaha Home Industry Kopi bubuk Khol ini untuk dapat bersaing untuk kedepanya.

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal itulah dapat diketahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki Home industri kopi bubuk khol ini yang ada di desa Gumiwang, Kec. Kejobong, Kab. Purbalingga. Menurut Fred R. analisis SWOT dapat mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, strategi WT. Dalam hal ini, analisis SWOT dapat memberikan alternatif pilihan strategi untuk pengembangan Home Industry Berikut adalah analisis lingkungan internal dan eksternal dari Industri kopi bubuk mbah Khol:

1) Analisis Lingkungan Internal

Kualitas produk yang bagus dan berkualitas memiliki peran yang penting dalam memegang kepercayaan konsumen dan dapat memberikan citra yang baik dimata konsumen. Produk kopi yang dihasilkan oleh home industry ini merupakan kopi bubuk hitam yang memiliki rasa yang traditional.

a) Kekuatan

1. Kualitas Produk

Produk memiliki arti yang penting untuk perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak bisa melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli apabila merasa cocok sebab itu produk harus memiliki kualitas produk yang bagus untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk merupakan faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa

barang itu dimaksudkan atau dibutuhkan. Dapat diartikan kualitas produk merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau layanan yang di kenakan pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang jelas maupun tersembunyi (Heriyana, 2017)

Produk kopi bubuk adalah salah satu hasil produksi dari hasil kreasi dan inovasi dari bahan biji kopi yang dapat menghasilkan bubuk kopi yang dapat diminum oleh masyarakat yang memiliki manfaat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Produk-produk tersebut di produksi menggunakan peralatan mesin dan cahaya sinar matahari yang tidak mengandung unsur haram dalam proses atau tahap-tahap pengerjaan dari awal hingga menjadi produk akhir yang siap untuk dipasarkan. Produk yang dipasarkan oleh home industry kopi khol ini merupakan hasil produksi sendiri karena produk home industry kopi khol ini memiliki sifat yang alami/natural dalam prosesn pembuatan kopi bubuk ini tidak menggunakan campuran bahan bahan lain sehingga menghasilkan cita rasa yang sangat khas dari Kopi Khol ini. Sesuai hasil wawancara dengan salah satu konsumen kopi khol ini, ibu Rahma mengatakan *bahwa produk kopi yang di kelola oleh home industry khol ini memiliki cita rasa yang khas beda dengan kopi kopi yang dijual di warung-warung.*

Harga dalam ekonomi termasuk unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksudkan untuk mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat oleh produsen. Besar kecilnya volume harga dan keuntungan penjualan yang di peroleh suatu perusahaan tergantung kepada harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dalam memberi harga untuk produknya.

Harga sangat berhubungan erat dengan kualitas produk itu sendiri. Harga suatu produk merupakan nilai yang diterima oleh konsumen sebagai pengorbanan yang harus dikeluarkan. Dalam

menetapkan harga Home industry kopi khol ini terikat dengan kualitas produk itu sendiri. Jika kualitas bahan baku yang baik maka akan menghasilkan suatu produk yang baik dan harga akan mengikutinya. Bagi perusahaan harga termasuk komponen yang berpengaruh langsung terhadap keuntungan perusahaan. Home Industri Kopi Bubuk Khol ini menerapkan harga jual produk menyesuaikan dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan lain sehingga menghasilkan keuntungan.

Tabel 4.3

	Harga
1 Ons Kopi	5.000
1 Kg Kopi	50.000

Sumber : Data Kopi Bubuk Mbah Khol

Harga yang di berikan oleh home industry kopi khol berdasarkan akumulasi semua aspek yang di akumulasi dalam menentukan harga. Keuntungan yang di peroleh dari harga yang wajar dari tingkat total biaya dengan volume produksi standar yang di perkirakan. Harga produk kopi khol ini tergolong wajar, meskipun lebih mahal dibandingkan dengan kopi kopi sachet yang ada di warung-warung dikarenakan menyesuaikan dengan bahan baku yang di dikeluarkan oleh home industry kopi khol.

2. Lokasi Perusahaan

Fungsi distribusi atau saluran pemasaran merupakan menyiapkan informasi tentang konsumen, pesaing dan kondisi pasar pada saat ini selain itu juga mendorong konsumen untuk membeli produk yang sudah di salurkan, dengan melakukan negoisasi atau tawar menawar dengan pelanggan. Ketersediaan produk yang dijual, produsen menanggung risiko apabila produk yang sudah disalurkan (resiko laku atau tidak laku dengan menerima retur produk dan resiko kadaluarsa) menyediakan tempat

atau gudang untuk menjaga ketersediaan suatu produk, memberikan fasilitas akses keuangan ke lembaga-lembaga dana bagi calon pembeli produk dan memastikan adanya perubahan kepemilikan terhadap produk tersebut (Herlinawati, 2021).

Lokasi strategi dapat dilihat atas pertimbangan dimana lokasi perusahaan mudah dijangkau dan diakses oleh konsumen. Lokasi Home Industry kopi bubuk khol ini berada di Desa Gumiwang, Kec Kejobong, Kab. Purbalingga ini tempat yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Dan Home Industry kopi khol ini juga menjual produknya di pasar pasar tradisional yang berada di Kecamatan Kejobong yaitu ada pasar Klagung, Kaligondang, dan sinduraja.

Proses transaksi kopi bubuk khol ini dilakukan antara produsen dan konsumen secara langsung jadi adanya campur tangan dengan banyak orang itu kecil. Karena langsung dari produsen ke konsumen, selain itu proses pemesanan kopi bubuk khol ini juga di pesan secara online maupun secara offline, konsumen yang melakukan transaksi secara langsung tidak dikenakan biaya sedangkan untuk konsumen yang membeli secara online dikenakan biaya kirim, namun kebanyakan konsumen melakukan pembelian secara offline atau langsung ke pasar atau tempat produksi.

Dalam ekonomi islam dalam sebuah Hadist di sebutkan bahwa yang artinya: *“ibnu umar berkata, “Sesungguhnya Rasulullah melarang seseorang mencegat barang dagangan sebelum tiba di pasar (H.R Muslim).*

Hadist di atas menunjukkan bahwa semakin pendek saluran pemasaran ke pasar akan semakin baik. Sehingga tidak ada aksi transaksi sepihak (Nurcholifah, 2014). Home industry kopi bubuk khol ini sudah memiliki reseller di warung dan café-café untuk

mempermudahkannya memperjualbelikan produk kopi bubuk ini sehingga mudah untuk dikenal oleh masyarakat secara luas.

3. SDM yang dimiliki Perusahaan

SDM adalah hal yang penting bagi perusahaan, dengan memiliki sumber daya yang profesional dan terampil akan menghasilkan output yang memuaskan dan berkualitas sehingga banyak diminati oleh masyarakat dan sangat berpengaruh ke usaha yang sedang dijalankan. Pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu investasi bagi perusahaan karena diperlukan biaya untuk mendukung hal tersebut, namun sejalan dengan hal tersebut, manfaat yang didapat oleh perusahaan juga besar karena pekerja dan karyawan yang dimiliki menjadi profesional dan handal dalam mengerjakan segala pekerjaan di perusahaan tersebut. Dengan pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia menjadi penentu dalam keberhasilan suatu perusahaan atau unit usaha, dimana di era globalisasi pesaing tidak hanya berada dalam negeri saja tetapi juga berasal dari luar negeri yang ikut sama-sama menarik konsumen, persaingan yang semakin ketat inilah yang membuat perusahaan harus memiliki sumber daya yang berkualitas sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan baik.

Adanya home industry keluarga salah satunya adalah home industry kopi yang bergerak dibidang memproduksi biji kopi menjadi kopi bubuk. Produktivitas karyawan yang ada di home industry kopi khol peranan yang sama penting dan kuat antara divisi yang satu dengan divisi yang lain, dengan demikian tujuan organisasi yang ditetapkan dapat tercapai. Produk yang diproduksi home industry kopi khol ini merupakan produk yang memiliki tampilan dapat dilihat secara fisik oleh konsumen. Sumber Daya Manusia yang berkualitas akan menunjang kegiatan usaha perusahaan. Home Industry Kopi Khol ini menilai SDM bukan

dilihat dari tingkat pendidikan yang tinggi namun yang dapat bertanggung jawab atas pekerjaannya dan disisi lain sebelum merekrut karyawan owner home industry kopi khol sudah memberi pelatihan dan pembinaan dalam mengelola kopi bubuk yang berkualitas

Dalam prespektif islam, dijelaskan dalam memproduksi barang harus jujur . Hal ini di jelaskan dalam surat Q.S. Al-Anfal 27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”*

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam melakukan produksi dan melakukan transaksi harus dilakukan dengan jujur dimana tidak memasukan campuran bahan-bahan baku lain. Home industri kopi khol ini dalam memproduksi kopi murni dengan biji kopi yang tidak di campur dengan bahan bahan lainnya.

Dalam melakukan proses produksi yang dilakukan oleh home industry kopi khol ini dengan alat serta bantuan alam seperti cahaya matahari yang tidak mengandung unsur haram, serta bahan baku yang digunakan oleh kopi khol ini adalah bahan baku yang berasal dari alam yang diambil dari pohon kopi, biji kopi yang diperoleh dengan halal karena membelinya dengan pengolahan produk. Dengan adanya wabah Covid-19 saat ini yang belum usai, home industry kopi khol ini tetap memproduksi produk sesuai dengan keadaan yang sedang terjadi, seiring dengan berjalanya waktu produksi kopi khol ini mengikuti dan menyesuaikan pembelian serta permintaan konsumen.

4. Pelayananan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kekuatan dan harapan pelanggan serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Dan menurut Kotler dan Keller (dalam Fatwa, Wahyuni, Djaja, 2018) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir kepada persepsi konsumen. Dikaitkan dengan penelitian ini Home Industri Kopi Khol ini bahwa citra kualitas pelayanan Home Industri berdasarkan persepsi konsumen, jika pelayanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas Home Industri ini di persiapkan baik dan memuaskan.

Kepuasan konsumen adalah penilaian yang diberikan atas perbandingan antara harapan konsumen menggunakan wujud pelayanan yang diberikan oleh Home Industri Kopi Khol. Hal tadi sesuai menggunakan pendapat (Fatwa, Wahyuni, Djaja, 2018) yang mengatakan kepuasan artinya perbedaan antara jasa serta kinerja. bila harapan yang tinggi sementara kinerja yang biasa maka kepuasan tak akan tercapai, sebaliknya Bila kinerja melebihi kualitas maka kepuasan akan semakin tinggi. Kepuasan konsumen bisa terwujud Bila konsumen merasakan pelayanan yang diberikan oleh Home Industri Kopi Khol sesuai menggunakan asa yang mereka harapkan, kebalikannya konsumen tidak akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan Home Industri Kopi Khol tidak sinkron yang diperlukan oleh mereka. Kepuasan konsumen bisa dicermati dari konsumen melakukan pembelian ulang.

Terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh Home Industri Kopi Khol dapat memberikan kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen dalam melayani permintaan konsumen maka konsumen tersebut akan merasa puas, dimana kepuasan itu akan berdampak positif pada Home Industri Kopi Khol dengan merekomendasikan ke masyarakat yang lain ataupun membeli produk secara ulang. Kualitas pada setiap tempat

usaha itu berbeda-beda tergantung oleh kualitas sumber daya manusia itu sendiri, kualitas pelayanan Home Industri Kopi Khol ini meliputi bukti fisik, kehandalan, dan empati cukup memberikan rasa senang kepada konsumen. Kualitas dalam sumber daya manusia dan lingkungan yang dimiliki oleh Home Industri Kopi Khol ini mendukung terciptanya lingkungan kerja dan pelayanan yang baik kepada konsumen.

5. Ketersediaan Modal yang Tercukupi

Permodalan adalah salah satu faktor penting yang dalam mengembangkan usaha, modal usaha yang memadai serta pengelolaan manajemen keuangan yang baik akan berdampak ke perkembangan suatu usaha untuk meningkatkan suatu pendapatan. Modal adalah hal yang sangat penting dalam sebuah usaha, dalam sebuah usaha tidak hanya di perlukan modal sendiri tetapi juga dibantu dengan modal pinjaman (Putri, 2016). Home Industri Kopi Khol awal mengendalikan modal dari modal pinjaman yang di dapat dari Bank yang ada di purbalingga, selain itu juga dari hasil penjualan kopip bubuk yang baik hasil pendapatan yang di dapatkan oleh Home Industri Kopi Khol sampa sekarang masih digunakan untuk modal guna untuk mengembangkan usaha Home Industri menjadi lebih baik. Bagi para pengusaha modal adalah penggerak dalam kegiatan suatu usaha dan untuk kegiatan operasional usaha serta pembelian persediaan berupa bahan baku untuk memproduksi.

2) Kelemahan

a. Kurangnya Promosi Pada Produk

Promosi penjualan merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah yang akan di beli pelanggan. Salah satu dari 5 indikator promosi yang biasa dikenal adalah promosi penjualan (*sales*

promotion) dimana promosi tersebut melakukan sebuah promosi yang menawarkan tindakan langsung konsumen ataupun calon konsumen untuk sesegera mungkin melakukan tindakan pembelian produk perusahaan (Yoebrilanti, 2018). Dalam melakukan kegiatan promosi pasti memiliki kendala dalam memasarkan produk kepada konsumen. Kendala yang dihadapi bisa berasal dari konsumen itu sendiri, contohnya sifat konsumen yang berubah mengikuti jaman dan selera konsumen yang berbeda-beda. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka diperlukan penelitian terhadap konsumen.

Dan pastinya setiap perusahaan memiliki ide ataupun solusi sendiri untuk menangani masalah dalam mempromosikan produknya. Promosi adalah kegiatan penting untuk mencapai suksesnya pemasaran produk perusahaan, promosi dapat dikatakan berhasil. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh home industry kopi khol ini dengan melakukan mempromosikanya dengan cara menjualkan produknya secara offline dan online, home industry kopi khol ini memperjualbelikan produknya secara offline dengan cara menjual di pasar tradisional yang ada di Kecamatan Kejobong sedangkan untuk menjual secara online mempromosikan dan menjualnya di *whatsup*.

b. Kurangnya Inovasi

Banyak perusahaan yang sekarang bermunculan dan membuat produk yang sama, dengan adanya ini seharusnya perusahaan home industry kopi khol ini membuat variasi kopi agar dapat menarik konsumen.



Produk Kopi Khol

Dari contoh produk diatas, produk kopi bubuk ini memiliki penempatan yang pelanggan yang berbeda dan segmentasi pemasarnya pun berbeda. Kopi bubuk yang banyak di beli ialah kopi bubuk yang dikemas dengan plastik kiloan. Seperti hasil wawancara dengan ibu suharti sebagai konsumen mengatakan bahwa *“kopi bubuk yang menggunakan plastic biasa atau kiloan lebih simple dibandingkan dengan kopi bubuk yang menggunakan plastic yang diberi nama label”*.

Produk kopi bubuk khol ini masih dapat di kembangkan dan di kreasikan lagi dalam produk yang lain. Seperti membuat makanan ringan yang memiliki rasa kopi atatu campuran untuk membuat eskrim yang dapat di konsumsi masyarakat maupun anak kecil. Home Industri Kopi Khol saat ini hanya mengelola kopi Robusta menjadi kopi bubuk yang dikemas oleh plastic kiloan. Seperti saat ini wabah covid yang belum selesai pastinya menyebabkan turunya penjualan dan dengan mengembangkan produk dan mengembangkan ide ide yang lebih luas dengan bahan baku produksi yang ada.

c. Terbatasnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Seiring dengan berkembangnya zaman ilmu pengetahuan dan teknologi semakin canggih dan mendukung terciptanya teknologi-teknologi yang baru, Kemajuan teknologi ini telah mempengaruhi kehidupan kita saat ini dan tidak dapat untuk dihindari, karena teknologi saat ini sangat bermanfaat dan memudahkan kita dalam melakukan apapun. Ilmu teknologi saat ini sangat membantu masyarakat dalam melakukan hal apapun contohnya dalam melakukan kegiatan jual beli, zaman sekarang banyak orang yang meperjualkan produk yang mereka punya tidak hanya di jual secara offlaine tetapi mereka memperjualbelikan secara online juga. Menurut Horton B, dan Chester L, H (Mulyani, Haliza 2021) Ilmu Pengetahuan merupakan suatu saha untuk mencari pengetahuan yang masuk akal dan diandalkan serta bisa diuji secara sistematis menurut tahap-tahap

yang teratur dan berdasarkan prinsip-prinsip serta prosedur tertentu. Sedangkan teknologi adalah sarana yang menyediakan kebutuhan untuk kelangsungan hidup manusia. Home Industri Kopi Khol masih belum memahami ilmu pengetahuan dan teknologi karena karyawan yang dimiliki oleh Home Industri Kopi Khol sudah berumur sehingga mereka belum bisa memahami ilmu pengetahuan dan teknologi.

d. Tenaga Kerja yang Masih Kurang

Tenaga kerja adalah mereka yang dapat bekerja yang bisa menghasilkan suatu jasa atau barang baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau pun untuk masyarakat. Tenaga kerja merupakan faktor utama dalam melakukan kegiatan usaha, jika tenaga kerja tidak mencukupi maka kegiatan dalam usaha tidak akan berhasil atau pun tidak akan memuaskan konsumen dan perusahaan tidak dapat meningkatkan produktifitas produknya. Tenaga kerja yang dimiliki oleh Home Industri Kopi Khol berjumlah 3 orang dan berumur sehingga dalam memproduksi kopi masih kurang cepat. Tenaga kerja merupakan sesuatu yang sangat penting tenaga kerja yang memiliki usia lebih muda memiliki kekuatan lebih tinggi dalam produktifitas barang dibanding dengan yang sudah berumur.

e. Saluran Pemasaran yang Kurang Luas

Saluran pemasaran adalah suatu sistem individu dan organisasi (yang diikuti oleh fasilitas, Informasi, dan perlengkapan) untuk mengarahkan jasa dan barang dari produsen untuk konsumen. Saluran pemasaran disebut juga dengan saluran distribusi karena distribusi merupakan salah satu faktor penting saluran distribusi, saluran distribusi adalah struktur organisasi antara perusahaan dan agen serta penyalur, penjual, grosiran dan lain-lain diluar perusahaan melalui sebuah komoditi produk atau jasa yang dipasarkan (Haryadi, 2019). Saluran pemasaran memiliki fungsi menyediakan informasi mengenai konsumen, pesaing, situasi pasar pada saat ini, serta mendorong konsumen untuk membeli produk yang disalurkan. Tempat produksi

dan *Marketing Home Industri Kopi khol* beralokasikan di Desa Gumiwang, Kec Kejobong, Kab Purbalingga dengan berkembangnya waktu Home Industri Kopi Khol ini mampu melakukan kerja sama dengan warung kopi yang ada di Kecamatan Kejobong dan café yang ada di purbalingga. Dalam hal ini saluran pemasaran yang dilakukan oleh Kopi Khol ini masih terbilang kecil sehingga produk Kopi Khol ini belum dikenal oleh banyak orang. Karena Kopi Khol hanya memasarkan produknya hanya di dalam kota

D. Analisis Lingkungan Eksternal

1. Peluang

a. Pangsa Pasar

Peningkatan akses pada pasar yang meliputi suatu spectrum kegiatan yang luas mulai dari pencadangan usaha, sampai pada informasi pasar. Khususnya untuk usaha kecil yang ada di perdesaan, prasarana ekonomi yang dasar dapat membantu prasarana perhubungan ekonomi. Usaha mendorong produktivitas dan mendorong tumbuhnya usaha, tidak akan memiliki arti penting bagi masyarakat, kalau hasil produksinya tidak dapat dipasarkan, atau walaupun dapat dijual tetapi dengan harga yang amat rendah. Oleh sebab, itu komponen penting dalam usaha pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran (Widiasari, 2020).

Pangsa pasar adalah presentase penjualan produk yang di jual di tempat yang sama, dan menguasai pangsa pasar merupakan prestasi untuk perusahaan. Hasil penelitian melihat Home Industri Kopi Khol untuk peningkatan akses pada pasar sudah cukup baik. Hal ini dilihat dari pangsa pasar yang semakin berkembang. Sebelumnya pangsa pasar yang di tinjau oleh home industry kopi khol hanya di desa Gumiwang dan pasar pasar yang ada di kecamatan kejobong, tetapi sekarang home industry kopi khol ini sudah dapat merambah ke café café yang ada di pusat kota purbalingga.

b. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dianggap oleh banyak penyedia layanan sebagai sumber penting dari keunggulan kompetitif. Menurut Mowen dan Minor (Harnoto, 2014) loyalitas konsumen adalah sikap positif komitmen kepada produk untuk melakukan pembelian ulang, loyalitas konsumen tersebut disebabkan oleh adanya kepuasan pelanggan dengan merk tersebut yang terakumulasi secara terus menerus. Jika konsumen menjadi loyal terhadap suatu merk tertentu disebabkan oleh kualitas pada produk yang memuaskan, dalam home industry kopi khol dalam memberi pelayanan kepada konsumen membuat konsumen menjadi melakukan pembelian secara berulang

Membangun hubungan dengan pelanggan adalah suatu strategi yang sangat ampuh agar pelanggan tetap setia kepada produk yang kita miliki. Dengan mengucapkan kata terimakasih atas pembelian produk kita kepada konsumen, konsumen akan merasa tersanjung atas perhatian yang di berikan oleh kita dan mereka akan merasa puasthadap pelayanan kita. Home Industri Kopi Khol memberikan ucapan terimakasih kepada konsumen sehingga konsumen merasa nyaman selain itu kopi khol juga memberi bonus untuk konsumen yang membeli kopi dalam jumlah banyak dan kepada konsumen yang sering membeli produknya. Hal ini akan menambah kepuasan konsumen sehingga akan terciptanya loyalitas pelanggan.

c. Bahan Baku yang Tersedia

Bahan Baku adalah bahan yang digunakan untuk membuat barang atau jasa, persediaan bahan baku itu sangat penting perusahaan yang tidak memiliki persediaan bahan baku maka perusahaan itu tidak akan bisa memproduksi barang atau jasa. Persediaan bahan baku juga di sebut dengan *raw material inventory* adalah persediaan yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan industry untuk menjamin kelancaran dalam memproduksi suatu produk (Agustin, 2017). Home Industri Kopi Khol melakukan pembelian bahan baku dari petani local dan

pemasok kopi yang ada di purbalingga dengan jumlah yang banyak dan kemudian dimasukan ke dalam gudang untuk disimpan. Hal ini dilakukan untuk mengatasi harga bahan kopi yang naik secara tiba-tiba selain itu untuk mempelancar produksi kopi.

d. Perkembangan Teknologi Informasi

Teknologi informasi memiliki kekuatan penting dalam mengembangkan industry dan mentranformasikan bagaimana bisnis bisa berjalan, teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat, teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyimpan, memproses, menganalisis, dan menyebarkan informasi (Aziz, 2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopi Khol belum memanfaatkan sistem teknologi informasi dalam pengembangan usaha Kopi Khol, dimana Kopi Khol masih menggunakan sistem offline dari mulut ke mulut. Teknologi informasi memiliki peran dalam mengembangkan bisnis Kopi Khol untuk bermitra dengan cafe-café yang ada diluar kota Purbalingga, selain itu ilmu komunikasi dapat memberikan inovasi pada produk untuk dapat lebih berkembang sehingga dapat dikenal oleh masyarakat secara luas.

2. Ancaman

a. Persaingan Usaha Yang Sejenis

Seiring dengan adanya perebutan diantara para pengusaha dalam merbutkan konsumen maka timbulah suatu persaingan antara satu dengan yang lainnya. Semakin banyaknya pengusaha yang terjun dan bersaing dalam suatu produk tertentu akan mempertinggi dan mempertajam suatu persaingan. Persaingan sering disebut juga dengan “perang harga” dimana disini para pengusaha saling berebut konsumen sehingga mereka sering melakukan penurunan harga terhadap produk mereka, sebenarnya para pengusaha tidak menyukai perang harga karena dengan semakin menurunnya harga jual tentu saja tingkat margin keuntungannya yang mereka akan dapatkan semakin kecil.

Persaingan bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersama ataupun bertanding antara pengusaha atau pembisnis yang satu dengan yang lainnya yang bertujuan dalam memenangkan pangsa pasar dan mencari keuntungan dalam upaya menawarkan produk ke konsumen (Stefhani, 2019). Dalam menghadapi struktur persaingan yang semakin banyak, Home Industri Kopi Khol berupaya mengembangkan produk yang lebih berkualitas. Semakin banyak perusahaan yang mengelola produk sejenis mengakibatkan pendapatan suatu perusahaan itu menurun.

b. Harga Bahan Baku yang tidak Menentu

Bahan baku merupakan sesuatu yang digunakan untuk membuat barang jadi, bahan pasti nempel menjadi satu dengan barang jadi. Dalam sebuah perusahaan bahan baku dan bahan penolong memiliki arti yang sangat penting, karena modal terjadinya proses produksi sampai hasil jadi produksi (Sulaiman, Nanda 2015). Jika suatu Perusahaan dalam melakukan kegiatan mengalami kekurangan bahan baku untuk memproduksi, maka kemungkinan perusahaan itu akan mengalami kerugian karena bahan baku yang tidak memadai. Oleh sebab itu Home Industri selalu membeli biji kopi dengan jumlah yang banyak untuk menghindari kenaikan harga biji kopi yang sewaktu-waktu. Bahan pembuatan kopi bubuk khol menggunakan biji kopi Arabica yang memiliki cita rasa yang khas dan diminati oleh masyarakat. Harga bahan baku kopi Arabica yang naik turun terjadi saat trend waktu yang terjadi, harga bahan kopi Arabica sering kali mengalami fluktuasi harga.

c. Perubahan Gaya Hidup Masyarakat

Gaya hidup masyarakat merupakan suatu kegiatan yang dapat diamati secara langsung maupun tidak secara langsung, perilaku manusia cenderung berubah-ubah dan hamper sebagian besar perubahan masyarakat terjadi secara alamiah. Gaya hidup masyarakat yang selalu berubah-ubah sehingga dapat mempengaruhi suatu usaha

yang tidak mengikuti perkembangan zaman. Pada saat ini masyarakat banyak yang mengikuti zaman dimana pada saat ini banyak masyarakat dari kalangan muda sampai tua banya yang membeli kopi di café-café. Gaya hidup menurut Kotler (dalam Kholik, 2018) pola kehidupan orang yang bersangkutan di dunia ini sebagaimana tercemin dalam aktivitas, minat, pendapat. Gaya hidup pada saat ini sangatlah berpengaruh kepada semua usaha dimana perusahaan yang tidak bisa mengikuti perkembangan zaman pada saat ini membuat perusahaan bisa tenggelam dari minat konsumen, seperti hal nya produk kopi saat ini memiliki beberapa variasi seperti kopi instan yang memiliki rasa yang berbeda-beda yang dijual dengan harga murah di warung-warung dan minuman kopi di café café. Home Industri Kopi Khol saat ini belum mengikuti zaman dimana beliau masih mengelola produk kopi dengan rasa yang sama, di sisi lain Kopi Khol ini bisa membuat packaging kopi dengan nama label sehingga masyarakat bisa mengenal produk Kopi Khol, meskipun belum seluruhnya kemasan di beri label.

C. Matriks Analisis SWOT

1. Analisis Matriks IFAS (Internal Faktor Analisis System)

Bedasarkan analisis data wawancara diatas, maka penilaian faktor yang internal dalam penerapan strategi pengembangan Home Industri Kopi Khol sebagai berikut :

Tabel 4.4

NO	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1.	Kualitas produk	0,12	4,50	0,54
2.	Lokasi yang strategis	0,12	3,00	0,36
3.	SDM yang dimiliki perusahaan	0,10	3,50	0,35
4.	Pelayanan kepada konsumen	0,10	4,00	0,41
5.	Modal yang tercukupi	0,12	4,00	0,48

Jumlah		0,56		2,14
Kelemahan (W)				
1.	Kurangnya promosi pada produk	0,12	2,50	0,30
2.	Terbatasnya ilmu pengetahuan dan teknologi	0,08	2,00	0,16
3.	Masih kurangnya tenaga kerja	0,10	2,50	0,25
4.	Jaringan distribusi yang kurang luas	0,07	2,00	0,14
Jumlah		0,37		0,85
Total		0,93		2,99

Bedasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai IFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 2,99 yang terdiri dari kekuatan sebesar 2,14 dan skor kelemahan sebesar 0,85, dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan yang ada, maka strategi yang Home Industri kopi khol memiliki strategi yang baik untuk mengembangkan usahanya.

2. Analisis Matriks EFAS (Eksternal Faktor Analisis System)

Bedasarkan hasil analisis dan wawancara yang ada maka penilaian terhadap factor eksternal dalam penerapan strategi pengembangan yang digunakan oleh home industry kopi khol sebagai berikut :

Tabel 4.5

NO	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1.	Pangsa Pasar	0,10	3,50	0,35
2.	Loyalitas Konsumen	0,12	4,00	0,48
3.	Bahan baku yang masih tersedia	0,08	4,00	0,32
4.	Perkembangan teknologi yang masih tersedia	0,10	3,00	0,30
Jumlah		0,40		1,45
Ancaman (T)				

1.	Persaingan usaha yang sejenis	0,12	3,00	0,36
2.	Harga bahan baku yang tidak menentu	0,10	2,90	0,29
3.	Perubahan pola hidup masyarakat	0,10	3,00	0,30
Jumlah		0,32		0,95
Total		0,72		2,40

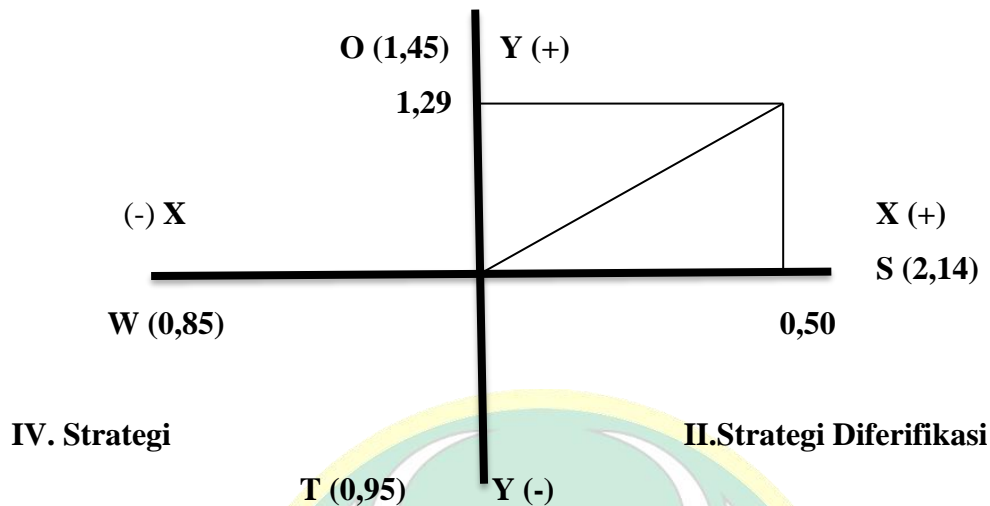
Bedasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai EFAS untuk strategi yang diperoleh sebesar 2,40 yang terdiri dari peluang sebesar 1,45 dan ancaman sebesar 0,95, dengan memperhatikan peluang yang ada maka strategi pengembangan usaha Home Industri kopi khol ini dapat terus dikembangkan karena adanya peluang yang memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan ancaman.

3. Kuadran SWOT

Setelah melakukan perhitungan bobot dari masing-masing factor internal dan eksternal kemudian dilakukannya analisis dengan matriks posisi, matrik ini digunakan untuk melihat posisi strategi pengembangan pada Home Industri kopi khol ini Berdasarkan table diatas maka diperoleh nilai $X < 0$ yaitu 2,99 dan $Y < 0$ yaitu 2,40. Untuk mengetahui pengembangan strategi Home Industri Kopi Khol bedasarkan nilai faktor internal dan eksternal, maka dilakukan pengurangan antara jumlah kekuatan dan kelemahan untuk sumbu (X), dan pengurangan antara jumlah peluang dan ancaman untuk sumbu (Y) maka nilai $(X) = (S-W) = 2,14 - 0,85 = 1,29$ dan nilai $(Y) = (O-T) = 1,45 - 0,95 = 0,50$ posisi titik kordinat dapat dilihat pada kordinat *caresius* berikut ini:

III. Strategi Trund Around

1. Strategi Agresif



IV. Strategi

II. Strategi Diferifikasi

Dari hasil matriks internal-eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada usaha pengolahan kopi robusta pada usaha Home Industri kopi kholadalah untuk internal, bernilai 2,99 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Untuk faktor eksternal bernilai 2,40 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dari pada ancaman. Hasil ini merupakan bagaimana usaha pengolahan kopi Robusta pada usaha Home Industri Kopi Khol ini pada daerah I (*Strategy Agresif* ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang Agresif (*Growth Oriented Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

4. Matriks Analisis SWOT

Tabel 4.6

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		1. Kualitas Produk 2. Lokasi Yang Strategis 3. SDM yang dimiliki Perusahaan 4. Pelayanan Kepada Kepuasan Konsumen 5. Ketersediaan Modal yang tercukupi
Peluang (O)	Sel A (Strategi SO)	Sel B (Strategi WO)
1. Pangsa Pasar 2. Loyalitas Konsumen 3. Bahan Baku yang Masih Tersedia 4. Perkembangan Teknologi dan Informasi	1. Terus meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan daya beli konsumen (S1-02) 2. Meningkatkan promosi dengan mengandalkan Lokasi yang	1. Mempromosikan dan Mendistribusikan produk kopi secara luas (W5-O4) 2. Menambah Karyawan untuk Memproduksi Kopi (W4-O3)

	<p>Strategis (S2-O1)</p> <p>3. Terus meningkatkan citra yang baik kepada konsumen untuk menciptakan kenyamanan konsumen (S4-02)</p> <p>4. Membuat variasi baru dengan kopi (S5-O3)</p> <p>5. Memperkenalkan dan Memberi pengetahuan ke karyawan dan pemilik mengenai ilmu teknologi (S5-04)</p>	
Ancaman (T)	Sel C (Strategi ST)	Sel D (Strategi WT)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan Usaha yang Sejenis 2. Harga Bahan Baku yang tidak menentu 3. Perubahan Pola Hidup Masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan hubungan baik dengan konsumen agar konsumen tidak berpaling ke pihak lain (S4-T1) 2. Meningkatkan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan ilmu pengetahuan untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya (W2-T1)

	pembinaan ke petani kopi (S3-T2)	
--	----------------------------------	--

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi *strength* dan *Opportunity*. Strategi S-O disebut juga *Comparative Advantage* (Keunggulan Komperatif). Strategi ini dapat memberikan kemungkinan bagi perusahaan untuk berkembang lebih cepat. Strategi ini memanfaatkan kekuatan yang berasal dari lingkungan internal untuk mengambil peluang yang ada berasal dari lingkungan eksternal yang ada. Strategi yang diambil dalam pengembangan Home Industry sebagai berikut :

- a) Terus meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan daya beli konsumen. Dan memanfaatkan pangsa pasar dimana kopi pada saat ini diminati oleh banyak orang yang berada di dalam negeri maupun diluar negeri
- b) Meningkatkan promosi dengan mengandalkan Lokasi yang Strategis. Lokasi usaha yang strategis memanfaatkan tren minum kopi dikalangan masyarakat artinya dengan adanya tren minum kopi di kalangan masyarakat, perusaaan dapat memanfaatkan lokasi usaha sebagai salah satu tempat yang dimanati masyarakat dalam wadah mengkonsumsi kopi seperti pembuatan kafe di dalam perusahaan
- c) Terus meningkatkan citra yang baik kepada konsumen untuk menciptakan kenyamanan konsumen. Dalam menciptakan citra yang baik untuk konsumen perusahaan melakukan hubungan baik dengan konsumen sehingga konsumen tidak akan berpaling ke perusahaan lain
- d) Memberikan variasi pada kopi, dengan berkembangnya zaman pada saat ini perusahaan mampu mengikutinya, dengan membuat makanan-makanan ringan yang dicampur dengan olahan kopi atau pun

membuat eskrim yang memiliki cita rasa kopi sehingga masyarakat mampu merasakan kopi dengan gaya yang baru

- e) Memperkenalkan dan Memberi pengetahuan ke karyawan dan pemilik mengenai ilmu teknologi, Ilmu teknologi pada saat ini sangat berpengaruh untuk keberlangsungan usaha maka dari itu setiap usaha memperkenalkan dan memberi pengetahuan tentang teknologi untuk mempromosikan produk secara luas dan bisa melakukan penjualan secara online

2. Strategi W-O

Strategi W-O merupakan strategi yang diperoleh dari *Weakness* dan *Opportunity*. Strategi W-O disebut dengan *Investment Divestment*. Strategi ini dilakukan dengan meminimalisir kelemahan organisasi yang berasal dari internal untuk memanfaatkan peluang yang berasal dari lingkungan eksternal. Strategi yang di ambil sebagai berikut:

- a) Mempromosikan dan Mendistribusikan produk kopi secara luas, dengan adanya pemanfaatan ilmu teknologi pada saat ini dengan baik dalam mendistribusikan produk Kopi Khol secara luas
- b) Memanfaatkan sistem informasi modern dengan perkembangan teknologi, sehingga usaha Kopi Khol ini dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenis dimana dengan memanfaatkan perkembangan teknologi perusahaan dapat lebih gencar dalam

3. Strategi S-T merupakan strategi yang diperoleh dari *Strength* dan *Threats*. Strategi ini disebut dengan *Mobilization*. Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi yang berasal dari lingkungan internal untuk menghindari atau mengurangi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Strategi yang diambil sebagai berikut :

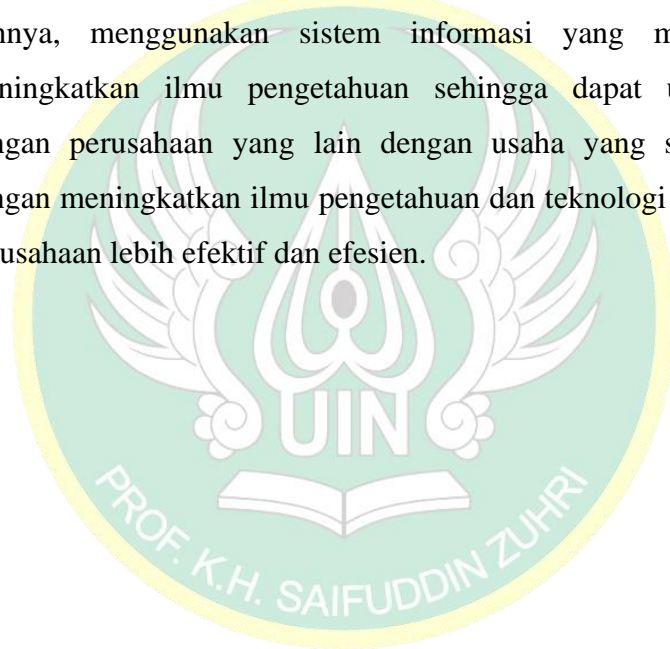
- a) Meningkatkan hubungan baik dengan konsumen agar konsumen tidak berpaling ke pihak lain, dengan mengucapkan terimakasih ataupun senyum saat melayani konsumen hal itu membuat konsumen merasa nyaman dan tidak berpaling ke pihak yang lain

- b) Meningkatkan pembinaan ke petani kopi, guna untuk mengendalikan pemasok bahan baku yang tidak tetap dan membantu saluran pemasaran pada petani untuk meningkatkan saluran pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

4. Strategi W-T

Strategi WT merupakan strategi yang diperoleh dari *Weakness* dan *Threats*. Strategi ini disebut dengan *Damage Control*. Strategi ini dilakukan dengan meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi yang diambil sebagai berikut :

- a) Meningkatkan ilmu pengetahuan untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya, menggunakan sistem informasi yang modern dengan meningkatkan ilmu pengetahuan sehingga dapat untuk bersaing dengan perusahaan yang lain dengan usaha yang sejenis, dimana dengan meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat membuat perusahaan lebih efektif dan efisien.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi , dan pengumpulan data studi dokumentasi bahwa Home Industri Kopi Khol ini memiliki factor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan dalam usahanya berikut kesimpulan dari beberapa factor dan internal dan eksternal home industry kopi khol:

1. Faktor internal usaha pengolahan kopi khol ini adalah kekuatan dan kelemahan

Kekuatan terdiri dari kualitas produk, lokasi yang strategis, SDM yang dimiliki perusahaan, pelayanan terhadap kepuasan konsumen, ketersediaan modal yang tercukupi. Dan kelemahan yang terdapat pada kopi khol diantaranya kurangnya promosi pada produk, terbatasnya ilmu pengetahuan dan teknologi, terbatasnya ilmu pengetahuan dan teknologi, masih kurangnya tenaga kerja, jaringan distribusi yang masih kurang luas dan dalam

2. faktor eksternal usaha pengolahan kopi khol ini terdapat peluang dan ancaman

Peluang terdiri dari pangsa pasar, loyalitas konsumen, bahan baku yang masih tersedia, perkembangan teknologi dan informasi, sedangkan kelemahan sendiri terdiri dari persaingan usaha yang sejenis, harga bahan baku yang tidak menentu, perubahan pola hidup masyarakat. Berdasarkan analisis data pada diagram SWOT di peroleh nilai kekuatan 2,40 dan nilai kelemahan 2,90 yang mana nilai ini berada di strategi agresif. Dimana strategi ini menunjukkan situasi yang menguntungkan, dalam melakukan strategi pengembangan usaha Home Industri Kopi Khol yang memiliki kekuatan dan peluang yang menyatu dan saling mendukung, yaitu dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

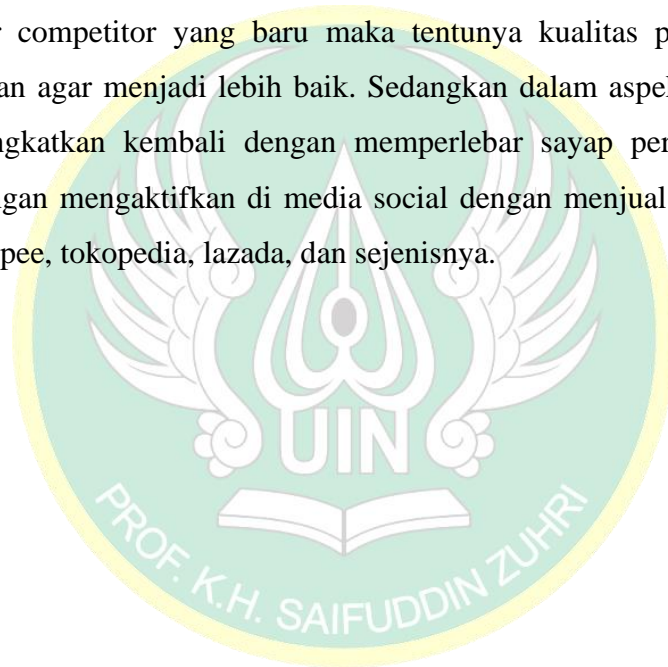
Dan dalam mengembangkan usahanya maka diperlukan nya strategi yang kuat, strategi yang digunakan untuk mempertahankan usaha dan bisa bersaing dengan perusahaan yang lain dengan meningkatkan kualitas produk,

meningkatkan promosi dengan lokasi yang strategis, menciptakan citra yang baik untuk menciptakan kenyamanan kepada konsumen, melakukan inovasi yang menggunakan bahan baku kopi, memperkenalkan ilmu teknologi dan pengetahuan kepada karyawan dan pemilik Home Industri.

B. Saran

Bedasarkan kesimpulan diatas untuk Home Industri Kopi Khol maka penulis memberikan rekomendasi untuk dijadikan saran sebagai berikut:

Untuk Home Industri Kopi Khol sebaiknya untuk selalu mengembangkan usaha untuk melihat prespek ke depan akan munculnya competitor competitor yang baru maka tentunya kualitas produk harus di kembangkan agar menjadi lebih baik. Sedangkan dalam aspek promosi lebih perlu ditingkatkan kembali dengan memperlebar sayap perusahaan di era digital dengan mengaktifkan di media social dengan menjual di *marketplace* seperti shopee, tokopedia, lazada, dan sejenisnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Tri Ayu Ulfi. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Menengah (UMKM) Dengan Analisis SWOT S tudi Kasus Inusti Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor. *Skripsi*, 17.
- Andika, Muhammad 2020. Peran Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan PT AL Muchtar Tour dan Travel dalam Prespektif Islam. *Skripsi* 16.
- Aziz, Azwar. (2012). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos *Information technology utilization in business post development*. *Jurnal Teknologi*, 36-37.
- Fatwa Yanuar Rahmat, Wahyuni Sri, Djaja Sutrisno. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Warung Biru Daun di Kabupaten Situbondo). *Jurnal Pendidikan Ekonomi* , 99.
- Haryadi, Arham , 2019, Analisis Saluran Pemasaran Kopi Berbasis Spasial di Desa Ujungbulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto. *Skripsi* 52.
- Herlinawati, Luthfi 2021, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret)Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja, Cilcap. *Skripsi* 70-73.
- Hidayati, Ulfa. 2018. Penerapan Analisis SWOT Sebagai Pengembangan Usaha Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Skripsi*, 4-5.
- Inayati,Nur 2014. Peran Home Industri Dalam Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga (Study Kasus di Home Industru El-Lisa Hijab Desa Pedosawalan Kec.Kalinyamatan Kab. Jepara). *Skripsi* 33.
- Istiqomah, Andriyanto, Irsyad. 2017, Desember. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra di Desa Wisata Kaliputu Kudus), Volume 5, Desember 2017,327.
- Juliansyah, Eris (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomimakro*, 24-25.
- Khalik, Nadiya Sahlatul 2018, Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffe Shop (Studi Kasus Coffe Shop “Starbucks” di Mall Botani Square Bogor. *Skripsi* 18-19.

- Kumalasari, Nindi Retno, 2020. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk di Toko Ismart dan Indomaet Ponorogo. *Skripsi*, 41.
- Maulana, Nanda 2019. Strategi Pengembangan Usaha Pengelohan Kopi Arabika Di CV Gayo Mandiri Coffee. *Skripsi* 9.
- Moeleng, L. J. 2017. Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi.
- Mulyani, 2019. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Bakmi Witorosari 2 Purwokerto Timur. *Skripsi*. 1.
- Noor, Syamsudin. 2014. November. Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang, Volume 2, November 2014, 202.
- Pasaribu, Fauziah Hidayati. Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT Arma Anugerah Abadi Medan, *Skripsi*, 87.
- Pondia, Siti 2018. Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Pada Usaha Kecil Grabi Langgeng Sari Desa Kediri Kec. Karanglewas, Kab. Banyumas. *Skripsi* 10.
- Pratiwi, Risda. 2018. Strategi Pengembangan usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. *Skripsi*, 25-28.
- Putra, Eka Edi. 2020. Perekonomian Di Desaloka Kecamatan Setuluk Kabupaten Sumbawa Barat (Studi Pada Industri Abon Ikan Gabus), *Skripsi*, 30.
- Putri, Ni Made Dwi Maharani.(2016). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Jurnal Ekonomi Kuantitatif*, 143-145.
- Rahmat, Saeful Pupu. 2009. Penelitian Kualitatif, *Jurnal Kualitatif*, 6
- Rangkruti, Freddy. 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizkika, Nurul 2017. Pengembangan Usaha Home Industri Air Kerawang Prepektif Islam (Studi Pada Masyarakat Usaha Air Kerawang di Dusun Kerawang Sari, Ambarawa, Kecamatan Ambarawa Kabupaten Peringsewu). *Skripsi* 13-14.

- Rusdi, Moh. 2019. Februari. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genteng Ud. Berkah Jaya, Volume 6 Februari 2019, 52.
- Siswanto. 2008 Pengantar Manajemen, Jakarta: Bumi Aksara.
- Widiasri, Dian 2020. Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas. *Skripsi* 20.
- Sulaiman, Fahmi, Nanda .(2015). Pengendalian dan Persediaan Bahan Baku dengan menggunakan Metode EQQ pada UD. Adi Mabel. Jurnal Tekonovasi , 3.
- Wawancara dengan Konsumen Kopi Khol Ibu Suharti, Ibu Rahma pada tanggal 15 Oktober 2021
- Wawancara dengan pemilik Home Industri Kopi Khol Desa Gumiwang, Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga Ibu Kholiyah Pada tanggal 10 September 2021
- Yoebrilianti, Anggit (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 22-24.
- Zefi, Irfan. 2018. Analisis Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri. *Skripsi*, 2.
- Zuhri, Saefuddin.(2013). Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam dalam Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3

LAMPIRAN

Lampiran 1

Gambar 1



Gambar 1 Wawancara dengan pemilik Home Industri Kopi Khol



Gambar 2 Proses Produksi kopi khol



Gambar 3 Bahan Bakar untuk memproduksi kopi



Gambar 4 Proses Penjemuran



Gambar 5 Proses Pemilihan Biji Kopi



Gambar 6 Mesin Penggiling Kopi



Gambar 7 Biji Kopi Yang sudah jadi

Lampiran 2

Questionar wawancara

Wawancara dengan pemilik Home Industri Kopi Khol

1. Kapan Home Industri Kopi Khol didirikan?

Jawab : Pada tahun 2005

2. Bagaimana Sejarah berdirinya Home Industri Kopi Khol?

Jawab : Awal mulanya berasal dari dari pemilik Home Industri yang suka meminum kopi, kemudian beliau terfikir dengan daerahnya yang belum ada usaha yang mengelola kopi bubuk. Sehingga terciptalah Home Industri Kopi Kho ini

3. Apakah Home Industri ini sudah memiliki izin PIRT dari Kabupaten

Jawab : Sudah mendapatkan surat izin PIRT dari Kabupaten Purbalingga sejak tahun 2007 yang menjelaskan bahwa home industry kopi khol layak buat diperjualbelikan

4. Mengapa anda memilih usaha tersebut?

Jawab : Karena bahan baku mudah di cari dan banyak orang yang gemar minum kopi

5. Pasar mana yang menjadi target anda ?

Jawab : Pasar Kaligondang, Klagung, dan pasar Sinduraja

6. Bagaimana citra usaha anda dimata konsumen?

Jawab : Baik, ramah, murah senyum dikenal dengan produk yang memiliki cita rasa sendiri

7. Strategi apa saja yang anda terapkan oleh Home Industri Kopi Khol agar unggul dari para pesaing?

Jawab : Dengan meningkatkan kualitas produk tidak mengubah cita rasa pada kopi

8. Menurut anda apakah strategi pemasaran yang digunakan sudah tepat apa belum?

Jawab : Sudah

9. Apa saja produk yang anda jual?

Jawab : Kopi

10. Berapa harga dari kopi khol

Jawab : 1 Ons Kopi : 5.000

1 Kg Kopi : 50.000

11. Apakah anda mempunyai Resslerer?

Jawab : Iya punya

12. Bagaimana kualitas produk yang anda jual?

Jawab : baik

13. Bagaimana cara anda memnentukan harga bahan baku?

Jawab : di sesuaikan dengan harga bahan baku

14. Dimana anda mendapatkan bahan baku?

Jawab : Dari pemasok kopi dan petani kopi di purbalingga

15. Jenis kopi apa yang anda jual ?

Jawab : Kopi Robusta

16. Pembeli kopi khol itu siapa saja?

Jawab : Masyarakat

17. 17. Kondisi usaha sekarang?

Jawab : Baik Allhamdulillah bisa berkembang dengan baik

18. 18. Apakah anda pernah mengalami kerugian?

Jawab : Pernah

19. Bagaiman cara anda menangani harga bahan baku yang tidak stabil harganya?

Jawab : Dengan menyetok bahan baku digudang

20. Menurut anda apakah usaha anda sendiri sudah mengikuti harga di pasar?

Jawab : Sudah

Wawancara dengan Karyawan Home Industri Kopi Khol

1. Dengan ibu siapa?

Jawab : Ibu Parjo

2. Sudah berapa lama anda kerja di kopi khol ini?

Jawab : Sudah hampir 6 tahun

3. Menurut anda bagaimana kualitas kopi khol ini

Jawab : Bagus memiliki cita rasa yang khas beda sama yang lain

Wawancara dengan konsumen 1

1. Dengan ibu siapa?

Jawab : Ibu Suharti

2. Alasan anda membeli produk kopi khol?

Jawab : Karena kopi khol memiliki cita rasa yang beda dan harga nya pun terjangkau

3. Kenapa tertarik dengan produk kopi khol?

Jawab : karena enak dan murah

Wawancara dengan Konsumen 2

1. Dengan ibu siapa ?

Jawab : ibu rahma

2. Alasan anda membeli produk kopi khol?

Jawab : enak harga juga terjangkau

3. Kenapa tertarik dengan kopi khol?

Jawab : Karena memiliki rasa yang seger dan enak



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

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 3109/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/12/2021
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Purwokerto, 10 Desember 2021

Kepada Yth.
Kepala Kantor Desa Gumiwang
Di
Gumiwang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Titis Dwi Saputri
2. NIM : 1717201174
3. Semester / Program Studi : IX / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 201/2022
5. Alamat : Desa Gumiwang Rt11/06, Kec. Kejobong, Kab. Purbalingga
6. Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Kopi Khol Di Desa Gumiwang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Strategi Pengembangan home industri kopi bubuk mbah khol
2. Tempat/ Lokasi : Desa Gumiwang
3. Waktu Penelitian : 26 Oktober s/d 31 Desember 2021
4. Metode Penelitian : Kualitatif (Observasi, Wawancara, dan Pengumpulan data)

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ainpurwokerto.ac.id

Nomor : 1982/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/VIII/2021 Purwokerto, 20 Agustus 2021
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
Yth. Dewi Laela Hilyatin S.E.M.S.I
Dosen Tetap IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 29 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 29 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Titis Dwi Saputri
NIM : 1717201174
Semester : VII
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Home Industri menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi kasus pada kopi Bubuk Mbah Khol Desa Gumiwang, Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga)

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.



Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin S.E.M.S.I
NIP. 1985 1112 2009 12 2007



**SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 1982/In.17/FEBIJ.ES/PP.009/VIII/2021 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Titis Dwi Saputri NIM 1717201174

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Home Industri menggunakan Metode Analisis SWOT(Studi kasus pada Kopi Bubuk Mbah Khol Desa Gumiwang, Kecamatan Kejobong,Kabupaten Purbalingga

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 20 Agustus 2021

Dewi Laela Hilyatin S.E. M.S.I
NIP. 1985 1112 2009 12 2007

Catatan: *Coret yang tidak perlu





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 1987/In.17/FEBl.J.ES/PP.009/VIII/2021

Purwokerto, 23 Agustus 2021

Lamp : -

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu Dewi Laela Hilyatin S.E.M.S.I

Dosen Tetap Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Di

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangi atas nama:

1. Nama : Titis Dwi Saputri
2. NIM : 1717201174
3. Semester : VII
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Alamat : Gumiwang, Kejobong, kabupaten Purbalingga
6. Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Home Industri menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus pada Kopi Bubuk Mbah Khol Desa Gumiwang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.



Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Laela Hilyatin S.E.M.S.I

NIP. 1985 1112 2009 12 2007



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

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Purwokerto, 17 September 2021

Kepada:
Yth. Dekan FEBI
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Titis Dwi Saputri
2. NIM : 1717201174
3. Semester : 9
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Tahun Akademik : 2020/2021

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna
melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah:

(Strategi pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisa SWOT
studi kasus kopi khol desa Gumiwang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)

Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: Dewi Laela Hilyatin S.E.M.S.I

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak,
saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Dewi Laela Hilyatin S.E.M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Hormat Saya,

Titis Dwi Saputri
NIM. 1717201174

Menyetujui
Ketua Jurusan



Dewi Laela hilyatin S.E, M.S.I
NIP. 19851112 200912 007

Tembusan:

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag AKA
3. Arsip



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

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

REKOMENDASI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Dengan ini kami Dosen Pembimbing dari mahasiswa:


Nama : Titis Dwi saputri
NIM : 1717201174
Semester : 9
Prodi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2020/2021
Judul Proposal Skripsi : Strategi pengembangan usaha Home Industri
Menggunakan metode Analisis SWOT (Studi kasus
Kopi khol desa Gumiwang, kecamatan Kejobong,
Purbalingga)

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan apabila yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik. Kepada pihak-pihak yang terkait dengan seminar ini harap maklum.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin S.E.M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Purwokerto 17 September 2021
Dosen Pembimbing


Dewi Laela Hilyatin S.E.M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007



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

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Titis Dwi Saputri
NIM : 171720174
Semester : 9
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah mengikuti seminar proposal pada:

NO	HARI/TANGGAL	PRESENTER	TANDA TANGAN PRESENTER	
1	25 Februari	Meta Rizqy Nurutami	1	
2	22 Maret 2021	Suyanti	2	
3	29 Maret 2021	Luthfi Herlinawati	3	
4	12 Mei 2021	Nur anisa	4	
5	25 Mei 2021	Sriwatini	5	

Pernah menjadi pembahas mahasiswa atas nama:

Nama : Suyanti
Suyan judulnya :
Judul Proposal : Efektivitas pkh dalam upaya pengentasan kemiskinan (studi kasus pada pkh desa besuki kec. Lumbir kab Banyumas)
Materi yang dibahas/ pertanyaan : Tentang efektivitas PKH masyarakat desa lumbir dalam pengetasan kemiskinan
Bagaimana cara pengetasan kemiskinan?

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar seminar proposal skripsi.

Purwokerto, 10 September 202



Ketua Jurusan
Laela Hilyatin S.E.M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007



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

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Titis Dwi Saputri
NIM : 1717201174
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Seminar : Senin, 04 Oktober 2021
Pembimbing : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Kopi Khol Desa Gumiwang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)

Catatan:

NO	ASPEK	URAIAN
1	Substansi Materi	Masalah belum didukung dengan data-data dan referensi yang relevan; Lengkapi mengapa perlu melakukan analisis SWOT.
2	Metode Penelitian	Uraian secara teknis terhadap ketentuan metode penelitian
3	Teknik Penulisan	Perbaiki format penulisan sesuai panduan; Perbaiki tata tulis sesuai EYD; Analisis SWOT dijelaskan lebih detail
4	Lain-lain	Tulisan masih belum sesuai tata naskah ilmiah.
5	Saran	Belajar lagi teori atau konsep yang diangkat; Belajar tata tulis sesuai EYD.

Purwokerto, 4 Oktober 2021

Penguji



Mahardhika Cipta R, S.E., M.Si



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

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 2399/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/X/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

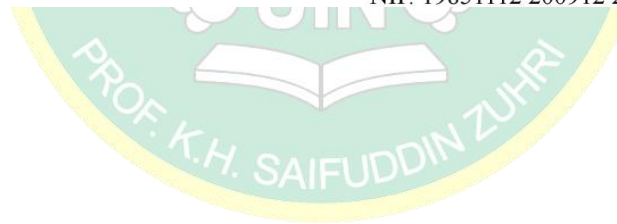
Nama : Titis Dwi Saputri
NIM : 1717201174
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT
(Studi Kasus Kopi Khol Desa Gumiwang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)

Pada tanggal 04/10/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS,
dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.
Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 6 Oktober 2021
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007





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

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 1949/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/VIII/2021

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Pada Instansi/lembaga : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Titis Dwi Saputri
NIM : 1717201174
Semester / Jurusan : VIII / Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Tahun Akademik : 2020/2021

Mahasiswa tersebut diatas telah lulus semua mata kuliah (kecuali skripsi).

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya sebagai salah satu persyaratan untuk mengikuti ujian komprehensif.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 16 Agustus 2021

Ketua Jurusan



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007



Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 2150/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/IX/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Titis Dwi Saputri
NIM : 1717201174
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 08/09/2021 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,
dengan nilai : **73 / B**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **9 September 2021**
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

NIP. 19851112 200912 2 007









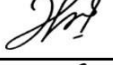
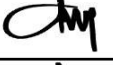
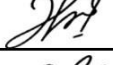

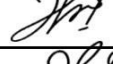

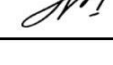

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Titis Dwi Saputri
NIM : 1717201174
Prodi/semester : Ekonomi Syariah/9
Dosen Pembimbing : Dewi Laela Hilyatin S.E.,M.S.I
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi kasus kopi khol desa Gumiwang, Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Maret	9	Untuk lebih memahami judul skripsi dan penulisan skripsi harus sesuai dengan buku panduan		
2	April	5	Untuk lebih bisa menjelaskan isi skripsi dan diperbanyak referensi		
3	April	16	Memahami isi dalam skripsi		
4	Juni	3	Mengganti judul skripsi		
5	Juni	5	Memahami isi dalam skripsi		
6	Juli	24	Mengganti rumusal masalah		
7	Juli	26	Menambah referensi buku dan metodologi penelitian		
8	Juli	28	Menambah metodologi penelitian		

9	Agustus	14	Memberi sedikit tambahan teori pada metode analisis data		
10	September	20	Untuk memshsmi latar belakang masalah dan di sangkutpautkan dengan analisis SWOT		
11	Oktober	5	Memberi tambahan pada landasan teori bab 2		
12	Oktober	15	Memperjelas lagi isi dengan di sangkutpautkan dengan Analisis SWOT		
13	November	22	Untuk memberi tambahan mengenai ekonomi islam		
14	Desember	15	Untuk memisahkan antara kelemahan,kekuatan,peluang,ancaman		
15	Januari	9	Untuk lebih menyangkutpautkan dengan ekonomi islam		

*) diisi pokok-pokok bimbingan;

**) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 19 Januari 2022

Pembimbing,



Dewi Laela Hilyatin S.E.,M.S.I

NIP. 19851112 200912 2 007

BIODATA MAHASISWA

1. Nama : Titis Dwi Saputri
2. NIM : 1717201174
3. Jurusan : Ekonomi Syariah
4. Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Tempat/ Tanggal Lahir : Purbalingga, 15 Juni 1999
6. Alamat Asal : Jalan : Pengurut
RT/RW : 11/06
Desa/ Kelurahan : Gumiwang
Kecamatan : Kejobong
Kabupaten/ Kode Pos : Purbalingga
Propinsi : Jawa Tengah
7. Alamat Sekarang/ Domisili : Jalan : Pengurut
RT/RW : 11/06
Desa/ Kelurahan : Gumiwang
Kecamatan : Kejobong
Kabupaten/ Kode Pos : Purbalingga
Propinsi : Jawa Tengah
8. Nomor HP/WA Aktif : 081392158322
9. Email : titisdwisaputri@gmail.com
10. Nama Orang Tua/Wali : Ayah : Edi Sugianto Sugiono
Ibu : Hadimah
11. Pekerjaan Orang Tua/Wali : Ayah : Pedagang
Ibu : bu Rumah Tangga
12. Asal Sekolah : MI MUHAMMADIYAH GUMIWANG
MTS ASALLAM TEMANGGUNG
MA ASALLAM TEMANGGUNG

