

**ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK
SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
HOME INDUSTRY PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus Perajin *Gedeg* di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari,
Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

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

Oleh :

**FASATAKHUL NUR HANI
NIM. 1917201098**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fasatakhul Nur Hani
NIM : 1917201098
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi *Home Industry* Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Perajin *Gedeg* di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga)” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 13 September 2023

Yang menyatakan,



Fasatakhul Nur Hani

NIM.1917201098



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

**ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK SEBAGAI UPAYA
MEMPERTAHANKAN EKISTENSI *HOME INDUSTRY*
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
(STUDI KASUS PERAJIN *GEDEG* DI DESA BANJARAN,
KECAMATAN BOJONGSARI, KABUPATEN PURBALINGGA)**

Yang disusun oleh Saudara **Fasatakhul Nur Hani NIM 1917201098** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **29 September 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Ma'ruf Hidayat, M.H.
NIP. 19940604 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

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

Purwokerto, 10 Oktober 2023

Mengesahkan
Dekan

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

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Fasatakhul Nur Hani, NIM 1917201098 yang berjudul :

Analisis Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi *Home Industry* Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Perajin *Gedeg* Di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 15 September 2023

Dosen Pembimbing,



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

MOTTO

“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak”

(Albert Einstein)

“maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

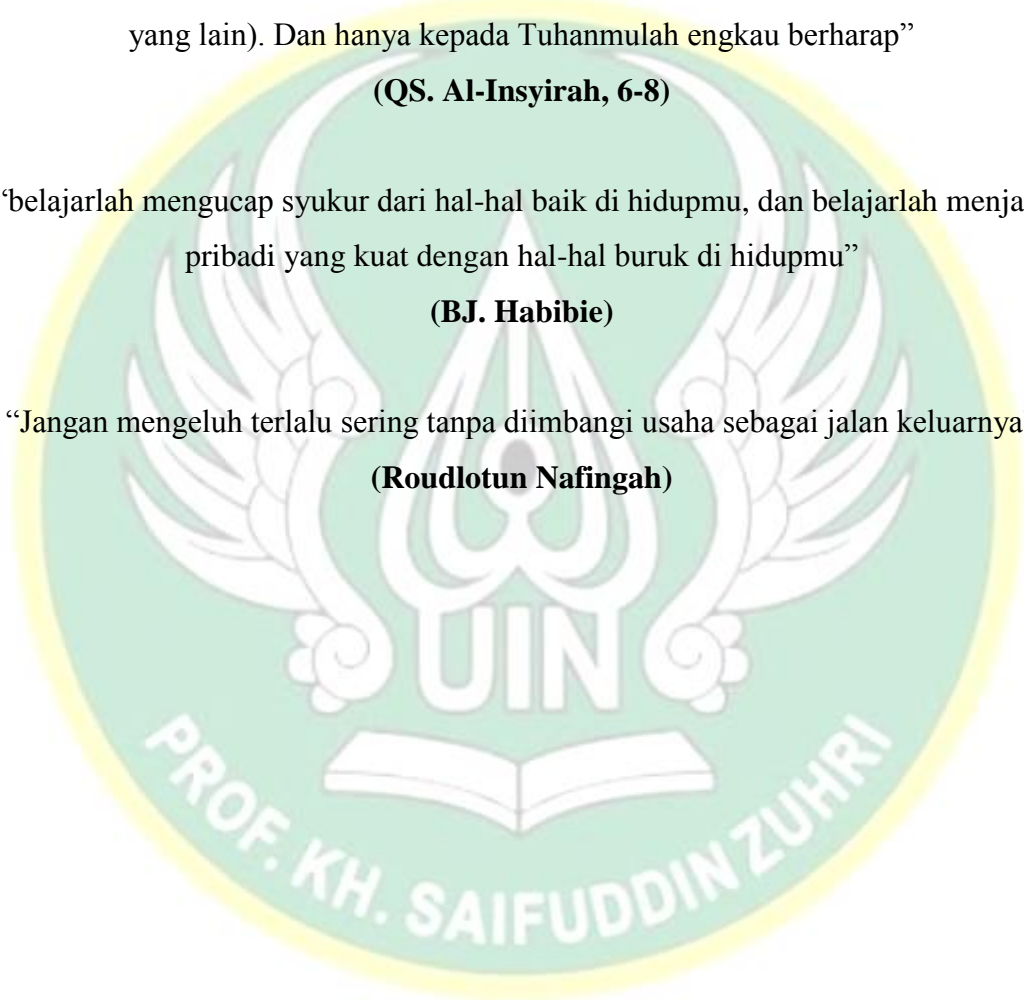
(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“belajarlah mengucapkan syukur dari hal-hal baik di hidupmu, dan belajarlah menjadi pribadi yang kuat dengan hal-hal buruk di hidupmu”

(BJ. Habibie)

“Jangan mengeluh terlalu sering tanpa diimbangi usaha sebagai jalan keluarnya”

(Roudlotun Nafingah)



**ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK
SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
HOME INDUSTRY PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus Perajin *Gedeg* di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari,
Kabupaten Purbalingga)**

**FASATAKHUL NUR HANI
NIM. 1917201098**

Email: fasatakhulnh40@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Adanya kemajuan akan perkembangan teknologi, kerajinan bambu sebagai industri rumahan saat ini rawan terancam keberadaannya. Kini dunia industri sudah mulai berkembang yang ditandai dengan adanya alat dan teknologi yang semakin canggih. Oleh sebab itu, penggunaan *gedeg* untuk mendirikan sebuah hunian sudah kurang diminati karena adanya ancaman produk pengganti seperti *kalsiboard*. Sehingga diperlukan strategi agar keberadaan akan kerajinan *gedeg* dan kerajinan bambu lainnya tetap bertahan. Kreativitas dan inovasi yang merupakan bagian dari diversifikasi produk itu sangat penting dalam menciptakan produk yang memiliki keunikan lebih dimana hal tersebut diharapkan mampu mengangkat kembali eksistensi dari *home industry*. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi perajin *gedeg* Desa Banjaran agar mampu mempertahankan *home industry* melalui diversifikasi produk perspektif ekonomi syariah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi dengan mengamati secara langsung pada *home industry* dari perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran, wawancara dilakukan kepada Pemerintah Desa Banjaran dan juga para perajin, serta dokumentasi sebagai data pendukung. Teknik analisis data menggunakan koleksi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian uji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh perajin efektif diterapkan untuk mempertahankan eksistensi dari *home industry*. Hal tersebut didorong oleh beberapa faktor diantaranya faktor lokasi, harga, kualitas dan keragaman produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan serta sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti *tauhid*, *'adl*, dan *ta'awun*.

Kata Kunci : Strategi Diversifikasi Produk, Upaya Mempertahankan Eksistensi

**PRODUCT DIVERSIFICATION STRATEGY ANALYSIS
AS AN EFFORT TO MAINTAIN THE EXISTENCE
HOME INDUSTRY SHARIA ECONOMIC PERSPECTIVE
(Case Study of Gedeg Craftsmen in Banjaran Village, Bojongsari District,
Purbalingga Regency)**

FASATAKHUL NUR HANI
NIM. 1917201098

Email: fasatakhulnh40@gmail.com

**Department of Islamic Economics and Finance of Islamic Economics and
Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRACT

With advances in technological development, bamboo crafts as a home industry are currently at risk of being threatened. Now the industrial world has begun to develop, marked by increasingly sophisticated tools and technology. Therefore, the use of gedeg to build a residence is no longer in demand due to the threat of substitute products such as calciboard. So a strategy is needed so that the existence of gedeg crafts and other bamboo crafts continues to survive. Creativity and innovation, which are part of product diversification, are very important in creating unique products, which is expected to be able to revive the existence of the home industry. This research aims to find out the strategy of the gedeg craftsmen of Banjaran Village to be able to maintain their home industry through product diversification from a Sharia economic perspective.

The type of research used in this research is field research with qualitative methods. The data collection technique in this research is through observation by observing directly at the home industry of gedeg craftsmen in Banjaran Village, interviews conducted with the Banjaran Village Government and also the craftsmen, as well as documentation as supporting data. Data analysis techniques use data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Then test the validity of the data using source triangulation.

The research results show that the product diversification strategy implemented by craftsmen is effective in maintaining the existence of the home industry. This is driven by several factors including location, price, product quality and diversity, consumer satisfaction, and customer loyalty as well as in accordance with sharia economic principles such as tauhid, 'adl, and ta'awun.

Keywords: Product Diversification Strategy, Efforts to Maintain the Existence

PEDOMAN TRANSLITERASI
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA (ARAB LATIN)

Transliterasi kata-kata yang dipakai pada penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1978 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha''	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra''	R	Rr
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	d''ad	D	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	T	te (dengan garis di bawah)

ظ	Ẓa	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	W
هـ	ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah	حكمة	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الاولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ
----------------	---------	-------------------

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

رَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	zakât al-fiṭr
-------------------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جَاهِلِيَّة	Ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تَنْس	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كَرِيم	Ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فُرُود	Ditulis	Furūd

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قَوْل	Ditulis	Qaul

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	a'antum
أَعِدَّتْ	Ditulis	u'iddat

8. Kata Sandang alif + lam

a. bila diikuti huruf qomariyyah

القيا س	Ditulis	al-qiyâs
---------	---------	----------

b. bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kata

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذو نالفروض	Ditulis	zawi al-furūd
------------	---------	---------------



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia dari Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku yang sangat saya cintai yaitu Bapak Surisno dan Almarhumah Ibu Sundari, terimakasih sudah dengan sabar mendidik dan selalu mendoakan serta dukungan semangatnya yang tiada henti sehingga saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Kakak tercinta yaitu Miftakhul Rohmah dan suaminya yaitu Ragil Budi Pamungkas serta keponakan saya yaitu Ismael Ghaisan Hilmi yang sudah memberikan semangat yang tiada hentinya kepada saya.
3. Bapak Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan bimbingan terbaik dalam kepenulisan skripsi ini.
4. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya teman-teman jurusan Ekonomi Syariah F angkatan 2019 yang sudah berproses bersama dan juga motivasinya selama di kampus.
5. Sahabat-sahabatku Putri Dwi Yuniarti, Risqi Utami, dan Alwi Hamdan yang telah menemani dan juga supportnya selama masa perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Terakhir, skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah mampu berjuang sampai berada di titik ini hingga gelar sarjana mampu saya dapatkan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi *Home Industry* Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Perajin *gedeg* di Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga)”, untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah gigih dan ikhlas dalam menyampaikan ajaran agama islam dengan penuh cinta dan perdamaian yang indah, semoga kita mendapatkan syafaatnya.

Selesainya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, penulis hanya dapat menyampaikan terima kasih atas bantuan, bimbingan, dan sarannya dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang I Bidang Akademik dan Pengembangan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M., Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Selaku Dekan Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan

pemikirannya sehingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan perlindungan dan membalas kebaikan yang bapak berikan beserta keluarga.

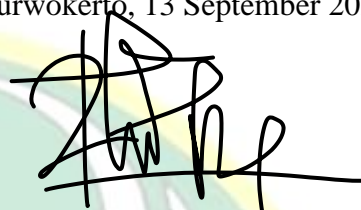
6. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Pemerintah Desa Banjaran dan juga para Perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
11. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Surisno dan Almarhumah Ibu Sundari. Terima kasih atas perjuangan, doa, dan juga dukungan semangatnya.
12. Kakak tercinta yaitu Miftakhul Rohmah dan suaminya yaitu Ragil Budi Pamungkas serta keponakan saya yaitu Ismael Ghaisan Hilmi yang sudah memberikan semangat yang tiada hentinya kepada saya.
13. Teman-teman seperjuangan selama perkuliahan yang selalu siap menemani dalam setiap proses dan teman-teman angkatan 2019 kelas Ekonomi Syariah F.
14. Teman-teman organisasi dan kepanitiaan di HMJ ES 2021, KSPM FEBI, GenBI Purwokerto, yang sudah memberikan banyak pengalaman yang luar biasa kepada penulis.
15. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga seluruh partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Pada akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka dengan kritik dan saran yang membangun demi

perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya, aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 13 September 2023



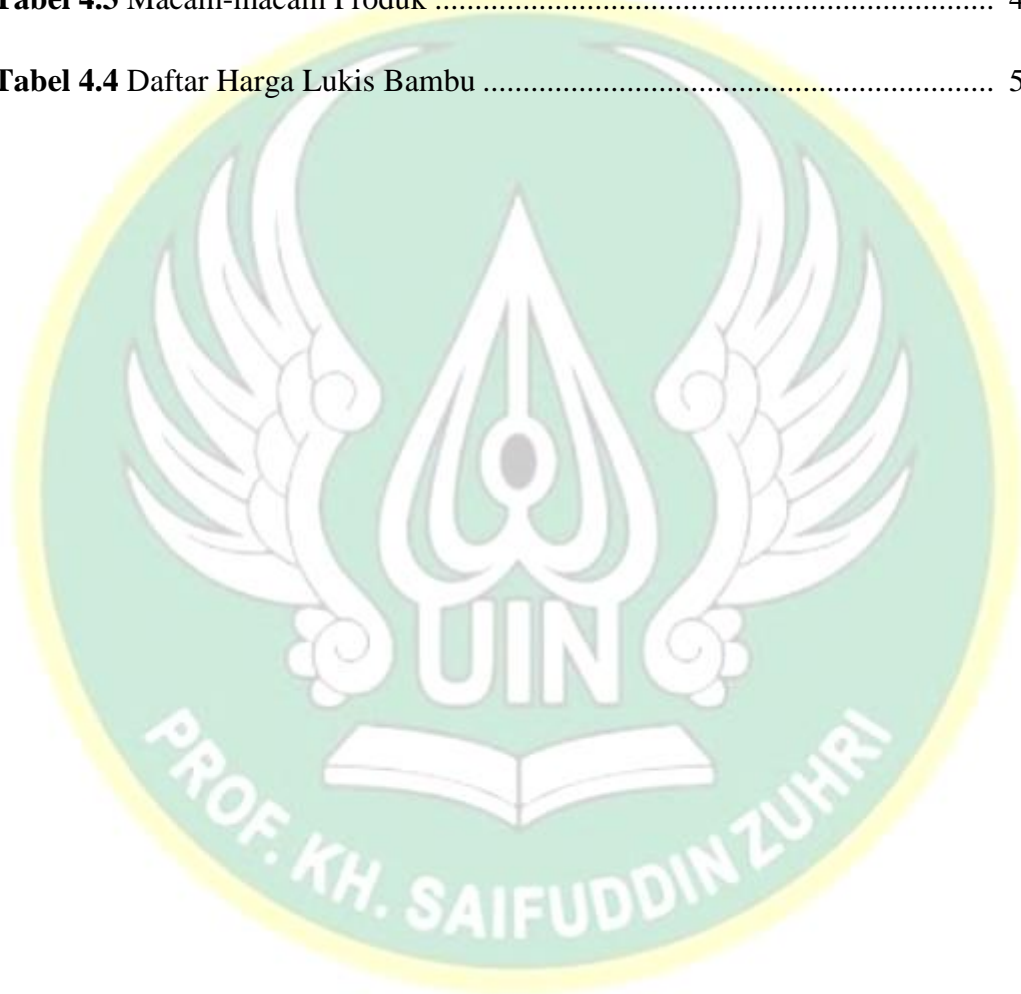
Fasatakhul Nur Hani

NIM. 1917201098



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Bojongsari Tahun 2023.....	36
Tabel 4.2 Daftar Harga Kerajinan <i>Gedeg</i>	41
Tabel 4.3 Macam-macam Produk	44
Tabel 4.4 Daftar Harga Lukis Bambu	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tahapan Teknik Analisis Data.....	33
Gambar 4.1 Peta Wilayah Desa Banjaran	35
Gambar 4.2 <i>Gedeg</i> Motif Polos Langkah Dua	45
Gambar 4.3 <i>Gedeg</i> Motif Polos Langkah Tiga	46
Gambar 4.4 <i>Gedeg</i> Motif Kembang	46
Gambar 4.5 <i>Gedeg</i> Motif Wajikan	47
Gambar 4.6 <i>Gedeg</i> Motif Luster	47
Gambar 4.7 Kerajinan Berbentuk Merak	48
Gambar 4.8 Lukis Bambu Teknik Bakar (Pyrografi)	48
Gambar 4.9 Lukis Bambu Teknik Ukir.....	49
Gambar 4.10 <i>Gedeg</i> Motif Kombinasi	49

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Kajian Pustaka.....	7
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi	14
B. Diversifikasi Produk	17
C. Eksistensi Usaha	20
D. Kreatifitas dan Inovasi Produk dalam Ekonomi Syariah	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Subjek dan Objek Penelitian	30
D. Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
G. Uji Keabsahan Data.....	34
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum <i>Home Industry Gedeg</i> Desa Banjaran	35
B. Strategi Perajin <i>Gedeg</i> Desa Banjaran dalam mempertahankan <i>Home Industry</i> Melalui Diversifikasi Produk	42
C. Upaya Mempertahankan Eksistensi <i>Home Industry</i> Perajin <i>Gedeg</i> di Desa Banjaran Melalui Diversifikasi Produk dalam Perspektif Ekonomi Syariah.....	56
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia adalah bangsa yang populer akan kekayaan budaya. Salah satu keanekaragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia yakni warisan budaya akan kerajinan bambu yang patut kita lestarikan. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara tropis di dunia di mana sumber daya bambunya cukup melimpah. Berdasarkan data statistik produksi kehutanan tahun 2020 yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa pada tahun 2020, produksi hasil hutan bukan kayu yang paling banyak diproduksi adalah bambu yaitu sebesar 11.303.317 Batang dan persebaran produksi hasil hutan bukan kayu jenis bambu paling banyak adalah berasal dari Pulau Jawa yaitu sebesar 11.287.792 Batang (Badan Pusat Statistik, 2020). Kekayaan akan sumber daya bambu tersebut sangat potensial untuk membantu pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional. Bambu memiliki peranan penting bagi kehidupan masyarakat, karena penggunaan akan bambu masih sangat dibutuhkan dalam kehidupan. Dengan adanya kekayaan akan bambu tersebut, dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku untuk membuat suatu kerajinan tangan yang memiliki nilai ekonomis.

Kerajinan merupakan salah satu budaya yang lahir dan berkembang dalam kehidupan dari masa ke masa yang dimana hal itu juga menjadi kekayaan kultural dan identitas dari masyarakat tersebut. Selain itu, seni kerajinan juga merupakan karya tradisional yang ada keistimewaan tersendiri yaitu pada aspek orisinalitas dan estetika manual berupa sentuhan tangan yang disertai dengan ciri khas kedaerahan dan mengandung nilai-nilai estetika (Sofyan et al., 2018).

Secara kebudayaan, kerajinan tangan dapat memperkenalkan identitas yang dimiliki secara turun temurun. Setiap kerajinan memiliki ciri khas tersendiri, hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki sejumlah warisan kebudayaan berupa kerajinan tangan yang memiliki ciri khas masing-masing. Potensi ini seharusnya terus dijaga, diwariskan, dilestarikan dari generasi ke generasi agar eksistensinya tetap terjaga dengan baik. Pada dasarnya kerajinan akan anyaman

bambu terus mengalami perkembangan baik dalam pemanfaatan bahan, bentuk, motif, maupun dalam teknik pembuatannya (Sofyan et al., 2018).

Di Indonesia, tepatnya di pulau Jawa terdapat beberapa daerah yang masih memiliki warisan budaya berupa kerajinan bambu yang perlu kita banggakan karena keunikan dan kekhasannya yakni salah satunya ada di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Desa Banjaran merupakan sebuah desa yang ada di Purbalingga yang terkenal akan anyaman bambunya. Sebagian besar masyarakatnya adalah perajin bambu di mana salah satu kerajinan bambu yang terkenal di Desa Banjaran adalah *gedeg*. Masyarakat Banjaran memproduksi kerajinan *gedeg* sebagai ladang usaha untuk menopang kebutuhan ekonominya.

Gedeg merupakan kerajinan tangan yang proses pembuatannya adalah dari bambu yang dianyam, di mana biasa kita temui pada atap dan dinding bangunan. Kerajinan *gedeg* ini merupakan warisan yang sudah turun temurun dari para leluhur. Berdasarkan observasi awal dengan mewawancarai Kepala Desa Banjaran yaitu Muhammad Ichmun, menurutnya bahan baku utama yang digunakan masyarakat Banjaran untuk membuat *gedeg* adalah bambu tali dan bambu wulung atau bambu hitam yang akan menghasilkan motif *gedeg* dengan keunikan lebih sehingga nilai jual pun akan tinggi. Bambu tali atau dengan nama lain *Gigantochloa Apus* merupakan bambu yang dimanfaatkan sebagai bahan dasar pembuatan konstruksi bangunan rumah dan dinding rumah atau *gedeg*. Selain itu adapula Bambu Wulung atau Bambu Hitam dengan nama lain *Gigantochloa Atroviolacea* yang dapat digunakan juga sebagai bahan dasar pembuatan kerajinan tangan *gedeg* untuk menciptakan suatu motif dari kerajinan *gedeg* itu sendiri karena bambu wulung ini memiliki warna hitam, jika dipadukan dengan bambu tali akan menghasilkan corak dari *gedeg* itu sendiri (Sujarwanta & Zen, 2020).

Namun seiring perkembangan zaman dan juga semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat, kerajinan bambu sebagai industri rumahan saat ini rawan terancam keberadaannya. Sebab, pada era sekarang dunia industri sudah mulai berkembang dengan penggunaan alat dan teknologi yang canggih sehingga proses pembuatannya pun lebih cepat. Berbeda dengan kerajinan bambu yang

dimana proses pembuatannya masih menggunakan tradisional dan manual sehingga proses pengerjaannya membutuhkan waktu yang cukup lama.

Dengan adanya kemajuan akan perkembangan teknologi, kini penggunaan *gedeg* untuk mendirikan sebuah hunian sudah kurang diminati karena adanya ancaman produk pengganti seperti kalsiboard yang sudah mengganti peran dari adanya kerajinan anyaman bambu seperti *gedeg* yang tentunya sudah diproduksi terlebih dahulu sebelum adanya kalsiboard. Permintaan akan *gedeg* sudah tidak sebergairah dulu, sehingga para perajin *gedeg* harus menciptakan ide-ide kreatif agar kerajinan bambu khususnya *gedeg* ini tidak punah tertelan oleh zaman. Para perajin harus mampu menciptakan produk yang memiliki keunikan lebih yang mampu mengangkat kembali eksistensi dari kerajinan bambu *gedeg* itu sendiri dan menciptakan produk yang berbeda dari produk yang satu dengan produk yang lain. Dengan adanya pembeda tersebut, dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen sehingga dapat mengangkat kembali eksistensi dari kerajinan bambu *gedeg* yang lambat laun sudah tergantikan karena adanya perkembangan zaman yang semakin modern. Selain itu, para perajin *gedeg* juga terus melakukan inovasi dengan memproduksi beberapa kerajinan dari bambu yang tentunya memiliki nilai ekonomi salah satunya yakni lukis bambu. Hal tersebut dilakukan guna memajukan perekonomian masyarakat Desa Banjaran dan melestarikan kerajinan dari bambu yang ada di Desa Banjaran. Inovasi produk akan menghasilkan berbagai desain produk yang memiliki kualitas tinggi sehingga akan menciptakan manfaat lebih yang akan diterima oleh pelanggan karena pelanggan akan merasa puas dengan produk yang dipilih (Kurniasari & Utama, 2018). Adanya kreativitas dan inovasi dalam penciptaan suatu produk itu sangat penting karena hal tersebut mampu menjadikan bisnis dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, melakukan sebuah inovasi yang merupakan bagian dari strategi diversifikasi produk itu sangat penting. Kerajinan anyaman dari bambu tidak akan pernah hilang walaupun adanya perkembangan zaman yang sudah menggantikan peran dari adanya kerajinan itu sendiri.

Walaupun kini penggunaan *gedeg* tidak lagi untuk hunian atau tempat tinggal masyarakat, namun kini permintaan akan *gedeg* ditujukan pada pembuatan sarana objek wisata maupun tempat makan yang sekarang juga sedang ramai diperbincangkan sehingga diperlukan fungsi keindahan lebih pada motif *gedeg* yang artistic sehingga masyarakat yang ingin mencari ide untuk pembuatan sebuah tempat wisata atau tempat makan dengan modal yang tidak terlalu besar akan tertarik dengan penggunaan *gedeg* karena akan menciptakan model klasik yang unik. Hal ini mampu membantu para perajin *gedeg* agar tetap memproduksi *gedeg* sehingga para perajin masih tetap mempunyai penghasilan dari hasil produksi *gedeg* itu sendiri. Oleh karena itu para perajin perlu melakukan diversifikasi produk yang memiliki sisi keindahan yang unik agar mudah dalam pemasaran produknya (Silmi et al., 2022).

Kerajinan *gedeg* muncul pertama kali di Desa Banjaran yang memiliki ciri khas berupa seratan bambu yang tipis. Dulu kerajinan *gedeg* familiar dengan motif polosnya, namun kini kerajinan *gedeg* kembali diminati dengan adanya beberapa motif seperti batik kembang, wajikan, plered, luster, dan motif lain sesuai dengan pesanan konsumen. Motif yang paling banyak permintaannya adalah motif batik kembang. Kerajinan *gedeg* selain dibuat lembaran yang biasanya digunakan sebagai dinding maupun atap pada rumah makan, anyaman bambu tersebut juga bisa diolah menjadi sebuah kerajinan yang unik seperti dibuat dengan bentuk burung merak ataupun kerajinan lain yang memiliki ciri khas tersendiri. Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Misdiroh bahwa teknik dalam membuat *gedeg* itu sebenarnya sama saja, kita hanya perlu untuk mencoba menciptakan motif lainnya agar keberadaan *gedeg* masih tetap bertahan. Walaupun motif dari *gedeg* itu sudah turun temurun dari dulu namun tidak menutup kemungkinan untuk para perajin *gedeg* menerima motif sesuai pesanan dari konsumen karena kepuasan konsumen harus diutamakan. Menurut Kotler dan Keller (2009) sebagaimana dikutip oleh (Maramis et al., 2018), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan suka maupun kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja hasil produk terhadap ekspektasi mereka.

Dalam melaksanakan kegiatan ekonomi manusia diperintahkan oleh Allah SWT untuk selalu melakukan sesuatu yang mampu membawa masalah baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain sebagaimana dalam HR. Ahmad, Thabarani, Daruqutni yang berbunyi:

خير الناس انفعهم الناس

Artinya :

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.” (HR. Ahmad, Thabarani, Daruqutni. Dishahihkan Al Albani dalam As-Silsilah As-Shahihah).

Dalam ilmu ekonomi, teori produksi adalah suatu teori mengenai proses ekonomi untuk memanfaatkan faktor-faktor produksi yang ada untuk menghasilkan hasil produksi berupa barang maupun jasa yang memiliki tingkat kegunaan lebih pada barang dan jasa tersebut (Sholiha, 2018). Oleh karena itu, dengan adanya kerajinan *gedeg* di Desa Banjaran mampu memberikan keuntungan baik bagi perajin *gedeg* itu sendiri maupun bagi lingkungan di sekitarnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti termotivasi untuk meneliti suatu permasalahan dengan judul “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi *Home Industry* Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Perajin *Gedeg* di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga).”

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari adanya kesalahpahaman dalam penafsiran, maka penulis definisikan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk merupakan upaya untuk mencari dan mengembangkan produk maupun pasar yang baru untuk mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas (Tjiptono, 2015). Dalam penelitian ini dimaksudkan bahwa dengan adanya strategi diversifikasi produk

yang dilakukan oleh perajin *gedeg*, maka menjadikan kerajinan *gedeg* dan juga hasil inovasi kerajinan yang dibuat oleh para perajin mampu bersaing pada pasar sehingga dapat mempertahankan eksistensi *home industry* dari perajin *gedeg* itu sendiri. Hal itu dilakukan agar keberadaan akan kerajinan bambu khususnya *gedeg* tetap bertahan di tengah perkembangan zaman yang cukup pesat. Oleh karena itu diperlukan ide-ide kreatif agar *gedeg* dan kerajinan bambu lainnya tidak tenggelam tertelan oleh zaman.

2. Eksistensi Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mempunyai unsur bertahan. Dalam (Saputri, 2018) dijelaskan bahwa terdapat beberapa penjelasan mengenai eksistensi yaitu diantaranya eksistensi yaitu apa yang ada, eksistensi yaitu apa yang memiliki, eksistensi yaitu kesempurnaan, dan eksistensi yaitu sesuatu yang dialami dengan penekanan bahwa sesuatu itu ada. Sehingga dapat dijelaskan bahwa eksistensi yang dimaksud dalam hal ini yaitu keberadaan akan *home industry* dari perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran.

3. Home Industry

Home industry atau bisa disebut dengan industri rumahan adalah suatu unit usaha dalam skala kecil di mana dalam penelitian kali ini adalah industri rumahan yang memproduksi sebuah kerajinan tangan dari bambu yang diproduksi oleh para perajin yang ada di Desa banjaran yaitu *gedeg* dan kerajinan bambu lain seperti lukis bambu pyrografi dan ukir.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimana perajin *gedeg* Desa Banjaran mampu mempertahankan *home industry* melalui diversifikasi produk?
2. Bagaimana upaya mempertahankan eksistensi *home industry* dari perajin *gedeg* di Desa Banjaran melalui diversifikasi produk perspektif ekonomi syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Untuk mengetahui strategi perajin *gedeg* Desa Banjaran agar mampu mempertahankan *home industry* melalui diversifikasi produk.
2. Untuk mengetahui upaya mempertahankan eksistensi *home industry* dari perajin *gedeg* di Desa Banjaran melalui diversifikasi produk perspektif ekonomi syariah.

E. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian, diharapkan mampu menghasilkan manfaat dari setiap penelitian. Oleh karena itu manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mampu menambah wawasan bagi peneliti berkenaan dengan strategi diversifikasi produk sebagai upaya mempertahankan eksistensi *home industry* dari perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran.
 - b. Mampu menjadi bahan referensi penelitian
2. Manfaat Praktis
 - a. Mampu memperluas wawasan pemikiran peneliti mengenai permasalahan yang diteliti, sehingga peneliti mampu mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai teori dan kebenaran fakta yang ada di lapangan.
 - b. Agar masyarakat mengetahui akan keberadaan *home industry* kerajinan bambu khususnya *gedeg* yang ada di Desa Banjaran tersebut.

F. Kajian Pustaka

Laras Setya Bastari (2020) dengan penelitian “Peran Kreativitas dan Inovasi Dalam Diversifikasi Produk Terhadap Pengembangan Bisnis Kuliner” menunjukkan bahwa peran kreativitas dan inovasi sangat penting dalam strategi diversifikasi produk. Dengan adanya kreativitas dan inovasi yang dilakukan akan menghasilkan ide dan produk yang kreatif dan inovatif. Diversifikasi produk yang

dilakukan oleh rumah makan pelangi pedesaan membuat keuntungan yang terus meningkat. Faktor faktor yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk karena adanya dorongan dalam diri sendiri dan dorongan dari lingkungan (Bastari, 2020).

Zulkifli Lubis, Kemal Farouq Mauladi, dan Mohammad Rizal Nur Irawan (2020) dengan penelitian “Penentuan Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan (Studi kasus pada Gemilang Art Glass di Modo)”, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini strategi yang tepat diterapkan agar perusahaan mampu mempertahankan eksistensi dan menghadapi persaingan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi agresif yang dapat dilakukan yaitu dengan strategi S-O. strategi tersebut berupa peningkatan kualitas dan pelayanan agar konsumen merasa puas dan nyaman serta mampu menarik konsumen baru. Selain itu, peningkatan kapasitas perusahaan dengan memanfaatkan kemampuan kerjasama tim dan pengalaman perusahaan untuk meraih pasar potensial, memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk baru dengan memanfaatkan teknologi internet, serta memperlakukan karyawan dengan baik dan selalu jaga persaudaraan sehingga akan membuat karyawan selalu disiplin dan profesional dalam menjalankan pekerjaannya (Lubis et al., 2020).

Khusnia Latifatul Ma’una dan Siswahyudianto (2022) dengan penelitian “Strategi Bersaing Untuk Mempertahankan Eksistensi Usaha Kecil”, menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh usaha Es Nyoklat Klasik Mbak Endah dalam menghadapi persaingan adalah dengan melakukan inovasi terhadap produk seperti menambah varian untuk topping dan juga beradaptasi dengan lingkungan bisnis baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Strategi dalam mempertahankan eksistensi dari Es Nyoklat Klasik Mbak Endah adalah dengan menciptakan produk yang beranekaragam, packaging yang menarik dan adanya kantong plastik yang diberikan untuk memudahkan konsumen. Selain itu, juga melakukan segmentasi produk pada saat memulai usaha dan terus memantau agar produk tidak kalah saing di pasar (Ma’una & Siswahyudianto, 2022).

Bondan Subagyo, Sawal Sartono, dan Keny Deva Lagasa (2022) dengan penelitian “Strategi Pengembangan Usaha Jamu Dalam Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional Mbah Gedong di Rejotangan Tulungagung”, menunjukkan bahwa strategi dalam mengembangkan usaha jamu tradisional Mbah Gedong adalah dengan memproduksi jamu racikan dengan bahan baku yang berkualitas dan memiliki rasa yang khas racikan tradisional. Selain itu, harga yang ditawarkan juga terjangkau dan melakukan promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut dan personal selling, serta memiliki tempat usaha yang strategis dan tetap mempertahankan unsur sederhana yang tetap terjaga keasliannya. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang perlu diterapkan produsen Jamu Tradisional Mbah Gedong adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) dengan memiliki kekuatan serta tersedianya peluang yang mampu menciptakan keuntungan (Subagyo et al., 2022).

Via Irhas (2022) dengan penelitian “Manajemen Strategi Pengrajin Alat Musik dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usahanya di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pengrajin Alat Musik Kaliwadas, Bumiayu, Brebes)”, menunjukkan bahwa pandemic Covid 19 berdampak bagi pelaku usaha kerajinan alat musik di Desa Kaliwadas, Bumiayu, Brebes. Manajemen strategi yang dilakukan pengrajin alat musik di Desa Kaliwadas adalah yang pertama strategi korporasi, yaitu dengan melakukan pengembangan produk, mengambil alih fungsi pemasok atau *supplier*, lebih fokus terhadap usahanya, strategi putar haluan, serta strategi pengistirahatan. Strategi kedua yang diterapkan adalah strategi bisnis, yaitu dengan mencari bahan baku yang harganya lebih murah namun berkualitas, adanya diferensiasi produk, dan memperkecil segmen pasar. Strategi yang ketiga adalah strategi fungsional, yaitu dengan melakukan pencatatan transaksi keuangan secara teratur, promosi melalui media sosial, memasarkan produk melalui *marketplace shopee*, serta mempekerjakan karyawan yang memiliki kompeten di bidangnya (Irhas, 2022).

Tabel 1.1
Perbandingan Dengan Penelitian terdahulu

No.	Nama	Tahun	Judul	Persamaan dan Perbedaan
1.	Laras Setya Bastari	2020	Peran Kreativitas dan Inovasi Dalam Diversifikasi Produk Terhadap Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja banyumas)	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan dalam penelitian ini adalah pokok bahasan terkait kreativitas dan inovasi dalam strategi diversifikasi produk. Selain itu, juga terdapat kesamaan pada jenis penelitiannya yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif. Disamping itu, penelitian ini juga terdapat pembahasan dalam perspektif ekonomi Islam. - Perbedaannya terletak pada lokasi dan subjek penelitiannya.
2.	Zulkifli Lubis, et al.	2020	Penentuan Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan (Studi kasus pada Gemilang Art Glass di Modo).	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan dalam penelitian ini adalah pokok bahasan terkait strategi dalam mempertahankan eksistensi usaha. Selain itu, juga terdapat kesamaan pada jenis penelitiannya yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif. - Perbedaannya terletak pada lokasi dan subjek

				penelitiannya, serta tidak ada pembahasan dalam perspektif ekonomi Islam.
3.	Khusnia Latifatul Ma'una dan Siswahyudi anto	2022	Strategi Bersaing Untuk Mempertahankan Eksistensi Usaha Kecil.	<p>- Persamaan dalam penelitian ini adalah pokok bahasan terkait strategi dalam mempertahankan eksistensi usaha. Selain itu, jenis penelitian yang digunakan juga memiliki kesamaan yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif.</p> <p>- Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada lokasi dan subjek penelitian, serta tidak ada pembahasan dalam perspektif ekonomi Islam.</p>
4.	Bondan Subagyo, et al.	2022	Strategi Pengembangan Usaha Jamu Dalam Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional Mbah Gedong di Rejotangan Tulungagung.	<p>- Persamaan dalam penelitian ini adalah pokok bahasan terkait dengan strategi dalam mempertahankan eksistensi usaha. Selain itu, juga terdapat kesamaan pada jenis penelitiannya yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif.</p> <p>- Perbedaan dalam penelitian</p>

				ini terletak pada lokasi dan subjek penelitian. Selain itu, dalam penelitian ini tidak ada pembahasan dalam perspektif ekonomi Islam.
5.	Via Irhas	2022	Manajemen Strategi Pengrajin Alat Musik dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usahanya di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pengrajin Alat Musik Kaliwadas, Bumiayu, Brebes).	<p>- Persamaan dalam penelitian ini adalah pokok bahasan terkait dengan strategi dalam mempertahankan eksistensi atau keberlangsungan usaha. Selain itu, juga terdapat kesamaan pada jenis penelitiannya yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif. Disamping itu, penelitian ini juga terdapat pembahasan dalam perspektif ekonomi Islam.</p> <p>- Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada lokasi dan subjek penelitian.</p>

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan kajian pustaka di atas, maka kebaruan pada penelitian ini adalah belum adanya penelitian yang dilakukan pada lokasi tersebut yaitu di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga. Selain itu adanya fokus penelitian pada strategi yang digunakan yaitu strategi diversifikasi produk sebagai upaya mempertahankan eksistensi *home industry* dari perajin *gedeg*.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab, dimana dalam setiap bab nya akan dijelaskan secara rinci yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Bab ini berisi mengenai teori-teori yang menjelaskan tentang strategi diversifikasi produk sebagai upaya mempertahankan eksistensi *home industry* dari perajin *gedeg* serta bagaimana pandangan dalam ekonomi syariah mengenai strategi diversifikasi produk tersebut.

Bab III Metodologi Penelitian. Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.

Bab IV Pembahasan. Bab ini berisi mengenai pembahasan yang lebih rinci tentang permasalahan yang dibahas sehingga akan menemukan hasil dari permasalahan tersebut.

Bab V Penutup. Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari permasalahan yang diteliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*. Kata *strategos* tersebut berasal dari kata “stratos” yang berarti militer dan kata “ag” yang berarti memimpin, sehingga dapat diartikan sebagai sesuatu rencana yang dikerjakan oleh pemimpin atau jendral perang agar dapat memenangkan perang (Yunus, 2016).

Terdapat beberapa pengertian strategi, diantaranya strategi adalah sasaran perusahaan, penetapan tujuan dasar jangka panjang, penerapan serangkaian tindakan, dan alokasi sumber daya yang berguna untuk melakukan sasaran tersebut. Selain itu strategi merupakan sekumpulan pilihan dasar tentang tujuan dan cara dalam berbisnis (Budi, 2011).

Strategi harus memperhatikan dengan baik arah jangka panjang dan cakupan dalam organisasi. Secara kritis, strategi juga memperhatikan dengan sungguh-sungguh kedudukan dari organisasi itu sendiri dengan memperhatikan lingkungannya dan secara khusus memperhatikan pesaingnya. Strategi memperhatikan dengan baik adanya keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan tidak dengan maneuver teknis namun dengan menggunakan perspektif jangka panjang secara keseluruhan (Budi, 2011).

Menurut (Jhonson dan Scholes, 1993), strategi adalah arah dan cakupan organisasi yang ideal untuk jangka panjang yang dimana harus menyesuaikan sumber daya yang ada dengan lingkungan yang terus berubah dan secara khusus berhubungan dengan pasar, pelanggan, dan klien untuk memenuhi keinginan dari *stakeholder*. Sedangkan menurut (Richardson dan Thompson, 1999), strategi harus memiliki 2 elemen utama diantaranya yang pertama harus ada sasaran strategis, yaitu sesuatu yang diharapkan mampu dicapai oleh strategi dan yang kedua adalah harus ada rencana tindakan, yaitu cara yang dibuat untuk memenuhi sasaran (Budi, 2011).

Amstrong (2003), menambahkan beberapa pengertian dari strategi. Pertama, strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan dan tetap memperhatikan

dengan baik alokasi sumber daya perusahaan untuk jangka panjang dan juga mencocokkan sumber daya dan kapabilitas dengan lingkungan luar perusahaan. Kedua, strategi merupakan pandangan dimana faktor keberhasilan dapat dibicarakan dan juga keputusan strategis akan memiliki dampak yang besar serta jangka panjang bagi perilaku dan keberhasilan organisasi. Ketiga, strategi adalah suatu hal yang membahas mengenai penetapan tujuan atau tujuan strategis dan menyesuaikan peluang dengan sumber daya atau strategi berbasis sumber daya, sehingga mampu mencapai ketepatan strategis antara tujuan strategis dengan sumber dayanya (Budi, 2011).

Berdasarkan beberapa definisi dari strategi di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi adalah sekumpulan pilihan untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai sasaran dan tujuan dasar dengan tetap memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergi yang berkelanjutan sebagai arah, cakupan, dan pandangan jangka panjang secara keseluruhan yang ideal baik dari individu atau suatu organisasi (Budi, 2011). Strategi merupakan suatu langkah jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan.

Terdapat beberapa langkah dalam perumusan strategi, diantaranya (Yunus, 2016):

1. *Establishment of Vision, Mission, and Goals*

Langkah ini merupakan pernyataan yang berhubungan dengan visi, misi, dan tujuan dalam perusahaan. Visi, misi, dan tujuan perusahaan tersebut merupakan tanggung jawab utama bagi manajerial utama. Pencetusan akan visi, misi, dan tujuan organisasi ini terserap oleh nilai yang dibawa manager, dan harus jelas, ringkas, dan mampu menyatakan tujuan bagi suatu perusahaan yang ingin dijangkau (Yunus, 2016).

2. *Identifying Past and Present Strategies*

Langkah ini merupakan suatu langkah di mana suatu manager harus mengidentifikasi strategi yang sudah disusun sebelumnya dan yang ada pada saat ini sebelum diputuskannya suatu strategi tersebut dibutuhkan atau tidak. Dengan melihat strategi yang ada pada sebelumnya, dapat menampilkan bagaimana

aktivitas suatu perusahaan yang sudah ada sebelumnya sekaligus peberapannya (Yunus, 2016).

3. *Diagnosing Past and Present Performance*

Langkah ini dibutuhkan untuk mengevaluasi strategi sebelumnya dalam bekerja dan apakah mampu menciptakan perubahan sehingga dibutuhkan pengkajian dalam laporan perusahaan. Sebuah analisis bisa didapatkan dalam beberapa faktor, diantaranya efektivitas perusahaan, proses perusahaan, dan kinerja perusahaan. Evaluasi dalam kinerja suatu organisasi terkadang dengan menggunakan beberapa tipe analisis dan juga diagnose keuangan. Salah satu dari manajemen yang ada harus memiliki pandangan yang jelas mengenai keadaan dari suatu perusahaan secara spesifik. kemudian yaitu menentukan strategi untuk jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang termasuk dalam visi dan misi perusahaan. Penentuan suatu tujuan harus dianalisis terlebih dahulu kondisi dari internal dan eksternal dari perusahaan (Yunus, 2016).

4. *Setting Objectives*

Langkah ini merupakan sebuah sasaran dimana sasaran tersebut merupakan pernyataan mengenai apa yang menjadi sasaran oleh sebuah perusahaan. Sasaran mampu menjadi petunjuk dan tujuan kepada suatu perusahaan dan juga bagi anggotanya. Sasaran tersebut berupa sasaran jangka panjang dan juga jangka pendek (Yunus, 2016).

5. Analisis SWOT dan Perumusan Strategi

Analisis SWOT didalamnya mencakup analisis kesempatan dan juga ancaman dari lingkungan eksternal serta analisis kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal. Analisis lingkungan yang berhasil dalam perumusan strategi ada pada kemajuan dari manajemen dalam melihat perubahan lingkungan eksternal berikut dengan pengaruhnya. Analisis lingkungan juga mampu mencegah dan juga mampu mempengaruhi aktivitas dalam lingkungan tugasnya terutama dalam memberikan antisipasi strategis sebagai reaksi terhadap berbagai lingkungan.

Pada analisis internal bermaksud untuk mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan yang berguna dalam perumusan strategi suatu perusahaan.

Melalui analisis SWOT diharapkan suatu perusahaan mampu mengambil langkah strategis yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi dan juga dengan penanganan yang tepat.

Adanya analisis SWOT dalam suatu organisasi mampu membantu memudahkan manajer dalam melihat suatu fakta penting dan sesuai dalam analisis internal dan juga eksternal sehingga mampu diidentifikasi strategi primer dan juga strategi sekunder yang dialami oleh suatu organisasi. Kemudian, manajer menentukan keputusan strategi yang tepat, menyalisir kelemahan dari perusahaan dan memperhitungkan ancaman yang akan dijumpai (Yunus, 2016).

6. *Develop and Evaluate Alternative Strategies and Select Strategy*

Dalam analisis ini, manajemen menentukan strategi agar suatu organisasi mampu mendapatkan keuntungan kompetitif, dimana manajemen berusaha untuk memposisikan organisasi agar mendapatkan keuntungan relative terhadap para pesaingnya. Hal tersebut diperlukan penilaian yang cermat berdasarkan kekuatan kompetitif atas aturan persaingan dalam industri. Terdapat tiga langkah manajemen dalam mendapatkan keuntungan bersaing, diantaranya biaya kepemimpinan, diferensiasi, dan juga fokus pada segmen pasar yang tidak luas. Seorang manajer yang berhasil akan menentukan langkah yang tepat agar perusahaan mereka mendapatkan keunggulan bersaing yang paling menguntungkan dan mampu mempertahankan keuntungan tersebut dari waktu ke waktu (Yunus, 2016).

B. Diversifikasi Produk

Diversifikasi merupakan upaya untuk mencari dan mengembangkan produk maupun pasar yang baru, dimana hal tersebut dilakukan guna mencapai pertumbuhan, peningkatan dalam penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas (Tjiptono, 2015). Diversifikasi adalah strategi pertumbuhan suatu perusahaan dengan cara memulai bisnis baru maupun membeli perusahaan lain di luar produk dan pasar perusahaan yang sekarang. Pengertian lain mengenai diversifikasi yaitu suatu strategi produk yang di mana terdapat pengembangan barang ataupun jasa

yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan cara menambah produk atau jasa yang baru (Bastari, 2020).

Terdapat tiga cara yang dapat dilakukan dalam diversifikasi, di antaranya (Tjiptono, 2015):

1. Diversifikasi konsentris

Diversifikasi konsentris yaitu suatu strategi dalam diversifikasi di mana produk-produk baru yang dikenalkan mempunyai hubungan atau keterkaitan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk-produk yang sudah ada sebelumnya. Terdapat dua cara yang dapat dilakukan dalam diversifikasi konsentris yaitu mendirikan perusahaan baru atau bisa juga dengan melalui merger dan akuisisi. Merger merupakan penyatuan atau penggabungan dari dua perusahaan menjadi satu. Sedangkan akuisisi merupakan jalan yang dilakukan dengan mengambil alih kendali bisnis yang dimiliki oleh perusahaan lain atau divisi dari perusahaan lain. Akuisisi dilakukan dengan membeli aset dari suatu perusahaan.

Terdapat enam panduan untuk mengetahui kapan diversifikasi produk konsentris dapat menjadi strategi yang tepat, diantaranya adalah sebagai berikut (Junaidi, 2022):

- a. Ketika suatu perusahaan bersaing dalam industri yang tidak tumbuh atau dengan pertumbuhan yang lambat.
- b. Ketika suatu perusahaan menambah produk baru yang masih memiliki keterkaitan dengan produk yang ada sebelumnya, akan secara signifikan mendorong penjualan produk saat ini.
- c. Ketika perusahaan mempunyai produk baru dan masih ada keterkaitan dengan produk yang sudah ada sebelumnya, dapat ditawarkan dengan harga yang sangat kompetitif.
- d. Ketika perusahaan mempunyai produk baru dan masih ada keterkaitan dengan produk yang sudah ada sebelumnya memiliki tingkat penjualan musiman yang mampu menyeimbangkan puncak dan lembah penjualan yang dimiliki perusahaan saat ini.

- e. Pada saat produk yang ada sekarang sedang ada pada tahap penurunan dan siklus hidup produk.
 - f. Pada saat perusahaan mempunyai tim manajemen yang kuat.
2. Diversifikasi horizontal

Diversifikasi horizontal yaitu suatu strategi dalam diversifikasi di mana suatu perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak saling berkaitan dengan produk yang sudah ada sebelumnya, namun masih bisa dijual kepada pelanggan yang sama.

Terdapat empat panduan untuk mengetahui kapan diversifikasi horizontal dapat menjadi strategi yang tepat, diantaranya adalah sebagai berikut (Junaidi, 2022);

- a. Ketika omset yang diperoleh perusahaan dari produk yang ada sekarang akan naik secara signifikan dengan adanya tambahan produk baru yang tidak ada kaitannya.
- b. Ketika suatu perusahaan bersaing dalam industri yang sangat kompetitif dan tidak tumbuh seperti diindikasikan oleh hasil dan margin laba industri yang leleh.
- c. Ketika jalur distribusi suatu perusahaan sekarang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk yang baru ke konsumen yang ada sekarang.
- d. Ketika produk baru mempunyai pola penjualan dengan siklus terbalik dibandingkan dengan produk perusahaan yang ada sekarang.

3. Diversifikasi konglomerat

Diversifikasi konglomerat yaitu suatu strategi dalam diversifikasi di mana produk-produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan benar-benar baru, tidak ada kaitan atau hubungan dengan produk yang sudah ada baik dalam hal pemasaran maupun dengan teknologi yang digunakan serta dijual pada sasaran pelanggan yang berbeda.

Terdapat enam panduan untuk mengetahui kapan strategi diversifikasi konglomerat dapat menjadi strategi yang efektif, diantaranya adalah sebagai berikut (Junaidi, 2022);

- a. Ketika industri dasar perusahaan mengalami penurunan penjualan dan laba.

- b. Ketika perusahaan mempunyai modal dan talenta manajerial yang diperlukan untuk bersaing di industry yang baru.
- c. Ketika perusahaan mempunyai peluang untuk membeli bisnis yang tidak ada kaitannya yang di mana hal tersebut adalah peluang investasi yang menarik.
- d. Ketika ada sinergi keuangan antara perusahaan pembeli dan yang dibeli.
- e. Ketika pasar produk perusahaan saat ini sudah jenuh.
- f. Ketika tuduhan tindakan monopoli atau antitrust dapat dikenakan terhadap perusahaan yang secara historis berfokus pada satu industry.

Terdapat beberapa tujuan dalam strategi diversifikasi di antaranya adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2015);

1. Meningkatkan pertumbuhan apabila produk maupun pasar yang ada sudah mencapai tahap kedewasaan dalam PLC (*Product Life Cycle*).
2. Menjaga stabilitas.
3. Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.

Selain itu, tujuan dalam diversifikasi adalah sebagai berikut (Bastari, 2020):

1. Memenuhi kebutuhan konsumen yang belum puas
2. Menambah volume penjualan
3. Memenangkan persaingan
4. Mendayagunakan sumber-sumber produksi
5. Mencegah akan kebosanan pada konsumen

Terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan untuk mengurangi risiko dalam strategi diversifikasi, diantaranya (Tjiptono, 2015):

1. Mendiversifikasi apabila peluang akan produk atau pasar yang ada terbatas.
2. Mempunyai pemahaman yang baik mengenai bidang-bidang yang di diversifikasi.
3. Memberikan dukungan yang baik pada produk yang dikenalkan.

C. Eksistensi Usaha

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), eksistensi merupakan keberadaan, kehadiran yang mempunyai unsur bertahan. Kata eksistensi berasal

dari kata *eks* yang berarti keluar, dan *sistensi* yang merupakan turunan dari kata kerja *sister* yang berarti ada atau berada. Sehingga kata eksistensi dapat diartikan sebagai sesuatu yang sanggup untuk keluar dari keberadaannya atau sesuatu yang dapat melampaui dirinya sendiri. Secara etimologi, eksistensi berasal dari kata *existence* yang asalnya dari kata latin *existere* yang artinya ada, timbul, muncul, atau mempunyai keberadaan actual. Beberapa pengertian eksistensi secara terminology diantaranya; yang pertama berarti apa yang ada. Yang kedua berarti apa yang mempunyai aktualitas atau ada. Yang ketiga berarti segala yang ada di dalam yang menekankan bahwa sesuatu itu ada. Eksistensi merupakan keberadaan suatu unsur yang di mana keberadaan itu mampu dipertahankan keberadaannya (Astillah, 2020).

Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis. Eksistensi berhubungan dengan perusahaan di mana suatu perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya dengan cara bersaing secara sehat dengan para pesaingnya. Setiap usaha tentu terdapat adanya kompetisi maupun persaingan dalam mempertahankan eksistensi usaha yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Cara menghadapi persaingan usaha dengan bijak adalah dengan terus memberikan usaha yang maksimal untuk mengembangkan bisnisnya. Sebab, persaingan dalam bisnis sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis yang dijalankan (Rahman, 2022).

Terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi pendorong dalam eksistensi, diantaranya adalah sebagai berikut (Astillah, 2020);

1. Faktor Lokasi

Pemilihan lokasi ritel merupakan suatu keputusan yang strategis setelah lokasi dipilih, karena pemilik ritel harus mampu menanggung konsekuensi dari pilihan tersebut. Dalam membuat suatu keputusan dalam pemilihan lokasi, seharusnya pemilik ritel memperhatikan keputusannya dalam tiga tingkatan yaitu daerah, area perdagangan, dan tempat yang lebih spesifik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik suatu lokasi adalah sebagai berikut;

- a. Aksesibilitas suatu lokasi, yaitu suatu kemudahan bagi konsumen untuk masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Dalam analisis aksesibilitas ini memiliki dua tahap diantaranya analisis makro dan analisis mikro. Analisis makro, mempertimbangkan area perdagangan primer seperti area dua hingga tiga mil disekitar lokasi tersebut, seperti dalam kasus supermarket atau toko obat. Pemilik ritel secara bersamaan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola-pola jalan, kondisi jalan, dan juga hambatannya. Selanjutnya yaitu analisis mikro, dimana analisis ini berkonsentrasi pada masalah-masalah di sekitar lokasi seperti fisibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian, dan jalan masuk atau jalan keluar.
- b. Keuntungan secara lokasi sebagai pusatnya, setelah aksesibilitas dievaluasi, selanjutnya yaitu mengevaluasi lokasi didalamnya. Pemilik ritel harus mempertimbangkan untuk menempatkan toko-toko yang mampu menarik pasar sasaran yang saling berdekatan. Pemilihan lokasi sangat penting karena apabila salah dalam pemilihan lokasi akan berakibat bertambahnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Penempatan lokasi yang tidak strategis akan berpengaruh pada berkurangnya minat konsumen untuk membeli suatu barang.

2. Faktor Harga

Harga merupakan salah satu bagian dalam pembauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan juga pembayaran. Harga bertujuan untuk mengkomunikasikan kedudukan nilai suatu perusahaan kepada pasar mengenai produk dan juga merknya. Penentuan suatu harga merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena harga menjadi hal penentu suatu produk laku atau tidaknya. Apabila salah dalam penentuan suatu harga maka akan berakibat fatal terhadap barang dagangan yang ditawarkan.

3. Faktor Kualitas dan Keragaman Produk

Kualitas produk merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh pihak produsen. Kualitas merupakan tingkat kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas dari suatu produk dapat ditunjukkan dengan tahan lamanya suatu produk, suatu produk

tersebut dapat dipercaya, ketepatan produk, mudah dalam penggunaan dan pemeliharannya. Terdapat empat tingkatan dalam kualitas diantaranya kualitas rendah, kualitas rata-rata atau sedang, kualitas baik atau tinggi, dan kualitas sangat baik.

Keragaman produk adalah sekumpulan produk yang dipromosikan oleh penjual kepada pembeli. Keragaman produk menunjukkan kelengkapan akan produk yang dijual. Konsumen cenderung lebih memilih pasar yang memiliki produk yang beragam dan lengkap serta kualitas akan keragaman produk yang ditawarkan tersebut.

4. Faktor Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah pengaruh dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kondisi sebenarnya produk yang diterima oleh konsumen akan produk tersebut. Pada intinya tujuan dari suatu bisnis adalah agar konsumen merasa puas akan produk yang didapatinya. Kepuasan konsumen memberikan banyak manfaat diantaranya menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan, pasar, dan juga konsumen. Hal tersebut mampu memberikan dasar yang baik untuk konsumen melakukan pembelian ulang sehingga tercipta loyalitas pelanggan serta mampu menjadikan suatu rekomendasi yang menguntungkan perusahaan.

5. Faktor Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan akan suatu perusahaan, produk, ataupun merk. Konsumen akan melakukan pembelian secara konsisten terhadap produk dari suatu perusahaan sepanjang waktu. Sehingga dapat diartikan bahwa loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan akan suatu produk yang dapat dilihat dari sikap konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten karena adanya rasa puas akan produk tersebut.

D. Kreatifitas dan Inovasi Produk dalam Ekonomi Syariah

Kreativitas produk yaitu inisiatif seorang produsen terhadap produk yang baik, tepat, bernilai, dan memiliki manfaat (Anjaningrum & Sidi, 2018).

Sedangkan inovasi produk adalah strategi untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki perbedaan dari apa yang sudah ada sebelumnya (Aisyah, 2017).

Menurut Schumpeter (1934), inovasi merupakan gabungan atau kombinasi baru dari faktor-faktor produksi yang dibuat oleh produsen dan pemikiran inovasi merupakan kekuatan pendorong yang penting (*critical driving force*) bagi pertumbuhan ekonomi (Dhewanto, 2019).

Terdapat dua pendekatan mengenai konsep dari inovasi diantaranya; pendekatan yang pertama adalah "*innovation as a process*" dimana hal tersebut berarti lebih menekankan pada proses inovasi dalam suatu organisasi dan proses sosial yang mampu menciptakan inovasi sebagai kreativitas individu (*individual creativity*), budaya organisasi (*organization culture*), kondisi lingkungan (*environment context*), dan juga faktor-faktor sosio-ekonomi (*social and economic factors*). Sedangkan pendekatan yang kedua adalah "*innovation as an outcome*", dimana hal tersebut berarti bahwa inovasi adalah produk yang diciptakan memiliki nilai tambah. Inovasi sebagai sebuah hasil (*an outcome*) dibagi menjadi dua jenis yaitu inovasi radikal dan inovasi incremental. Inovasi radikal (*radical innovation*) merupakan inovasi karena adanya teknologi yang mampu mendorong adanya suatu inovasi (*technology push*) dalam menciptakan sesuatu yang baru bagi perusahaan, pasar, ataupun pelanggan. Sedangkan inovasi incremental (*incremental innovation*) merupakan inovasi yang berorientasi pada pasar (*market pull*) sebab ide-ide yang didapat dalam menciptakan suatu produk baru berasal dari pasar sehingga disebut juga sebagai produk yang *marketable product* atau berorientasi pada pasar (Dhewanto, 2019).

Inovasi merupakan aspek yang sangat penting dalam pengembangan sebuah perusahaan. Setiap perusahaan harus tetap melakukan inovasi yang dapat dilakukan dengan memadukan antara kreativitas dan juga pengetahuan yang ada dalam perusahaan tersebut serta didukung dengan adanya fasilitas-fasilitas yang ada dalam perusahaan (Dhewanto, 2019). Kreativitas dan inovasi yang merupakan bagian dari diversifikasi produk itu sangat penting dalam menciptakan produk yang memiliki keunikan lebih dimana hal tersebut diharapkan mampu mengangkat kembali eksistensi dari *home industry*.

Suatu perusahaan yang berhasil dalam menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah perusahaan yang dapat menciptakan inovasi dan kreatifitas melalui inovasi yang efektif dan terencana (Gupta dan MacDanial, 2002). Oleh sebab itu, dibutuhkan cara-cara atau strategi baru dalam menghasilkan suatu produk baru atau dengan melakukan perbaikan pada produk yang sudah diciptakan sebelumnya dengan meningkatkan kemampuan kreatif dari para karyawan suatu perusahaan atau anggota dari suatu organisasi (Dhewanto, 2019). Dengan adanya inovasi, maka suatu perusahaan atau organisasi mampu untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar yang dinamis atau terus menerus mengalami perubahan dan agar mampu mempertahankan daya saingnya.

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan suatu produk baru yang dilakukan oleh suatu perusahaan ataupun industry baik produk yang sudah ada sebelumnya maupun belum. Suatu produk yang sudah berada pada titik jenuh di pasaran, seharusnya dibutuhkan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut baik diganti secara total maupun dengan dilakukan pengembangan akan produk lama tersebut sehingga produk tersebut mengalami pembaruan dan up to date. Dengan hal tersebut, maka mampu meningkatkan keinginan konsumen dalam melakukan pembelian pada produk tersebut (Dhewanto, 2019).

Pengembangan akan suatu produk sangat perlu dilakukan demi keberlangsungan dalam bisnisnya. Inovasi produk dapat dijalankan dengan baik dengan cara memahami langkah apa yang terbaik dalam proses pengembangan produk. Oleh karena itu, suatu perusahaan atau industry harus selalu memperbarui produknya agar mampu bertahan. Suatu perusahaan yang kompetitif mempunyai dua tujuan penting yaitu menciptakan *customer value* atau nilai pelanggan atau bisa disebut juga dengan pemasaran dan yang kedua dengan inovasi (Dhewanto, 2019).

Terdapat tujuh dimensi dalam melaksanakan inovasi produk, diantaranya (Dhewanto, 2019);

1. Strategi, mengartikan dan merencanakan visi dan fokus dalam penelitian dan juga pengembangan, manajemen teknologi, dan upaya dalam pengembangan

produk termasuk identifikasi, prioritas, seleksi, dan dukungan sumber daya proyek yang diajukan.

2. Proses, merupakan penerapan dari tahapan dalam pengembangan produk dan pintu awal untuk memindahkan produk dari konsep untuk memulai.
3. Penelitian, merupakan implementasi dari metodologi dan teknik untuk memahami dan mempelajari pelanggan, pesaing, serta keadaan di lingkungannya secara makro di pasar. Perusahaan akan menggunakan teknik dalam meriset pasar sehingga terdapat keterlibatan pelanggan dalam penyusunan proses. Hal tersebut termasuk dalam pengujian konsep, pengujian produk, dan juga pengujian pasar.
4. Iklim Proyek, dimana hal ini mewakili semua tim yang berhubungan dan sumber daya manusia untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan produk dan juga membina komunikasi antar departemen yang ada.
5. Budaya Perusahaan, yaitu nilai dalam sistem manajemen suatu perusahaan dalam mengatur ide dalam pengembangan suatu produk dan juga kolaborasi dengan mitra eksternal khususnya pemasok dan pelanggan. Selain itu, iklim kewirausahaan juga aspek penting untuk kesuksesan suatu inovasi produk dan hal tersebut juga pengaruh dari dukungan manajemen senior. Suatu perusahaan yang memiliki performa baik akan memiliki iklim kewirausahaan yang positif.
6. Evaluasi Matriks dan performa kinerja, merupakan pengukuran, pelacakan, dan pelaporan performa proyek dan program dari pengembangan suatu produk. Pengukuran tersebut mengarah pada peningkatan keberhasilan suatu produk.
7. Komersialisasi, merupakan aktivitas yang berhubungan dengan pemasaran, peluncuran, dan manajemen setelah dilakukan peluncuran produk baru yang merangsang pelanggan untuk mengadopsi produk tersebut. Faktor yang terpenting dalam suatu produk baru yang sukses adalah pada peluncuran produk yang efektif. Peluncuran produk yang baik akan meningkatkan prosentase keberhasilan produk dalam pasar. Dalam proses inovasi produk, tahap pengembangan komersialisasi menjadi langkah yang mahal karena biaya

yang dikeluarkan melebihi biaya gabungan untuk semua tahapan sebelumnya. Sehingga suatu perusahaan hanya mempunyai satu kesempatan untuk meluncurkan produk tersebut dan memaksimalkan keuntungan (Dhewanto, 2019).

Islam memberikan peluang bagi manusia untuk dapat menghasilkan inovasi-inovasi terhadap segala bentuk muamalah yang dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Segala bentuk hasil inovasi tersebut harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Prinsip-prinsip ekonomi Islam didasarkan pada tiga prinsip diantaranya *tauhid* (keimanan), *'adl* (keadilan), dan *al-Ta'awun* (tolong menolong) (Astillah, 2020).

Tauhid berarti keyakinan yang ada dalam hati seseorang bahwa segala sesuatu yang ada pada muka bumi merupakan ciptaan Allah SWT dan sifatnya sementara. Pada dasarnya segala usaha yang kita lakukan tidak bisa terlepas dari ibadah kita kepada Allah SWT. Secara etimologi, tauhid adalah mengesakan, yang dimana dalam hal ini yaitu mengesakan Allah SWT (Astillah, 2020). Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dalam Islam segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Segala kegiatan manusia dalam hubungannya dengan alam dan manusia dibingkai dengan kerangka hubungan kepada Allah, hal tersebut karena manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatannya termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis (Karim, 2002).

Keadilan dapat diartikan sebagai suatu keadaan di mana adanya perlakuan yang sama baik di mata hukum, hak konvensasi, hak hidup yang layak, serta hak dalam menikmati pembangunan. Perlakuan yang sama disini berarti adanya perlakuan yang adil sesuai dengan porsinya. Dalam ekonomi Islam keadilan didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak mendzolimi dan tidak didzolimi, di mana sebagai pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi apabila hal tersebut dapat merugikan orang lain dan juga merusak alam. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia. Hal tersebut agar semua mendapat manfaat dari padanya secara adil dan baik (Karim, 2002). Dalam bidang usaha, keadilan mampu menciptakan

pemerataan dan juga kesejahteraan. Oleh karena itu, sebaiknya harta berputar secara adil, tidak hanya pada segelintir orang-orang yang kaya saja namun juga bagi mereka yang membutuhkan.

Ta'awun merupakan sikap untuk saling tolong menolong atau saling membantu antara sesama manusia. Dalam ekonomi sikap tolong menolong ini tidak bisa terlepas dalam kehidupan setiap manusia. Sikap tolong menolong ini juga mengarah pada prinsip tauhid di mana mampu meningkatkan kebaikan dan ketakwaan kepada Allah SWT (Astillah, 2020). Dalam Al-Qur'an dianjurkan untuk saling tolong menolong pada jalan kebaikan, sebagaimana dalam firman Allah QS. Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi;

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى . وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ . وَاتَّقُوا اللَّهَ . إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :

“... dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong menolonglah dalam berbuat dosa dan pelanggaran, dan bertakwalah, sesungguhnya azab Allah sangatlah pedih” (QS. Al-Maidah : 2).

Dalam menjalankan kegiatan ekonomi, perlu memperhatikan pada dua hal yaitu *kasab* (mengusahakan, menghasilkan, dan memperoleh barang), dan juga *infak* (mempergunakan, memakai, dan menghabiskan barang-barang itu untuk keperluan baik dipergunakan untuk pribadi, masyarakat, maupun negara). dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pokok-pokok ekonomi dalam Islam itu ada lima hal yaitu kewajiban berusaha, membasmi pengangguran, mengakui hak milik, kesejahteraan agama dan sosial, dan juga iman kepada Allah SWT (Al-Kaaf, 2002).

Berdasarkan (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, 2014) bahwa dalam Islam kreativitas dan inovasi berhubungan dengan ketakwaan setiap manusia sebagai pelaku ekonomi, dimana hal tersebut mengarahkan pada aktivitas ekonomi yang baik dan akan membawa setiap manusia untuk lebih produktif. Hal tersebut dimaksudkan agar manusia mampu mengatur sumber daya yang ada untuk tercapainya kesuksesan berdasarkan prinsip-prinsip al-Qur'an dan Sunnah (Pranjoto, 2021).

Dalam sebuah QS. Ar. Rad ayat 11 juga dijelaskan bahwa:

ان الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأ أنفسهم واذا اراد الله بقوم سوءا فلا مرد له, وما لهم من دونه, من وال

Artinya :

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan-keadaan pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (QS. Ar-Rad : 11).

Berdasarkan ayat tersebut, dapat dijelaskan bahwa Allah SWT tidak akan merubah nasib seseorang untuk menjadi lebih baik kecuali mereka rubah dengan usaha dan jerih payahnya sendiri. Sehingga manusia dituntut untuk berinovasi dengan menghasilkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usahanya agar mampu mengubah keadaannya menjadi lebih baik (Bastari, 2020).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Menurut (Sugiono, 2016), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada keadaan objek yang alamiah di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitiannya lebih menekankan pada makna secara keseluruhan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga. Alasan memilih lokasi tersebut karena ditemukan adanya perajin bambu yang terkenal akan kerajinan *gedegnya*, dimana kerajinan *gedeg* tersebut diproduksi sebagai mata pencaharian dari para perajin *gedeg* itu sendiri. Adapun waktu penelitian dilakukan mulai bulan februari 2023 sampai bulan Juli 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah perajin *gedeg* di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga. Berikut pertimbangan dalam pengambilan informan :

- a) Perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran
- b) Bersedia untuk diwawancara

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi diversifikasi produk sebagai upaya mempertahankan eksistensi *home industry* dari perajin *gedeg*.

D. Sumber Data

Menurut (Sugiono, 2016), pengumpulan data penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan 2 sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung di lokasi penelitian dari sumber data utama (informan inti). Sumber data primer yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi pada perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berupa studi literature seperti buku, skripsi, dan jurnal yang dimana sumber tersebut digunakan sebagai data pendukung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Marshall (1995) menerangkan bahwa dengan observasi, peneliti dapat belajar untuk memahami tentang perilaku dan mampu memaknai perilaku tersebut (Sugiono, 2016). Sehingga dapat disimpulkan bahwa observasi adalah suatu cara dalam teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian. Observasi dilakukan guna mengetahui secara langsung proses dari pembuatan kerajinan *gedeg* dan memahami kondisi sumber daya yang ada di Desa Banjaran. Peneliti melakukan observasi dengan pengamatan secara langsung pada *home industry* dari perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran, dimana mayoritas warga Banjaran membuat kerajinan *gedeg* tersebut di halaman rumahnya masing-masing dengan berbagai motif yang dibuat.

2. Wawancara

Esterberg (2002) mengartikan wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi maupun ide melalui kegiatan tanya jawab sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topic tertentu (Sugiono, 2016). Wawancara dilakukan pada masyarakat Desa Banjaran yang memenuhi kriteria untuk diwawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih kompleks. Wawancara pertama dilakukan bersama dengan Kepala Desa Banjaran yaitu Muhammad Ichmun dan juga Sekretaris Desa banjaran yakni Ibnu Rianto guna mendapat informasi secara global mengenai perajin dan kerajinan *gedeg* yang ada di Desa Banjaran. Selanjutnya, peneliti melakukan wawancara bersama dengan warga Banjaran yang merupakan perajin *gedeg* di Desa Banjaran diantaranya Misdirroh (50 Tahun), Nurhayanto (54 Tahun), dan juga Septo Winarno (28 Tahun) guna mendapat informasi yang lebih kompleks mengenai kerajinan bambu *gedeg* itu sendiri dan juga kerajinan bambu lain hasil inovasi dari perajin.

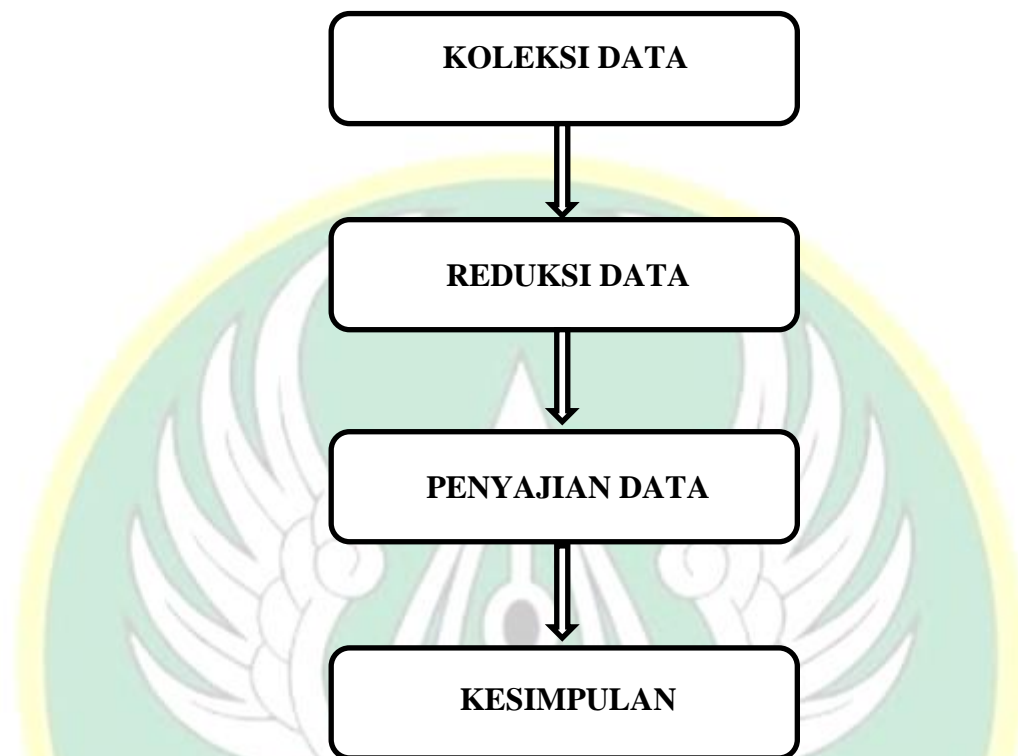
3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut (Sugiono, 2016) adalah suatu cara dalam teknik pengumpulan data dengan cara mencari data-data pendukung dalam bentuk catatan, gambar, karya-karya, surat kabar, laporan, cenderamata, dan lain sebagainya. Data yang dikumpulkan dalam teknik dokumentasi ini adalah berupa data terkait demografi Desa Banjaran dan hasil wawancara berserta foto hasil karya sebagai data pendukung.

F. Teknik Analisis Data

Pada dasarnya analisis data bertujuan untuk menyederhanakan data agar mudah dipahami. Menurut (Sugiono, 2016) terdapat beberapa tahapan dalam teknik analisis data. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa tahapan dalam analisis data penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas sehingga data yang diperoleh sudah jenuh.

Gambar 3.1
Tahapan Teknik Analisis Data



Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan tahapan dalam teknik analisis data. Penjelasan dari tahapan dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut;

1. Data *collection* (koleksi data), merupakan teknik analisis data di mana data tersebut didapatkan selama proses pengumpulan data dengan tidak melalui proses penyaringan.
2. Data *reduction* (pengolahan data), merupakan teknik analisis data dengan cara merangkum, menyaring data yang penting, dicari tema dan polanya, dan membuat kategori. Dengan adanya reduksi data tersebut akan memberikan gambaran yang lebih jelas.
3. Data *display* (penyajian data), merupakan teknik analisis data dengan cara menyajikan data ke dalam pola baik dalam bentuk narasi, bagan, maupun hubungan antar kategori dan lain sejenisnya. Dengan adanya penyajian data tersebut, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi,

merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan apa yang sudah difahami sebelumnya.

4. *Conclusions drawing* (penarikan kesimpulan), merupakan teknik analisis data dengan cara penarikan kesimpulan dari data yang ada namun dilihat kembali pada pengolahan data dan penyajian data agar menghasilkan kesimpulan yang kredibel.

G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Triangulasi. Triangulasi merupakan pemeriksaan keabsahan data dari berbagai sumber, berbagai cara, dan juga berbagai waktu (Sugiono, 2016). Terdapat tiga macam triangulasi, diantaranya sebagai berikut;

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan salah satu teknik dalam pengujian keabsahan data dengan mengecek data yang sudah diperoleh dengan melalui beberapa sumber (Sugiono, 2016).

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan salah satu teknik dalam pengujian keabsahan data dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda (Sugiono, 2016).

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu merupakan salah satu teknik dalam pengujian keabsahan data dengan melakukan pengecekan baik dengan wawancara, observasi, ataupun dengan teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda. Apabila ditemukan hasil data yang berbeda maka perlu dilakukan secara berulang-ulang sampai ditemukan kepastian data (Sugiono, 2016).

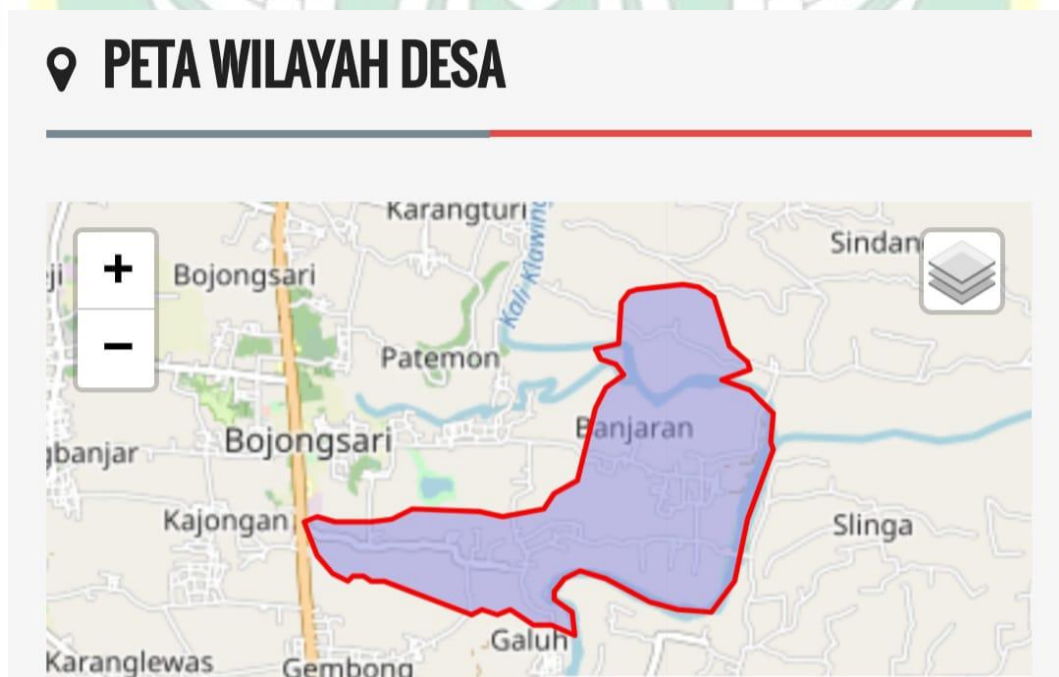
Dalam penelitian ini, jenis triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, karena dapat dilihat dari data yang akan diperoleh dihasilkan dari para perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran maupun pemerintahan Desa Banjaran yang dianggap dapat memberikan informasi.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum *Home Industry Gedeg* Desa Banjaran

Desa Banjaran merupakan salah satu desa dari 13 desa yang ada di Kecamatan bojongsari, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah dengan luas wilayah sebesar 327,99 Ha. Desa Banjaran terbagi menjadi empat dusun yaitu dusun banjaran, dusun tambangan, dusun sawangan, dan dusun limbuk. Batas wilayah di Desa Banjaran yaitu sebelah utara Desa Banjaran adalah Desa Onje Kecamatan Mrebet, sebelah timur terdapat Sungai Klawing, sebelah selatan merupakan Desa Galuh, dan sebelah barat Desa Banjaran merupakan Desa Patemon. Desa Banjaran terletak di tepi Kali Klawing, anak dari Sungai Serayu (Banjaran, 2016).

Gambar 4.1
Peta Wilayah Desa Banjaran



Sumber : sidesabanjaran.purbalinggakab.go.id

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Kecamatan Bojongsari Tahun 2023

Kabupaten/Kota : 33.03 PURBALINGGA					
Kecamatan : 33.03.14 BOJONGSARI					
KODE	WILAYAH	Pria	Wanita	Jumlah	
		Jumlah	Jumlah	Desa/Kel	%
3303142001	BROBOT	2,036	2,021	4,057	6.22
3303142002	GEMBONG	1,913	1,859	3,772	5.78
3303142003	GALUH	1,665	1,489	3,154	4.83
3303142004	BANJARAN	3,244	3,100	6,344	9.72
3303142005	PATEMON	2,346	2,212	4,558	6.99
3303142006	BOJONGSARI	3,276	3,132	6,408	9.82
3303142007	KAJONGAN	2,855	2,713	5,568	8.53
3303142008	KARANGBANJAR	2,288	2,203	4,491	6.88
3303142009	BEJI	2,047	2,006	4,053	6.21
3303142010	PAGEDANGAN	2,099	2,040	4,139	6.34
3303142011	PEKALONGAN	3,012	2,952	5,964	9.14
3303142012	METENGGENG	2,257	2,201	4,458	6.83
3303142013	BUMISARI	4,238	4,047	8,285	12.70
Jumlah		33,276	31,975	65,251	100

Sumber : data.purbalinggakab.go.id

Berdasarkan tabel diatas, Desa Banjaran memiliki jumlah penduduk terbanyak ketiga setelah Desa Bumisari dan Desa Bojongsari dalam tingkat kecamatan, yaitu sebanyak 9.72% dari total jumlah penduduk dalam satu Kecamatan Bojongsari atau sebanyak 6,344 jiwa dari 65,251 jiwa penduduk yang ada dalam Kecamatan Bojongsari. Jumlah penduduk Desa Banjaran didominasi oleh penduduk dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 3,244 jiwa, sedangkan jumlah penduduk Desa Banjaran dengan jenis kelamin perempuan

sebanyak 3,100 jiwa. Berdasarkan total keseluruhan dari jumlah penduduk yang ada di Desa Banjaran tersebut terdapat selisih antara penduduk dengan jenis kelamin laki-laki dengan penduduk yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 144 jiwa (Purbalingga, 2022).

Desa Banjaran dikenal sebagai desa wisata karena adanya destinasi wisata klawing sonten di bendungan Sungai Klawing. Status tersebut ditetapkan dalam surat keputusan Bupati Purbalingga yang diserahkan oleh Kepala Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Dinporapar) Purbalingga kepada Kepala Desa Banjaran (Dinkominfo, 2023). Dalam Pembangunan desa wisata yang ada di Desa Banjaran tersebut juga tetap mengedepankan ciri khas yang ada di Desa Banjaran yaitu dengan nuansa Bambu. Hal tersebut menjadi *icon* dari Desa Banjaran dan mampu menjadikan potensi akan pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Banjaran. Berdasarkan hasil observasi, untuk balai Desa Banjaran juga tetap terdapat sentuhan-sentuhan akan kerajinan bambu, seperti adanya nuansa *gedeg* di aula balai desa, adanya kerajinan bambu di ruang kepala desa, dan beberapa kerajinan bambu lain yang terpampang di sekitar balai desa. Hal itu menunjukkan bahwa Desa Banjaran identik akan kerajinan bambunya.

Kerajinan tangan dari bambu yang dibuat oleh perajin yang ada di Desa Banjaran merupakan salah satu wujud kreatifitas bagi masyarakat dengan memanfaatkan batang bambu yang memiliki sifat kuat dan juga fleksibel yang akan menghasilkan produk yang memiliki kebermanfaatan bagi kehidupan. Kerajinan tangan berupa anyaman bambu sudah dikenal sejak zaman dulu, para leluhur memanfaatkan kekayaan akan tanaman bambu dalam kehidupan sehari-hari. Dulu, bambu dimanfaatkan untuk membuat tempat tinggal, peralatan memasak, peralatan makan, bangunan, bahkan untuk senjata. Salah satu pemanfaatan akan tanaman bambu yang hingga sekarang masih ada adalah kerajinan anyaman. Kerajinan anyaman bambu di Indonesia cukup banyak jenisnya dan juga macamnya. Setiap daerah memiliki jenis anyaman bambu tersendiri sesuai kebudayaan yang ada pada daerah tersebut. Di Desa Banjaran juga memiliki ciri khasnya tersendiri sebagaimana dikatakan oleh sekretaris Desa Banjaran yakni Ibnu Rianto, beliau mengatakan :

“Ciri khas dari kerajinan *gedeg* yang diproduksi oleh masyarakat Desa Banjaran itu berupa seratan bambu yang lebih tipis” (Rianto, 2023).

Pada zaman dulu, mayoritas penduduk di Desa Banjaran merupakan perajin bambu salah satunya yaitu perajin kerajinan *gedeg*. Kerajinan *gedeg* ini merupakan salah satu warisan budaya yang sudah turun temurun di Desa Banjaran, sehingga sudah tidak asing lagi jika di sepanjang jalan raya banyak terdapat bambu yang dibelah tipis dijemur dan juga di halaman rumah banyak warga yang membuat akan kerajinan *gedeg* tersebut dan banyak gulungan kerajinan *gedeg* yang sudah selesai produksi. Hal tersebut sudah lumrah di Desa Banjaran. Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan Sekretaris Desa Banjaran yaitu Ibnu Rianto, beliau mengatakan:

“Kini jumlah perajin yang ada di Desa Banjaran kurang lebih ada 1/3 dari total penduduk yang ada di Desa Banjaran. Jumlah perajin anyaman bambu tersebut semakin berkurang karena adanya perkembangan zaman yang ditandai dengan munculnya barang pengganti seperti kalsiboard. Kerajinan *gedeg* mulai anjlok karena munculnya kalsiboard yang muncul kurang lebih pada tahun 2000 an. Hal tersebut menyebabkan permintaan akan kerajinan anyaman bambu *gedeg* sudah tidak sebanyak dulu, begitu mba” (Rianto, 2023).

Jenis bambu yang digunakan untuk membuat kerajinan bambu khususnya *gedeg* di Desa Banjaran adalah bambu dengan jenis tali dan juga wulung atau bambu hitam. Bahan baku yang digunakan untuk membuat kerajinan *gedeg* tersebut masih sangat terjangkau dan masih mudah untuk didapatkan karena ketersediaan bahan bakunya masih cukup melimpah di Desa Banjaran. Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan informan, mereka mengatakan bahwa selain memanfaatkan sumber daya bambu yang ada di Desa Banjaran, para perajin juga biasanya membeli bambu tersebut dari luar untuk memenuhi stok seperti dari Sidanegara, Bukateja, Banjarnegara, dan Kembaran dengan harga 25 ribu per bambu untuk jenis bambu wulung dan 15 ribu per bambu untuk jenis bambu tali (Nurhayanto, dkk, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan informan yakni Nurhayanto dan Misdiroh adapun tahapan-tahapan dalam pembuatan kerajinan *gedeg*, di antaranya adalah sebagai berikut (Nurhayanto dan Misdiroh, 2023):

- a. Siapkan bambu yang sudah tua dan tebal. Lalu dipotong pangkalnya kurang lebih 50 cm untuk menghilangkan bagian ruas bambu yang tidak beraturan.
- b. Batang bambu tersebut dipotong kembali dengan ukuran panjang yang sama, contohnya untuk membuat *gedeg* dengan ukuran 3x3 meter maka bambu tersebut dipotong dengan ukuran 3 meter.
- c. Lalu bambu diukur diameter dan tebal dindingnya terlebih dahulu sebelum dibelah.
- d. selanjutnya batang bambu dibelah lagi menjadi empat bagian, lalu dilakukan peliningan. Pelinginan yaitu bambu tersebut dibelah lagi menjadi beberapa bagian dengan ukuran yang sama.
- e. Setelah itu, dilakukan pengiratan, yang di mana bambu yang sudah dibelah itu lalu diirat setipis mungkin agar mudah untuk dianyam. Banyaknya bilah bambu tergantung dari besarnya diameter dari bambu yang dibelah. Biasanya satu bagian diirat menjadi enam sampai tujuh iratan.
- f. Kemudian setelah diirat tipis, iratan bambu tersebut dijemur dibawah sinar matahari sampai kering agar tidak lembab. Kendala yang dihadapi oleh para perajin *gedeg* adalah jika musim hujan, karena kerajinan bambu terutama *gedeg* mengandalkan pancaran sinar matahari untuk menghasilkan suatu kerajinan. Apabila bambu yang akan dibuat kerajinan tersebut tidak terkena sinar matahari maka akan berdampak kerajinan *gedeg* tersebut akan berjamur.
- g. Setelah kering, terlebih dahulu bilah bambu dirangkai atau disusun dengan cara dijejerkan terlebih dahulu sebelum dianyam. Lalu, dianyam secara manual sesuai dengan motif yang akan dibuat.
- h. Untuk motif anyaman, digunakan bagian luar bambu tali dengan warna putih alami atau menggunakan bagian luar dari bambu wulung untuk menghasilkan warna hitam alami.
- i. Setelah dianyam, kerajinan *gedeg* siap untuk dipasarkan.

Perajin *gedeg* memproduksi kerajinan *gedeg* tersebut memerlukan waktu beberapa hari tergantung tingkat kesulitan pada motif yang dibuat. Menurut misdirroh (50 Tahun) beliau mengatakan :

“Umumnya, untuk membuat *gedeg* polos memerlukan waktu selama 1 hari. Sedangkan untuk motif kembang memerlukan waktu kurang lebih 2-3 hari per lembarnya” (Misdiroh, 2023).

Setelah para perajin selesai memproduksi kerajinan *gedeg* tersebut, biasanya para pengepul atau pedagang mendatangi rumah dari para perajin *gedeg* untuk mengambil *gedeg* yang sudah jadi tersebut lalu didistribusikan hingga ke luar kota. Hal ini cukup membantu perajin, sebab perajin dan pengepul tersebut terjalin hubungan kerjasama untuk saling tolong menolong. Seperti dalam hal permodalan, terdapat hubungan timbal balik contohnya perajin kekurangan modal untuk membeli bahan baku maka si pengepul membantunya untuk membeli bahan baku yang dibutuhkan begitupun sebaliknya. Hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi islam yaitu ta'awun yang berarti saling tolong menolong antar sesama manusia (Astillah, 2020).

Permintaan yang cukup banyak di pasaran adalah *gedeg* dengan jenis polos dan juga batik kembang. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk para perajin menerima pesanan motif sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Sebagaimana wawancara dengan Nurhayanto (54 Tahun) sebagai perajin *gedeg* di Desa Banjaran:

“Biasanya *gedeg* tersebut digunakan untuk membuat warung dan juga rumah makan karena memiliki harga yang masih rendah dibandingkan dengan bahan bangunan yang modern dan juga memiliki ciri khas tersendiri” (Nurhayanto, 2023).

Permintaan akan kerajinan *gedeg* tersebut sudah cukup dikenal oleh masyarakat luar kota, sebagaimana hasil wawancara bersama dengan pengepul *gedeg* yakni Nurhayanto, beliau mengatakan :

“Permintaan *gedeg* ini cukup banyak dari luar kota seperti Bogor, Pangandaran, Cilacap, Purwokerto, Kediri, Tasik, Ciamis, dan juga Banjar Patroman. Kalau dalam kota Purbalingga juga masih cukup banyak yang memesan” (Nurhayanto, 2023).

Menurut salah satu perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran yaitu Misdiroh (50 Tahun), beliau mengatakan:

“Untuk permintaannya ada yang dari dalam kota tapi juga banyak yang dari luar kota. Dulu sempat ada pembeli asal purwokerto yang ingin memesan

gedeg untuk interior rumahnya, beliau ingin dinding rumahnya ada lapisan dari kerajinan *gedeg* agar unik dan ada sisi keindahannya” (Misdiroh, 2023).

Media promosi yang digunakan oleh para perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran yaitu ada dua berupa media online maupun offline. Untuk media online, para perajin melakukan promosi melalui WhatsApp dan juga melalui Facebook. Sedangkan untuk media offlinenya, para perajin melakukannya dengan berjualan keliling dengan sepeda, dan tidak sedikit juga konsumen yang datang langsung ke Desa Banjaran untuk membeli kerajinan *gedeg* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan Misdiroh (50 Tahun), Nurhayanto (54 Tahun), dan Septo Winarno (28 Tahun), dapat disimpulkan bahwa untuk harga kerajinan *gedeg* yang dibuat oleh para perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran dijual dengan harga sebagai berikut;

Tabel 4.2
Daftar Harga Kerajinan *Gedeg*

	Polos	Motif
Harga dari perajin	Rp. 10.000 – 20.000 (per meter)	Rp. 30.000 – 50.000 (per meter)
Harga dari Pengepul	Rp. 14.000 – 24.000 (per meter)	Rp. 50.000 – 70.000 (per meter)

Harga tersebut berbeda sesuai dengan kualitas pada iratannya. Semakin kecil iratannya maka semakin mahal harganya.

Volume penjualan dari perajin kerajinan bambu *gedeg* yakni berbeda antara perajin yang memasarkan produknya sendiri dengan perajin yang juga menjadi pengepul. Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan Misdiroh selaku perajin yang memasarkan produknya sendiri, beliau mengatakan :

“Sebenarnya saya tidak terlalu memperhatikan untuk volume penjualan mba, karena tidak menentu. Tapi biasanya rata-rata dalam setiap bulannya saya memproduksi 25 buah *gedeg*. Jadi konsep saya itu dalam sehari memproduksi 2 lembar *gedeg* dengan ukuran standar 2x2.5. kemudian setelah 1 minggu

produksi kira-kira terkumpul ada 12 lembar kemudian saya berhenti produksi dan memulai untuk memasarkannya. Setelah produk habis saya kembali untuk produksi. Jadi dalam sebulan saya bisa memproduksi kurang lebih ada 25 lembar, kecuali ada permintaan pesanan. Sehingga kalau dirupiahkan bisa mencapai Rp. 1.250.000,- setiap bulannya. Namun itu tidak bisa buat patokan mba, kadang bisa kurang kadang bisa lebih. Jadi untuk volume penjualannya ya hampir sama dalam setiap bulannya paling selisih sedikit tergantung banyaknya produk yang terjual. Itu aja udah Alhamdulillah mba setidaknya kerajinan *gedeg* ini masih tetap laku dan ya bisa bertahan keberadaannya” (Misdirroh, 2023).

Sedangkan hasil wawancara bersama dengan Nurhayanto yang di mana beliau merupakan salah satu perajin yang juga menjadi pengepul *gedeg* yang ada di Desa Banjaran, mengenai volume penjualan beliau mengatakan :

“Untuk volume penjualan saya tidak ada data rinci dalam setiap bulan mba, karena tidak saya bukukan untuk hasil penjualannya. Untuk penjualan itu tergantung pesanan dari konsumen dan juga permintaan pelanggan. Rata-rata dalam setiap bulan itu mencapai 50 sampai 100 lembar *gedeg* mba. Memang sekarang untuk permintaan terbanyak itu yang motif kembang ini mba, ya Alhamdulillah ada sedikit peningkatan walaupun belum banyak setidaknya usaha kerajinan *gedeg* ini tetap bertahan mba dan permintaannya konsisten saja udah Alhamdulillah. Paling kalau dikira-kira penghasilannya itu paling rendah 3.500.000 dan yang paling banyak ya 16.000.000 mba, dan kini konsisten setiap bulannya. Jadi adanya diversifikasi pada motif memang cukup berpengaruh mba terhadap permintaan *gedeg* di pasar” (Nurhayanto, 2023).

B. Strategi Perajin *Gedeg* Desa Banjaran dalam mempertahankan *Home Industry* Melalui Diversifikasi Produk

Dalam menjalankan suatu usaha diperlukan sebuah strategi untuk menemukan peluang dalam bisnis. Salah satu strategi yang dilakukan oleh perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran yaitu dengan strategi diversifikasi produk. Strategi diversifikasi produk digunakan untuk menarik konsumen dengan cara penganekaragaman produk yang ditawarkan kepada konsumen. Strategi yang diterapkan oleh perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga dalam mempertahankan eksistensi atau keberadaan akan *home industry gedeg* yaitu berupa strategi diversifikasi konsentris. Strategi diversifikasi konsentris yaitu suatu strategi dalam diversifikasi produk di mana produk baru yang dikenalkan mempunyai hubungan atau

keterkaitan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk-produk yang sudah ada sebelumnya (Tjiptono, 2015). Strategi diversifikasi ini merupakan strategi dalam pengembangan produk dengan cara memperbanyak variasi akan motif pada *gedeg* dan juga menciptakan produk baru. Produk baru yang diproduksi tersebut masih ada hubungannya dengan produk sebelumnya baik dalam hal pemasaran, bahan baku, maupun teknologi yang digunakan untuk memproduksi produk tersebut. Dalam hal pemasaran, sasaran akan produk tersebut yaitu pada outlet kerajinan dan juga masyarakat yang menggunakan produknya untuk digunakan sendiri. Dalam sisi penggunaan bahan baku masih sama yaitu menggunakan bambu jenis tali dan juga wulung. Sedangkan untuk teknologi yang digunakan untuk memproduksi produk masih sama yaitu menggunakan cara tradisional atau manual. Oleh sebab itu, jenis strategi diversifikasi lain seperti strategi diversifikasi horizontal dan juga konsentris kurang tepat diterapkan pada *home industry* yang ada di Desa Banjaran karena kedua jenis strategi tersebut memiliki pengertian bahwa produk baru yang diciptakan tidak saling berkaitan dengan produk yang sudah ada sebelumnya. Sedangkan produk baru yang dihasilkan oleh perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran masih memiliki keterkaitan dengan produk yang sudah ada sebelumnya.

Strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga yaitu dengan memperbanyak motif dari *gedeg* dan juga menciptakan produk berupa kerajinan yang unik seperti pembuatan lukis dari bambu baik dengan teknik bakar (pyrografi) maupun dengan teknik ukir dan juga kerajinan lain. Berikut produk yang dihasilkan oleh perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga.

Tabel 4.3
Macam-macam Produk

No.	Macam-macam produk	Keterangan
1.	<i>Gedeg</i> motif polos	Jenis <i>gedeg</i> polos ini merupakan motif yang sudah familiar dari dulu. Jenis ini terdiri dari 2 jenis yaitu polos langkah dua dan polos langkah tiga. Jenis ini memiliki motif yang sama, hanya berbeda dalam jumlah langkah iratan bambu dalam penganyaman. <i>Gedeg</i> motif polos ini hanya menggunakan satu jenis bambu yaitu bambu tali.
2.	<i>Gedeg</i> motif batik kembang	Jenis ini dinamakan batik kembang karena bentuknya menyerupai bunga dengan penggunaan 2 jenis bambu yaitu bambu wulung dan bambu tali.
3.	<i>Gedeg</i> motif wajikan	Jenis ini dinamakan motif wajikan karena bentuknya menyerupai wajik yang umumnya berbentuk belah ketupat dan menggunakan 2 jenis bambu yaitu bambu wulung dan bambu tali.
4.	<i>Gedeg</i> motif luster	Jenis ini dinamakan motif luster karena bentuknya menyerupai luster atau lubang ventilasi dan menggunakan 2 jenis bambu yaitu bambu wulung dan bambu tali..
5.	Kerajinan berbentuk merak	Kerajinan ini merupakan salah satu hasil inovasi dari perajin <i>gedeg</i> dengan terdapat sentuhan-sentuhan anyaman bambu.
6.	lukis bambu teknik bakar	Lukis bambu ini merupakan salah satu hasil

	(pyrografi)	inovasi dan kreatifitas dari salah satu perajin <i>gedeg</i> dimana produk ini dibuat dengan teknik bakar.
7.	Lukis bambu teknik ukir	Lukis bambu ini merupakan salah satu hasil inovasi dan kreatifitas dari salah satu perajin <i>gedeg</i> dimana produk ini dibuat dengan teknik ukir.

Berdasarkan keterangan diatas, berikut merupakan bentuk gambar dari berbagai macam yang sudah dipaparkan:

Gambar 4.2

***Gedeg* Motif Polos Langkah dua**



Gambar 4.3

***Gedeg* Motif Polos Langkah tiga**



Gambar 4.4

***Gedeg* Motif Batik Kembang**



Gambar 4.5
Gedeg Motif Wajikan



Gambar 4.6
Gedeg Motif Luster



Gambar 4.7
Kerajinan Berbentuk Merak



Gambar 4.8
Lukis Bambu Teknik Bakar (Pyrografi)



Gambar 4.9
Lukis Bambu Teknik Ukir



Selain motif-motif yang ada tersebut, perajin *gedeg* juga menerima pesanan sesuai dengan keinginan konsumen. Berikut contoh hasil dari pesanan tersebut:

Gambar 4.10
***Gedeg* motif kombinasi**



Beberapa macam produk yang dihasilkan oleh perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga tersebut merupakan hasil dari inovasi dan kreativitas yang dimiliki oleh perajin *gedeg*. Keragaman produk yang dihasilkan oleh perajin *gedeg* di Desa Banjaran akan terus bertambah dan berkembang sesuai dengan permintaan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara kepada Nurhayanto, beliau mengatakan:

“Asal mula motif-motif yang terbentuk tersebut berasal dari imajinasi perajin. Teknik dalam membuat *gedeg* itu sebenarnya sama saja, kita hanya perlu untuk mencoba menciptakan motif baru agar keberadaan *gedeg* masih tetap bertahan” (Nurhayanto, 2023).

Strategi diversifikasi tersebut dilakukan agar mampu menarik kembali daya tarik konsumen akan kerajinan bambu salah satunya adalah *gedeg*. Penganeragaman produk yang merupakan bagian dari strategi diversifikasi produk ini sangat perlu dilakukan untuk mengantisipasi kejenuhan akan suatu produk. Konsumen akan lebih tertarik jika produk yang ditawarkan memiliki macam yang beraneka ragam. Dengan menambah motif-motif unik dan beberapa kerajinan lain diharapkan mampu menarik konsumen sehingga eksistensi akan kerajinan bambu dan juga *gedeg* yang sudah diproduksi oleh perajin yang ada di Desa Banjaran masih dapat dipertahankan.

Dalam dunia usaha, pengembangan akan suatu produk perlu dilakukan guna menjaga eksistensi dan produktivitas pada suatu usaha. Suatu perusahaan yang dalam hal ini *home industry gedeg* harus pintar dalam mencari strategi apa yang kedepannya mampu memberikan efektivitas terhadap proses produksi. Selain itu, tidak mudah untuk menjaga konsumen agar tetap loyal terhadap produk yang telah diproduksi. Sehingga diperlukan suatu strategi yang tepat dalam menjaga eksistensi pada suatu usaha.

Berdasarkan teori Tjiptono dan Chandra (2017), indikator dalam diversifikasi produk diantaranya membuat produk bertahan lebih lama, produk yang siap untuk dikonsumsi, sesuai dengan apa yang konsumen butuhkan dan diharapkan, menjadi nilai tambah dan mampu meningkatkan pendapatan (Siswati et al., 2022). *Home industry* dari perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran berupaya untuk menciptakan strategi diversifikasi produk agar eksistensi *Home industry*

dari perajin *gedeg* dapat dipertahankan di tengah perkembangan zaman yang cukup pesat. Hasil dari strategi diversifikasi tersebut menghasilkan produk yang mampu bertahan keberadaannya lebih lama lagi, produk yang dihasilkan sudah siap untuk digunakan sesuai dengan ukuran yang diinginkan konsumen, produk sesuai dengan keinginan dan permintaan dari konsumen sehingga konsumen merasa puas akan produk tersebut, serta menjadi nilai tambah karena semakin unik dan ragam motif yang dihasilkan maka semakin tinggi pula pendapatan yang dihasilkan oleh perajin *gedeg*, karena berdasarkan hasil dari wawancara kepada beberapa perajin, mereka menyatakan bahwa semakin kecil iratannya dan juga adanya penggunaan dua jenis bambu untuk menciptakan suatu motif maka harga dari *gedeg* tersebut juga akan semakin tinggi dibandingkan *gedeg* dengan motif polos.

Kreatifitas yang dimiliki oleh perajin *gedeg* di Desa Banjaran menghasilkan sebuah inovasi agar kerajinan bambu yang ada di Desa Banjaran tetap eksis di tengah perkembangan zaman yang semakin modern. Salah satu pemuda yang ada di Desa Banjaran yakni Septo Winarno (28 Tahun) memanfaatkan sumber daya bambu yang cukup melimpah dengan menciptakan produk berupa lukis bambu yang beliau beri nama mustika bambu. Septo merupakan salah satu perajin *gedeg* yang menciptakan ide barunya yaitu dengan membuat lukis bambu. Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan Septo Winarno (28 Tahun) mengenai sejarah dalam memulai untuk terjun sebagai perajin bambu, beliau mengatakan :

“Pertama kali saya terjun untuk menjadi perajin bambu yaitu pada tahun 2012, dimana saya ikut membantu orang tua untuk membuat kerajinan *gedeg*. Namun, kerajinan *gedeg* sudah semakin menurun permintaannya. Oleh karena itu saya mencari ide agar penggunaan bambu lebih memiliki nilai ekonomis yaitu dengan membuat kerajinan berupa lukis bambu. Saya ingin membuat produk yang berbeda dari warga yang lain namun tetap menggunakan bahan baku dari bambu. Sehingga pada tahun 2019 tepatnya di bulan oktober saya memulai usaha lukis bambu ini dan saya namai dengan nama mustika bambu. Terdapat beberapa produk yang saya buat diantaranya lukis bambu teknik bakar atau bisa disebut dengan pyrografi, dan juga teknik ukir. Untuk teknik ukir dimulai pada tahun 2019, sedangkan teknik bakar dibuka baru-baru ini yaitu tahun 2022. Sedangkan usaha kerajinan *gedeg* masih diteruskan oleh

orang tua saya hingga sekarang, karena ya Desa Banjaran sudah lama terkenal akan kerajinan bambunya terutama kerajinan *gedeg* itu” (Winarno, 2023).

Bahan baku yang digunakan untuk membuat kerajinan lukis bambu tersebut yaitu bambu wulung atau bambu hitam dengan proses pengerjaannya kurang lebih memakan waktu dua hari tergantung tingkat kerumitannya. Lukis bambu yang dibuat oleh Septo tersebut dijual dengan harga beragam tergantung tingkat kesulitan dan juga ukurannya. Media promosi yang digunakan oleh Septo untuk mengenalkan produk baru tersebut yaitu dengan menawarkan melalui media sosial seperti whatsapp, facebook, shopee, dan juga tiktok. Kini pemasaran untuk produk lukis bambu ini sudah sampai ke Kalimantan, Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan juga Sumatra.

Berikut daftar harga untuk produk lukis bambu “Mustika Bambu” karya Septo Winarno;

Tabel 4.4
Daftar Harga Lukis Bambu

Teknik	Ukuran	Harga
Teknik Ukir	30x25 cm	160.000,- (1 wajah)
	40x30 cm	175.000,- (1 wajah)
	50x40 cm	250.000,- (1-2 wajah)
	60x50 cm	350.000,- (1-2 wajah)
	70x50 cm	400.000,- (1-3 wajah)
Teknik Bakar (Pyrografi)	30x25 cm	150.000,- (1 wajah)
	40x30 cm	165.000,- (1 wajah)
	50x40 cm	200.000,- (1-2 wajah)
	60x50 cm	250.000,- (1-2 wajah)
	70x50 cm	350.000,- (1-3 wajah)

Sumber : hasil wawancara dengan perajin lukis bambu

Volume penjualan untuk produk hasil diversifikasi yakni lukis bambu yang diciptakan oleh salah satu perajin *gedeg* yaitu Septo Winarno, beliau mengatakan:

“Dalam beberapa bulan di tahun 2023 ini permintaan pesanan Alhamdulillah cukup meningkat mba. Dalam setiap bulan pesanan untuk lukis bambu ini mencapai 10 sampai 20 pesanan, dibandingkan pada tahun 2022 itu untuk jumlah pesanan masih di bawah 10 pesanan. Pesanan terbanyak di tahun 2023 ada di bulan Juli kemarin mencapai 20 pesanan mba. Untuk yang teknik ukir itu paling laris di ukuran 40x30 cm sedangkan untuk teknik bakar paling laris di ukuran 30x25 cm. Tapi untuk rincian penjualan setiap bulannya saya tidak ada pencatatan mba, yang saya ingat hanya jumlah pesannya saja. Kalau di kira-kira penghasilan setiap bulan pada tahun 2023 untuk usaha lukis bambu ini antara Rp. 1.500.000 sampai Rp. 3.000.000” (Winarno, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara kepada Kepala Desa Banjaran yaitu Muhamad Ichmun menyatakan bahwa :

“Warga yang ada di Desa Banjaran itu sangat kreatif mba, mereka mampu memanfaatkan sumber daya bambu yang cukup melimpah. Sejak dulu sudah terkenal akan anyaman bambu *gedeg* nya, jadi jangan heran kalau di sepanjang jalan banyak warga yang membuat *gedeg*. Lalu masyarakat berinovasi untuk membuat kerajinan lain dari bambu seperti dibentuk suatu kerajinan yang unik dan juga adanya lukis bambu ini” (Ichmun, 2023).

Dalam penerapannya, strategi diversifikasi produk diperlukan adanya kemampuan kreativitas dan juga inovasi dari pelaku usaha untuk menciptakan produk yang berbeda. Kemampuan kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan pada pengembangan suatu usaha. Dengan dimilikinya kemampuan kreativitas dan inovasi ini diharapkan mampu menciptakan suatu produk yang berkualitas. Adanya persaingan yang cukup ketat saat ini mendorong pelaku usaha untuk memiliki tingkat kreativitas dan inovasi yang tinggi. Kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk sangat penting karena akan meningkatkan nilai guna pada suatu produk yang ditawarkan. Perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran dituntut untuk selalu berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya. Hal tersebut dikarenakan adanya permintaan, kebutuhan, dan juga keinginan dari konsumen yang beragam. Terdapat beberapa tujuan dari adanya kreativitas dan juga inovasi dalam diversifikasi produk pada *home industry gedeg* di antaranya;

1. Meningkatkan kualitas

Dengan adanya inovasi yang baru maka diharapkan mampu menjadikan produk-produk tersebut memiliki sisi keunggulan tersendiri dan juga manfaat yang bernilai lebih daripada produk yang sudah ada sebelumnya. Oleh karena itu, adanya sebuah kreativitas dan inovasi mampu meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Pada *home industry gedeg*, para perajin berinovasi untuk menciptakan produk *gedeg* yang memiliki berbagai motif unik sesuai keinginan konsumen dan juga menciptakan produk kerajinan bambu lain yang dengan ini diharapkan mampu mempertahankan keberadaan akan *home industry* dari perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran. Terciptanya produk-produk tersebut tentunya memiliki kualitas lebih tinggi dibandingkan produk yang sudah ada sebelumnya, salah satunya yaitu dilihat dari sisi keindahannya. Hal tersebut dapat memberikan manfaat yang lebih, karena selain terciptanya sisi keindahan yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen juga dapat memberikan keuntungan lebih pada perajin sebab semakin tinggi kualitas akan suatu produk maka semakin tinggi juga harga dari produk tersebut. Sebagaimana hasil wawancara bersama dengan informan yakni Nurhayanto, beliau mengatakan bahwa :

“Harga dari *gedeg* itu tergantung pada kualitas iratannya. Semakin kecil dan tipis iratannya maka harga yang dikenakan juga semakin tinggi” (Nurhayanto, 2023).

Hal tersebut didukung oleh pernyataan dari sekretaris Desa Banjaran yakni Ibnu Rianto, beliau mengatakan :

“Ciri khas dari kerajinan *gedeg* yang diproduksi oleh masyarakat Desa Banjaran itu berupa seratan bambu yang lebih tipis” (Rianto, 2023).

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kualitas yang ada pada kerajinan *gedeg* di Desa Banjaran itu dengan kualitas pada hasil iratannya. Semakin tipis hasil iratannya maka harga dari *gedeg* tersebut semakin tinggi. Selain pada hasil iratannya, kualitas produk ditandai dengan tingkat kesulitan pada produk yang dibuat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Misdiroh, beliau mengatakan:

“Semakin sulit motif *gedeg* yang diinginkan konsumen maka harganya juga semakin tinggi” (Misdirih, 2023).

Selain itu, untuk produk hasil diversifikasi berupa lukis bambu, dari perajin yakni Septo Winarno beliau mengatakan :

“Untuk harga itu tergantung tingkat kesulitannya mba, kalau misal ada pesanan dengan jumlah wajah banyak contohnya dalam satu keluarga seperti itu ya harganya berbeda dari daftar harga yang sudah ditentukan, jadi ya semakin tinggi tingkat kesulitannya maka semakin tinggi juga harganya. Seni itu memang mahal mba karena butuh ketelitian dan juga kreativitas yang tinggi” (Winarno, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas akan suatu produk maka semakin tinggi pula harga yang dikenakan. Dengan adanya peningkatan kualitas pada produk hasil diversifikasi tersebut diharapkan mampu memberikan keuntungan lebih di tengah perkembangan zaman yang cukup pesat.

2. Memperluas pasar baru

Dengan adanya kreativitas dan inovasi untuk menciptakan suatu produk yang lebih bernilai tinggi, maka perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran akan menciptakan pasar baru di masyarakat. Salah satunya yaitu hasil inovasi dari perajin Septo yang membuat kerajinan berupa lukis bambu yang dimana baru ada satu perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran yang membuat produk tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan perajin lukis bambu yakni Septo Winarno, beliau mengatakan:

“Saya terinspirasi untuk membuat produk lukis bambu ini dari bahan baku utama kerajinan dari desa kami. Saya membuat kreasi baru yang dimana mampu menciptakan nilai tambah yang baik dan saya ingin membuat suatu produk yang berbeda dengan warga yang lain” (Winarno, 2023).

Hal tersebut tentunya mampu memperluas pasar baru yang diharapkan mampu mempertahankan eksistensi dari *home industry* kerajinan bambu yang ada di Desa Banjaran.

Selain itu, adanya pengembangan produk berupa ragam motif hasil penganyaman dua jenis bambu pada *gedeg* juga tentunya mampu memperluas pasar baru sehingga eksistensi dari *home industry gedeg* tetap dapat dipertahankan. Dengan adanya perkembangan pada motif *gedeg*, kini penggunaan *gedeg* sudah cukup banyak dijumpai pada rumah makan dengan nuansa pedesaan yang klasik. Sebagaimana hasil wawancara bersama dengan Nurhayanto, beliau mengatakan:

“Biasanya *gedeg* tersebut digunakan untuk membuat warung dan juga rumah makan. Bahkan kini cukup banyak rumah makan yang dibangun dengan nuansa tradisional ya mba seperti rumah makan di pinggir kali itu kan lebih banyak menggunakan bahan baku dari bambu dan gazebo-gazebo dengan sentuhan *gedeg* motif” (Nurhayanto, 2023).

3. Memperluas jangkauan produk

Home industry gedeg memperluas jangkauan produknya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada yang tentunya mudah diakses oleh konsumen. Penggunaan sosial media untuk media promosi sangat membantu para perajin untuk menawarkan berbagai produknya sehingga produk-produk tersebut mampu dikenal oleh masyarakat secara luas. Sebagaimana hasil wawancara bersama dengan perajin lukis bambu, beliau mengatakan:

“Alhamdulillah untuk hasil diversifikasi produk ini, banyak konsumen yang tertarik mba. Untuk produk lukis bambu ini sudah dijangkau sampai luar jawa mba seperti Sumatra dan kalimantan” (Winarno, 2023).

C. Upaya Mempertahankan Eksistensi *Home Industry* Perajin *Gedeg* di Desa Banjaran Melalui Diversifikasi Produk dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Faktor pendorong dalam mempertahankan eksistensi *home industry gedeg* di Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga diantaranya sebagai berikut;

1. Faktor lokasi

Desa Banjaran merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga yang memiliki sumber daya bambu yang

cukup melimpah. Tersedianya sumber daya alam berupa bambu tersebut menjadi anugerah tersendiri bagi perajin yang ada di Desa Banjaran, bahkan tidak sedikit masyarakat yang hanya mengandalkan profesi sebagai perajin untuk menghidupi keluarganya.

Desa Banjaran dikenal sebagai desa penghasil kerajinan bambu salah satunya *gedeg*. Oleh karena itu, sudah tidak asing lagi jika di sepanjang jalan Desa Banjaran cukup banyak belahan bambu yang dijemur di mana belahan bambu tersebut nantinya akan digunakan untuk membuat kerajinan *gedeg*. Selain itu, di teras rumah warga juga banyak gulungan-gulungan *gedeg* yang sudah selesai produksi. Hal itu sudah menjadi hal lumrah di Desa banjaran. Hasil produksi *gedeg* tersebut ada yang dipasarkan dengan berjualan menggunakan sepeda, ada yang dipasarkan melalui media online, ada pula konsumen yang datang langsung ke Desa Banjaran. Konsumen yang memilih untuk membeli langsung di tempat perajin karena harganya yang lebih terjangkau dan bisa pesan sesuai dengan yang diinginkan baik dari segi ukuran maupun pada motif yang diinginkan. Oleh sebab itu, untuk lokasi perdagangan *gedeg* yang dilakukan oleh masyarakat Desa Banjaran cakupannya cukup luas baik dari dalam daerah maupun dari luar daerah Desa banjaran Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga.

2. Faktor harga

Perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran menetapkan harga jual produknya sesuai dengan jenis produk yang dibuat, kerumitan dari produk yang dibuat serta ukuran dari produk tersebut. Harga *gedeg* dengan motif polos memiliki harga lebih rendah dibandingkan dengan motif *gedeg* lainnya, hal tersebut berdasarkan bahan baku yang digunakan. Jika motif polos hanya menggunakan satu jenis bambu saja, sedangkan motif lain menggunakan dua jenis bambu. Kerumitan dari produk yang dipesan juga mempengaruhi tingkatan harga. Semakin rumit produk yang diinginkan konsumen maka semakin tinggi harganya. Selain itu, jika dilihat dari sisi ukuran, harga dipengaruhi juga oleh ukuran yang diinginkan konsumen. Untuk ukuran standar dari *gedeg* itu sebesar 2x2.5 meter. Semakin kecil iratannya maka semakin mahal harganya. Sedangkan untuk harga kerajinan bambu berupa lukis bambu ditentukan tergantung kerumitan dari

gambar yang dipesan oleh konsumen. Harga yang ditentukan oleh para perajin tersebut sudah cukup terjangkau, sebab untuk harga *gedeg* di luar Desa Banjaran lebih tinggi dibandingkan dengan harga langsung dari perajinnya.

3. Faktor kualitas dan keragaman produk

Kualitas dan keragaman produk sangat berpengaruh pada nilai jual di pasaran. Perajin *home industry gedeg* selalu mengutamakan kualitas akan produk yang dibuat. Hal tersebut dimulai dari memastikan agar bambu yang akan dibuat kerajinan benar-benar kering sehingga terhindar dari timbulnya jamur, lalu tetap konsisten pada ciri khas iratannya yang tipis. di samping itu kemampuan menyesuaikan pesanan yang diminta oleh konsumen dan dibuat semaksimal mungkin, hal itu dilakukan guna membangun kepercayaan konsumen agar produknya dapat dipercaya.

Masyarakat Desa Banjaran dari generasi ke generasi sudah cukup banyak kemajuan dan pembaharuan. Dulu untuk motif *gedeg* familiar dengan motif polosnya yaitu dengan menggunakan satu jenis bambu saja, namun kini sudah ada kemajuan yaitu dengan penggunaan dua jenis bambu yang dapat menciptakan suatu motif yang unik di mana hal tersebut dilakukan agar konsumen tidak merasa bosan akan produk *gedeg* apalagi dengan adanya perkembangan zaman seperti sekarang di mana penggunaan *gedeg* sebagai bahan bangunan sudah digantikan oleh bahan bangunan yang permanen seperti kalsiboard. Dengan adanya diversifikasi produk berupa macam jenis pada *gedeg* tersebut berpengaruh pada harga jual yang ditawarkan. Disamping itu, adanya terobosan baru dari salah satu perajin *gedeg* agar kerajinan bambu yang ada di desa Banjaran tetap eksis yaitu dengan menciptakan produk baru berupa lukis bambu. Penciptaan produk baru tersebut merupakan salah satu bentuk strategi diversifikasi agar kerajinan dari bambu tetap diminati oleh banyak orang. Kualitas dan keragaman produk adalah salah satu kunci utama untuk mencapai kedudukan produk, nilai jual produk, dan juga pada tingkat eksistensi suatu produk.

4. Faktor kepuasan konsumen

Strategi diversifikasi produk yang perajin terapkan cukup memberikan dampak yang baik. Ragamnya motif pada *gedeg* dan adanya kerajinan bambu lain

mampu menarik perhatian konsumen dan terciptanya rasa puas tersendiri bagi konsumen dalam membeli produk yang diinginkan. Disamping itu, konsumen juga bisa melakukan pesanan khusus terhadap barang yang diinginkan.

5. Faktor loyalitas pelanggan

Loyalitas yaitu suatu sikap menyukai pada suatu produk dengan ditandai pada pembelian yang konsisten dan berkelanjutan (Astillah, 2020). Loyalitas pelanggan ditandai dengan adanya pembelian secara berulang oleh beberapa konsumen. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kesesuaian antara harapan pelanggan dengan realita yang mereka dapatkan terhadap suatu produk, adanya kepercayaan di setiap konsumen terhadap produk yang dibuat, adanya kemudahan yang pelanggan rasakan sehingga pelanggan merasa nyaman untuk melakukan transaksi jual beli. Berdasarkan beberapa faktor tersebut, loyalitas pelanggan pada *home industry gedeg* ditandai dengan konsumen yang melakukan pembelian secara teratur dan sudah menjadi pelanggan setia. Kini setiap pengepul yang juga merupakan perajin telah memiliki pasar masing-masing. Mereka memiliki pembeli tetap yang setiap waktu akan mengambil produk yang telah dibuat tersebut dan yang selanjutnya akan di pasarkan kembali.

Upaya yang dilakukan oleh perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran dalam mempertahankan eksistensi didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi syariah, diantaranya yaitu;

1. Tauhid (keimanan)

Tauhid berarti keyakinan yang ada dalam hati seseorang bahwa segala sesuatu yang ada pada muka bumi merupakan ciptaan Allah SWT dan sifatnya sementara. Pada dasarnya segala usaha yang kita lakukan tidak bisa terlepas dari ibadah kita kepada Allah SWT. Secara etimologi, tauhid adalah mengesakan, yang dimana dalam hal ini yaitu mengesakan Allah SWT (Astillah, 2020). Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dalam Islam segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Segala kegiatan manusia dalam hubungannya dengan alam dan manusia dibingkai dengan kerangka hubungan kepada Allah, hal tersebut karena manusia akan mempertanggungjawabkan segala

perbuatannya termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis (Karim, 2002). Perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran percaya bahwa adanya sumber daya bambu yang melimpah di Desa Banjaran merupakan salah satu sumber pintu rezeki bagi masyarakat Desa Banjaran dan mereka juga percaya bahwa segala sesuatu yang diberikan oleh Allah SWT hanyalah titipan yang bersifat sementara. Oleh karena itu berdasarkan hasil wawancara bahwa dari para perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran memanfaatkan kekayaan bambu yang ada dengan sebaik mungkin.

Faktor lokasi yang merupakan faktor pendorong dalam eksistensi *home industry gedeg* di Desa Banjaran menjadi modal utama bagi perajin, hal tersebut dikarenakan Desa Banjaran mempunyai sumber daya bambu yang Allah SWT anugerahkan kepada masyarakat Desa Banjaran yang dimana bambu tersebut menjadi bahan utama dalam pembuatan kerajinan-kerajinan yang ada di Desa Banjaran utamanya yaitu *gedeg*. Sumber daya bambu yang ada tersebut menjadi salah satu anugerah yang patut disyukuri oleh masyarakat Desa Banjaran khususnya bagi perajin yang semata-mata hanya mengandalkan profesi sebagai perajin bambu.

Dalam Islam dijelaskan bahwa setiap manusia diharuskan untuk melaksanakan suatu pekerjaan atau usaha untuk memenuhi kebutuhan dalam hidupnya. Sebagaimana dalam firman Allah QS. At-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ, وَالْمُؤْمِنُونَ . وَسُرِّدُونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا

كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya :

Dan katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (QS. At-Taubah : 105).

Pada dasarnya setiap manusia bekerja untuk hidupnya selalu mengharapkan keridhaan dari Allah SWT dalam setiap apa yang dikerjakannya.

Oleh karena itu, prinsip tauhid dalam pengelolaan *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran sudah dilakukan dengan sadar bahwa doa dan usaha dalam melaksanakan suatu pekerjaan adalah hal yang sudah sepantasnya dilakukan. Selain itu, dalam melaksanakan suatu pekerjaan, setiap perajin yang ada di Desa Banjaran harus memiliki kesabaran dan menyerahkan segalanya kepada Allah SWT karena segala sesuatu yang terjadi adalah atas izin dari yang maha kuasa.

2. 'Adl (keadilan)

Keadilan dapat diartikan sebagai suatu keadaan di mana adanya perlakuan yang sama baik di mata hukum, hak konvensasi, hak hidup yang layak, serta hak dalam menikmati pembangunan. Perlakuan yang sama disini berarti adanya perlakuan yang sesuai dengan porsinya. Dalam ekonomi Islam keadilan didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak mendzolimi dan tidak didzolimi, di mana sebagai pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi apabila hal tersebut dapat merugikan orang lain dan juga merusak alam. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia. Hal tersebut agar semua mendapat manfaat dari padanya secara adil dan baik (Karim, 2002). Dalam bidang usaha, keadilan mampu menciptakan pemerataan dan juga kesejahteraan. Oleh karena itu, sebaiknya harta berputar secara adil, tidak hanya pada segelintir orang-orang yang kaya saja namun juga bagi mereka yang membutuhkan. Berdasarkan hasil observasi, bahwa penerapan keadilan yang ada pada *home industry gedeg* ditandai dengan adanya keadilan pada pemberian upah perajin yang ikut bekerja kepada pengepul. Selain itu, masyarakat Desa Banjaran harus mampu menjaga alam yang ada dengan memanfaatkan sumber daya bambu dengan baik dan tidak berlebihan.

Faktor-faktor pendorong eksistensi *home industry* yang masuk dalam prinsip keadilan ini adalah faktor harga, kualitas dan keragaman produk, kepuasan konsumen, dan juga loyalitas pelanggan. Dari faktor harga yang berkaitan juga dengan faktor kualitas produk, dimana pada penerapannya *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran menerapkan prinsip semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula harga yang ditawarkan begitu juga sebaliknya. Harga

yang ditawarkan sesuai dan bisa dijangkau oleh konsumen. Konsumen bisa memilih produk yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan juga kemampuan untuk membeli produk tersebut. Jika dilihat dari faktor keragaman produknya, *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran memiliki produk yang cukup bervariasi, para perajin *gedeg* tidak hanya fokus pada satu produk saja namun memiliki beberapa produk kerajinan bambu lain untuk meningkatkan perekonomiannya. Namun hal tersebut tidak berarti melupakan akan kerajinan *gedegnya* yang dimana Desa Banjaran terkenal akan kerajinan bambu salah satunya yaitu dikenal sebagai sentralnya perajin *gedeg*. Para perajin tetap berupaya agar kerajinan *gedeg* masih tetap dipertahankan keberadaannya yaitu dengan cara membuat beragam jenis motif pada *gedeg*.

Dalam faktor kepuasan konsumen dimana konsumen akan merasa puas apabila produk yang dihasilkan sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Hal tersebut tercipta dengan sendirinya pada setiap konsumen. Selain itu dalam memasarkan produknya perajin akan menciptakan tingkat kepuasan pada konsumen dengan jalan memberikan kemudahan seperti dalam hal kemudahan dalam pemilihan barang dan pemesanan produk sesuai dengan apa yang konsumen inginkan contohnya pada motif-motif yang diinginkan. Hal tersebut mampu menciptakan kepercayaan dan ikatan emosi yang baik pada konsumen sehingga dapat terciptanya suatu hubungan yang kuat dalam menciptakan loyalitas pada pelanggan. Dengan hal tersebut mampu menarik konsumen untuk membeli kembali produk tersebut dan terjalin kerjasama bisnis yang bagus.

Masyarakat Desa Banjaran dalam melakukan kegiatan usahanya sudah sesuai dengan ajaran Islam, yaitu paham apa yang haram dan halal dalam proses transaksi jual beli yang dilakukan. Islam memerintahkan umatnya agar mampu mencari rezeki dengan cara yang halal sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi;

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا . وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ . إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya :

“Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah : 168).

Maksud produksi dalam Islam yaitu untuk menciptakan suatu produk yang tidak hanya digunakan untuk kebutuhan fisik saja namun juga untuk kebutuhan non fisik yaitu untuk terciptanya masalah. Oleh karena itu, tujuan produksi dalam Islam yaitu memaksimalkan masalah baik untuk individu maupun kelompok masyarakat. Islam mendorong agar setiap umat manusia melakukan amal perbuatan yang mampu menghasilkan benda maupun berupa pelayanan yang memiliki sisi manfaat bagi manusia dan mampu memperindah kehidupan agar menjadi lebih makmur dan sejahtera.

Usaha dari perajin *home industry gedeg* yang ada di Desa Banjaran telah memberikan kontribusi yang cukup besar bagi peningkatan perekonomian masyarakat Desa Banjaran. Hal tersebut berarti dengan adanya bidang usaha tersebut, tujuan produksi dalam Islam sudah tercapai. Usaha tersebut tidak hanya memberikan keuntungan bagi perajin saja namun juga memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar yaitu terciptanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa Banjaran. Selain itu adanya keadilan pada pemberian upah bagi para perajin yang ikut bekerja kepada pengepul. Pemerintah Desa Banjaran juga mendukung usaha berupa kerajinan-kerajinan bambu yang diproduksi oleh masyarakat Desa Banjaran dengan melalui BUMDes. Pemerintah Desa Banjaran menggunakan produk-produk hasil karya warganya pada beberapa tempat seperti di setiap sudut balai desa dan pada tempat wisata Banjarandhap. Hal tersebut bertujuan agar kerajinan bambu yang sudah menjadi ikonnya Desa Banjaran tetap bertahan di tengah perkembangan zaman yang semakin maju.

3. Al-Ta'awun (tolong menolong)

Ta'awun merupakan sikap untuk saling tolong menolong atau saling membantu antara sesama manusia. Dalam ekonomi sikap tolong menolong ini tidak bisa terlepas dalam kehidupan setiap manusia. Sikap tolong menolong ini juga mengarah pada prinsip tauhid di mana mampu meningkatkan kebaikan dan

ketakwaan kepada Allah SWT (Astillah, 2020). Dalam Al-Qur'an dianjurkan untuk saling tolong menolong pada jalan kebaikan, sebagaimana dalam firman Allah QS. Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi;

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى . وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ . وَاتَّقُوا اللَّهَ . إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :

“... dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong menolonglah dalam berbuat dosa dan pelanggaran, dan bertakwalah, sesungguhnya azab Allah sangatlah pedih” (QS. Al-Maidah : 2).

Masyarakat Desa banjaran yang memproduksi *gedeg* itu ada yang menjadi pengepul dan juga ada yang sebagai perajin di mana para perajin tersebut hanya membuat *gedeg* tersebut yang kemudian disetorkan kepada pengepul. Kemudian, dari pengepul mendistribusikan hasil *gedeg* tersebut kepada konsumen. Hal ini cukup membantu perajin, sebab perajin dan pengepul tersebut terjalin hubungan kerjasama yang baik untuk saling tolong menolong. Seperti dalam sisi modal, terdapat hubungan timbal balik contohnya perajin tidak cukup modal untuk membeli bahan baku maka si pengepul menolongnya dengan memberi bahan baku yang dibutuhkan untuk yang kemudian digunakan untuk memproduksi kerajinan *gedeg* tersebut, dan dari perajin memberikan jasanya dalam membuat *gedeg* tersebut dan adanya upah atas jasa yang telah diberikan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Banjaran khususnya para perajin *home industry* telah menerapkan prinsip dalam ekonomi Islam seperti ketauhidan, keadilan, dan juga adanya sikap saling tolong menolong.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi diversifikasi produk sebagai upaya mempertahankan eksistensi home industry perspektif ekonomi syariah dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh perajin *home industry gedeg* di Desa Banjaran yaitu strategi diversifikasi konsentris. Strategi diversifikasi konsentris merupakan strategi dengan menambahkan beberapa produk yang masih berkaitan dengan produk yang sudah ada sebelumnya. Melalui strategi diversifikasi konsentris ini perusahaan mampu mempertahankan omset pendapatannya yaitu dengan permintaan rata-rata dalam setiap bulannya sebanyak 50 sampai 100 lembar bagi perajin yang juga menjadi pengepul, 25 lembar bagi perajin yang memasarkan produknya sendiri, dan 10 sampai 20 pesanan bagi perajin lukis bambu. Disamping itu, strategi diversifikasi juga mampu meningkatkan kinerja bisnis yang ada dengan cara mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis yang lebih menarik. Bentuk dari strategi diversifikasi yang dilakukan oleh perajin sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensi dari *home industry* para perajin *gedeg* yaitu dengan menciptakan produk *gedeg* yang memiliki motif beranekaragam diantaranya motif kembang, wajikan, dan luster serta juga adanya inovasi kerajinan bambu lain yang mampu menarik kembali daya tarik konsumen akan kerajinan bambu seperti lukis bambu dan kerajinan untuk hiasan dinding. Oleh karena itu, strategi yang tepat diterapkan adalah strategi diversifikasi konsentris karena produk baru yang diproduksi masih ada hubungannya dengan produk sebelumnya baik dalam hal pemasaran, bahan baku maupun teknologi yang digunakan. Berbeda dengan strategi diversifikasi lain seperti konglomerat dan horizontal yang tidak memiliki keterkaitan dengan produk yang sudah ada sebelumnya. Hasil inovasi yang kreatif dari para perajin tersebut mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan keberlangsungan

hidup usaha mereka. Oleh sebab itu, strategi ini dapat dikatakan efektif untuk diterapkan karena mampu mempertahankan keberadaan *home industry gedeg* di Desa Banjaran dari dulu hingga sekarang dan masih menjadikan ikon Desa Banjaran sebagai desa perajin *gedeg*. Bahkan kini penggunaan *gedeg* untuk pembuatan rumah makan ataupun warung masih sering kita jumpai.

2. Dalam upaya mempertahankan eksistensi *home industry gedeg* di Desa Banjaran, didorong oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor lokasi, faktor harga, faktor kualitas dan keragaman produk, faktor kepuasan konsumen, dan faktor loyalitas pelanggan. Upaya yang dilakukan perajin *gedeg* dalam mempertahankan eksistensi *home industry* sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah diantaranya *tauhid* (keimanan), *'adl* (keadilan), dan *ta'awun* (tolong menolong). Masyarakat Desa Banjaran khususnya para perajin *home industry gedeg* telah menerapkan prinsip dalam ekonomi syariah tersebut sehingga dipastikan tidak menyimpang dari ajaran Islam.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan menyampaikan beberapa saran yang sekiranya bermanfaat bagi pihak terkait diantaranya adalah sebagai berikut;

1. Bagi perajin pada *home industry gedeg* diharapkan untuk selalu berinovasi dan tetap mempertahankan strategi diversifikasi produk yang sudah dilakukan agar keberadaan akan *home industry gedeg* tetap bertahan ditengah perkembangan zaman yang semakin modern. Selain itu, diharapkan untuk para perajin agar lebih memanfaatkan marketplace yang ada seperti shopee, tokopedia dan marketplace lainnya agar pemasaran produknya lebih luas lagi dan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Disamping itu, para perajin seharusnya memperhatikan dalam pencatatan volume penjualannya agar lebih jelas dalam memantau perkembangan usahanya.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti subjek penelitian lebih luas lagi, tidak hanya pada perajin *home industry gedeg* saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah. (2017). "Inovasi dalam Perspektif Hadis". *Jurnal Tahdis Vol. 8 No. 1*.
- Al-Kaaf, A. Z. (2002). *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018). "Kreatifitas dan inovasi produk industri kreatif". *Jurnal Ciastech Vol. 26, No. 2*.
- Astillah. (2020). "Eksistensi Usaha Pengrajin Batu Gunung Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Allakuang Kabupaten Sidenreng Rappang". *Skripsi*. IAIN Parepare.
- Badan Pusat Statistik. (2020). "Statistik Produksi Kehutanan". *Penelitian Terapan Kajian Strategi Nasional*, 1–22.
- Banjaran. (2016). *Website Resmi Desa Banjaran*. <https://sidesabanjaran.purbalinggakab.go.id/>
- Bastari, L. S. (2020). "Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam Diversifikasi Produk Terhadap Pengembangan Bisnis Kuliner". In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Budi, T. P. (2011). *Manajemen Strategis Terapan Perusahaan dan Bisnis*. Jakarta Selatan : Oryza.
- Dhewanto, W. (2019). *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Dinkominfo. (2023). *Desa Banjaran Resmi Ditetapkan Sebagai Desa Wisata : Masyarakat Bersiap mengembangkan Potensi Wisata Lokal*. <https://www.purbalinggakab.go.id/info/desa-banjaran-resmi-ditetapkan-sebagai-desa-wisata-masyarakat-bersiap-mengembangkan-potensi-wisata-lokal/>
- Irhas, V. (2022). "Manajemen Strategi Pengrajin Alat Musik Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usahnya Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pengrajin Alat Musik Kaliwadas Bumiayu Brebes)". *Skripsi*. IAIN Purwokerto.
- Junaidi, A. (2022). "Strategi Diversifikasi Produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

- Karim, A. (2002). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kurniasari, R. ., & Utama, A. (2018). "The Effect of Product Innovation, Product Creativity, and Product Quality on Competitive Advantage (a Case Study of Handicraft Enceng Gondok “Akar”)". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3, 467–477.
- Lubis, Z., Mauladi, K. F., Rizal, M., Irawan, N., & Lamongan, U. I. (2020). "Eksistensi Dan Mengadapi Persaingan (Studi Kasus Pada Gemilang Art Glass Di Modo)". *Jurnal Media Mahardhika*, 19, 59–70.
- Ma’una, K. L., & Siswahyudianto. (2022). "Strategi Bersaing Untuk Mempertahankan Eksistensi Usaha Kecil". *Jurnal Darotuna*, 3.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Pranjoto, R. G. H. (2021). "Kreativitas dan Inovasi dalam Islam Terhadap Keberlangsungan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia". *Journal of Management Studies*, vol. 15(1), 14–31.
- Purbalingga, satu data. (2022). "Jumlah-penduduk-purbalingga-per-desa".
- Rahman, A. (2022). "Eksistensi Usaha Distro Lineshp Bandung Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Masa Pandemi COVID-19 di Kota Tembilahan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Saputri, A. A. (2018). "Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Event Organizer PT. Inti Global 99 Malang". *Skripsi*. In *Repository Universitas Jember*. <http://repository.unej.ac.id/>
- Sholiha, I. (2018). "Teori Produksi dalam Islam". *Jurnal Iqtishodiyah*, 4.
- Silmi, A. W., Sofian, E., & Rahim, R. (2022). "Analisis Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Lasitech Computer". *Prosiding Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharmawangsa*, 1(1), 52–61. <https://doi.org/10.46576/prosfeb.v1i1.37>
- Siswati, E., Pudjowati, J., Ardana, A., Manajemen, P. S., & Surabaya, U. B. (2022). "Analisis diversifikasi produk tahu untuk meningkatkan daya saing produk". *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 10(2).

Sofyan, A. N., Sofianto, K., Sutriman, M., & Suganda, D. (2018). "Eksistensi dan Regenerasi Kerajinan Tangan Anyaman Bambu di Tasikmalaya". *Jurnal Metahumaniora*, 8, 90–99.

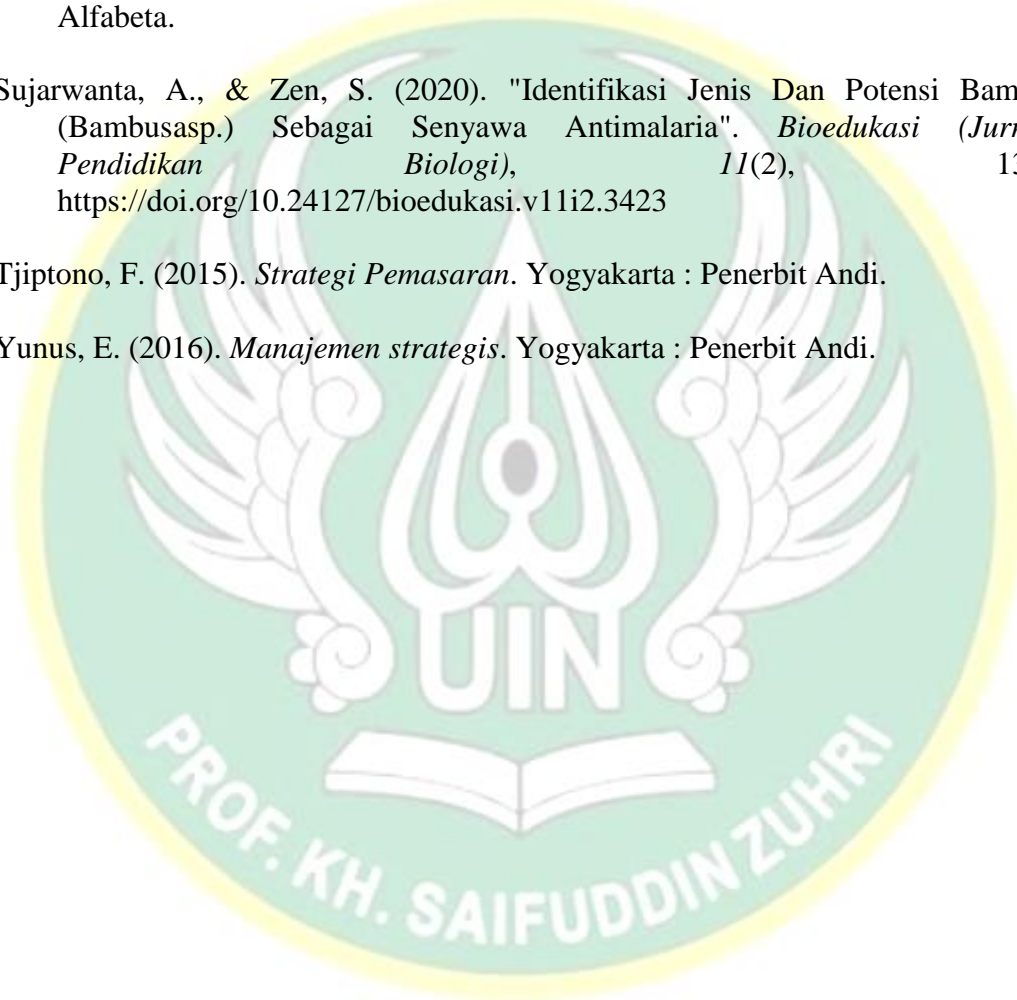
Subagyo, B., Sartono, S., & Lagasa, K. D. (2022). "Strategi Pengembangan Usaha Jamu Dalam Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional Mbah Gedong di Rejotangan Tulungagung". *Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 1(1), 1–13.

Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sujarwanta, A., & Zen, S. (2020). "Identifikasi Jenis Dan Potensi Bambu (Bambusasp.) Sebagai Senyawa Antimalaria". *Bioedukasi (Jurnal Pendidikan Biologi)*, 11(2), 131.
<https://doi.org/10.24127/bioedukasi.v11i2.3423>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. Yogyakarta : Penerbit Andi.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara Pihak Pemerintah Desa Banjaran

Identitas Informan

Nama :

Waktu wawancara :

1. Desa Banjaran terbagi berapa dusun?
2. Berapa jumlah penduduk di Desa Banjaran?
3. Berapa jumlah dari perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran?
4. Apakah mayoritas profesi dari masyarakat Desa Banjaran sebagai perajin *gedeg*?
5. Apakah *gedeg* menjadi salah satu produk kerajinan unggulan di Desa Banjaran?
6. Bahan baku bambu yang digunakan oleh perajin *gedeg* di Desa Banjaran itu dari jenis bambu apa saja?
7. Apakah ada ciri khas dari kerajinan *gedeg* yang ada di Desa Banjaran?
8. Apakah perajin *gedeg* hanya membuat kerajinan *gedeg* saja?
9. Apakah hasil inovasi dari perajin tersebut mampu mempertahankan eksistensi dari *home industry* tersebut?
10. Apakah ada upaya dari pemerintah desa agar keberadaan akan *home industry* ini tetap bertahan eksistensinya?



UIN
PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

Pedoman Wawancara Pihak Perajin dan Pengepul Gedeg

Identitas Informan

Nama :

Waktu wawancara :

1. Apa saja motif dari kerajinan *gedeg* yang perajin buat tersebut?
2. Asal usul dari nama motif tersebut bagaimana?
3. Apakah ada ciri khas dari kerajinan *gedeg* yang ada di Desa Banjaran?
4. Apa saja jenis bahan baku yang digunakan?
5. Dari mana bahan baku tersebut didapatkan?
6. Berapa harga dari bahan baku tersebut?
7. Berapa harga dari kerajinan *gedeg* tersebut?
8. Apakah dari pengepul yang menyediakan bahan baku tersebut atau sudah terima jadi dari perajin?
9. Bagaimana cara pembuatan dari kerajinan *gedeg* tersebut?
10. Berapa lama proses dari pembuatan kerajinan *gedeg* tersebut?
11. Media promosi yang digunakan apa saja?
12. Permintaan *gedeg* sudah sampai mana?
13. Motif apa yang paling banyak permintaannya?
14. Untuk motif dari *gedeg* tersebut apakah konsumen bisa memesan sesuai dengan keinginannya?
15. Biasanya konsumen membeli *gedeg* untuk membuat apa?
16. Bagaimana volume penjualan dari *gedeg* tersebut setiap bulannya?
17. Apakah ada inovasi yang diciptakan pada *home industry* ini?
18. Apakah hasil inovasi tersebut mampu mempertahankan eksistensi dari *home industry*?



UIN
PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

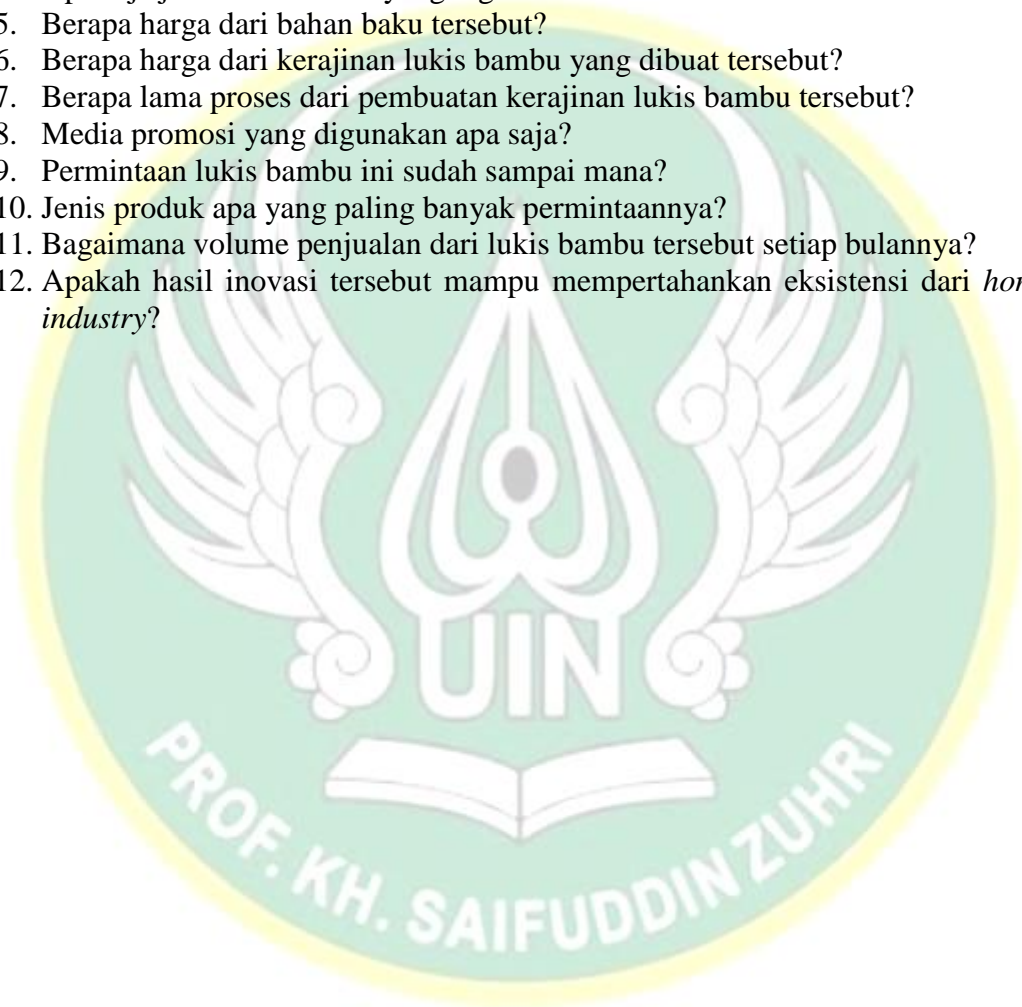
Pedoman Wawancara Pihak Perajin *Gedeg* Yang Menjadi Perajin Lukis Bambu

Identitas Informan

Nama :

Waktu wawancara :

1. Apa saja produk kerajinan bambu yang dibuat?
2. Bagaimana awal mulanya menjadi perajin *gedeg* dan kemudian tercipta ide untuk menciptakan produk baru berupa lukis bambu ini?
3. Apa yang jadi inspirasi sehingga tercipta ide untuk membuat lukis bambu ini?
4. Apa saja jenis bahan baku yang digunakan?
5. Berapa harga dari bahan baku tersebut?
6. Berapa harga dari kerajinan lukis bambu yang dibuat tersebut?
7. Berapa lama proses dari pembuatan kerajinan lukis bambu tersebut?
8. Media promosi yang digunakan apa saja?
9. Permintaan lukis bambu ini sudah sampai mana?
10. Jenis produk apa yang paling banyak permintaannya?
11. Bagaimana volume penjualan dari lukis bambu tersebut setiap bulannya?
12. Apakah hasil inovasi tersebut mampu mempertahankan eksistensi dari *home industry*?



Lampiran 2

Hasil Wawancara

Transkrip Wawancara Pihak Pemerintah Desa Banjaran

Identitas Informan

Nama : 1. Muhammad Ichmun (Kepala Desa Banjaran)
2. Ibnu Rianto (Sekretaris Desa Banjaran)

Waktu wawancara : 25 Februari 2023

Peneliti : “Desa Banjaran terbagi berapa dusun?”

Informan : “Desa Banjaran terbagi menjadi empat dusun yaitu dusun banjaran, dusun tambangan, dusun sawangan, dan dusun limbuk.” (Ibnu Rianto, Sekretaris Desa Banjaran)

Peneliti : “Berapa jumlah penduduk di Desa Banjaran?”

Informan : “Jumlah penduduk di Desa Banjaran itu sebanyak 6,344 jiwa penduduk.” (Ibnu Rianto, Sekretaris Desa Banjaran)

Peneliti : “Berapa jumlah dari perajin *gedeg* yang ada di Desa Banjaran?”

Informan : “Kini jumlah perajin yang ada di Desa Banjaran kurang lebih ada 1/3 dari total penduduk yang ada di Desa Banjaran.” (Ibnu Rianto, Sekretaris Desa Banjaran)

Peneliti : “Apakah mayoritas profesi dari masyarakat Desa Banjaran sebagai perajin *gedeg*?”

Informan : “Kalau dulu hampir keseluruhan masyarakat Desa Banjaran itu berprofesi sebagai perajin *gedeg*, namun jumlah perajin anyaman bambu tersebut semakin berkurang karena adanya perkembangan zaman yang ditandai dengan munculnya barang pengganti seperti kalsiboard. Kerajinan *gedeg* mulai anjlok karena munculnya kalsiboard yang muncul kurang lebih pada tahun 2000 an. Hal tersebut menyebabkan permintaan akan kerajinan anyaman bambu *gedeg* sudah tidak sebanyak dulu sehingga jumlah perajin juga berkurang.” (Ibnu Rianto, Sekretaris Desa Banjaran)

Peneliti : “Apakah *gedeg* menjadi salah satu produk kerajinan unggulan di Desa Banjaran?”

Informan : “Dari dulu Desa Banjaran terkenal akan kerajinan *gedeg*nya, sehingga bisa dibilang salah satu produk kerajinan unggulan di sini. Tapi tidak hanya itu, banyak hasil inovasi dari masyarakat sehingga produk kerajinan bambu di sini juga semakin beragam. Warga yang ada di Desa Banjaran itu sangat kreatif mba, mereka mampu memanfaatkan sumber daya bambu yang cukup melimpah. Sejak dulu sudah terkenal akan anyaman bambu *gedeg* nya, jadi jangan heran kalau di sepanjang jalan banyak warga yang membuat *gedeg*. Lalu masyarakat berinovasi untuk membuat kerajinan lain dari bambu seperti dibentuk suatu kerajinan yang unik dan juga adanya lukis bambu ini.” (Muhammad Ichmun, Kepala Desa Banjaran)

Peneliti : “Bahan baku bambu yang digunakan oleh perajin *gedeg* di Desa Banjaran itu dari jenis bambu apa saja?”

Informan : “Bambu yang digunakan oleh masyarakat Desa Banjaran untuk membuat kerajinan bambu khususnya *gedeg* ini yaitu bambu tali dan juga bambu wulung atau bambu hitam.” (Muhammad Ichmun, Kepala Desa Banjaran)

Peneliti : “Apakah ada ciri khas dari kerajinan *gedeg* yang ada di Desa Banjaran?”

Informan : “Ciri khas dari kerajinan *gedeg* yang diproduksi oleh masyarakat Desa Banjaran itu berupa seratan bambu yang lebih tipis.” (Ibnu Rianto, Sekretaris Desa Banjaran)

Peneliti : “Apakah perajin *gedeg* hanya membuat kerajinan *gedeg* saja?”

Informan : “Beberapa perajin memang ada yang hanya membuat kerajinan *gedeg* saja dengan motif yang beragam, tapi cukup banyak juga perajin yang berinovasi untuk membuat beberapa kerajinan lain dari bambu seperti lukis bambu ini mba, terus kerajinan untuk hiasan seperti bentuk masjid ini juga hasil dari warga sini, ada pula yang membuat kerajinan-kerajinan lain dari bambu seperti hiasan dinding, tempat tisu, dan masih banyak lagi.” (Muhammad Ichmun, Kepala Desa Banjaran)

Peneliti : “Apakah hasil inovasi dari perajin tersebut mampu mempertahankan eksistensi dari *home industry* tersebut?”

Informan : “Tentu iya mba, buktinya sampai sekarang *home industry* dari para perajin *gedeg* masih tetap berjalan. Di sepanjang jalan juga banyak masyarakat yang memproduksi *gedeg* tersebut. Hanya saja untuk *gedeg* sendiri itu tidak se eksis seperti jaman dulu ya mba, karena kan dulu *gedeg* digunakan untuk bahan dasar pembuatan bangunan jadi permintaannya tidak seanjlok sekarang yang di mana sekarang sudah jarang bahkan tidak ada rumah hunian yang masih menggunakan *gedeg*. Namun setidaknya kerajinan *gedeg* ini masih tetap dikenal oleh masyarakat, istilahnya tidak punah seperti itu. Kini untuk penggunaannya lebih kepada rumah makan, warung-warung dengan sentuhan motif sehingga tercipta sisi keindahan. Selain itu, upaya perajin untuk menciptakan kerajinan lain dari bambu juga Alhamdulillah banyak yang tertarik bahkan di apresiasi oleh Bupati Purbalingga yaitu salah satunya produk lukis bambu ini. Jadi dengan adanya inovasi yang diciptakan oleh para perajin di sini mampu menjadi strategi guna mempertahankan *home industry* yang ada dan mampu menjadi ladang usaha bagi para perajin.” (Muhammad Ichmun, Kepala Desa Banjaran)

Peneliti : “Apakah ada upaya dari pemerintah desa agar keberadaan akan *home industry* ini tetap bertahan eksistensinya?”

Informan : “Salah satu upaya yang bisa pemerintah desa lakukan yaitu dengan selalu mengunggulkan kerajinan-kerajinan bambu yang sudah menjadi icon dari Desa Banjaran ini. Contohnya yaitu adanya kerajinan-kerajinan bambu yang ada di setiap sudut balai desa ini. Aula yang masih ada sentuhan dari *gedeg* motif ini, lalu ada hasil karya dari lukis bambu ini, dan kerajinan hiasan lainnya. Selain itu, di tempat wisata Banjarandhap juga tetap dengan sentuhan-sentuhan bambu,

seperti warung-warung yang seluruhnya dibangun dengan *gedeg* motif, adapula bangunan BUMDes juga dibangun dengan sentuhan *gedegnya*. Pada intinya kami selalu mengupayakan untuk memanfaatkan produk buatan dari perajin Desa Banjaran ini.” (Muhammad Ichmun, Kepala Desa Banjaran)



Transkrip Wawancara Pihak Perajin *Gedeg*

Identitas Informan 1

Nama : Misdiroh (Perajin *Gedeg*)

Waktu wawancara : 25 Februari 2023

Peneliti : “Apa saja motif dari kerajinan *gedeg* yang Pak Misdiroh buat tersebut?”

Informan : “Macam-macam mba, ada motif polos langkah dua, polos langkah tiga, kembang, wajikan, dan luster. Kalau dulu kan terkenal dengan motif polosnya ya mba, tapi kalau sekarang lebih ke motifnya mba.”

Peneliti : “Apakah ada ciri khas dari kerajinan *gedeg* yang ada di Desa Banjaran?”

Informan : “Ciri khas dari *gedeg* di sini itu dari seratan atau iratan bambu yang tipis mba jadi lebih fleksibel daripada *gedeg* dari daerah lain yang cenderung lebih kaku.”

Peneliti : “Apa saja jenis bahan baku yang digunakan?”

Informan : “Bahan baku yang digunakan itu ada bambu tali dan juga bambu wulung.”

Peneliti : “Dari mana bahan baku tersebut didapatkan?”

Informan : “Selain memanfaatkan sumber daya bambu yang ada di Desa Banjaran, biasanya saya membeli bambu tersebut dari luar untuk stok seperti dari Sidanegara dan Bukateja.”

Peneliti : “Berapa harga dari bahan baku tersebut?”

Informan : “Harganya itu 25 ribu per bambu untuk jenis bambu wulung dan 15 ribu per bambu untuk jenis bambu tali.”

Peneliti : “Berapa harga dari kerajinan *gedeg* tersebut?”

Informan : “Kalau yang polos harganya Rp. 10.000 – 20.000 (per meter), dan untuk yang motif harganya Rp. 30.000 – 50.000 (per meter). Harga tersebut tergantung dari kualitas iratannya. Semakin tipis maka semakin mahal mba. Selain itu, semakin sulit motif *gedeg* yang diinginkan konsumen maka harganya juga semakin tinggi.”

Peneliti : “Bagaimana cara pembuatan dari kerajinan *gedeg* tersebut?”

Informan : “Kalau ambil dari kebun, bambu tersebut ditebang dari pohonnya dan dicari batang yang sudah tua dan tebal. Lalu dipotong pangkalnya kurang lebih sepanjang 50 cm untuk menghilangkan bagian batang bambu dengan ruas yang tidak beraturan. Lalu batang bambu tersebut dipotong-potong dengan panjang yang sama, contohnya untuk membuat *gedeg* dengan ukuran 3x3 meter maka bambu tersebut dipotong dengan ukuran 3 meter. selanjutnya batang bambu diukur terlebih dahulu diameter dan tebal dindingnya sebelum dibelah. Kemudian batang bambu dibelah menjadi empat bagian, lalu dilakukan peliningan yaitu bambu dibelah lagi menjadi beberapa bagian dengan ukuran yang sama. Setelah itu, dilakukan pengiratan, yaitu bambu yang sudah dibelah lalu diirat setipis

mungkin agar mudah untuk dianyam. Banyaknya bilah bambu tergantung dari besarnya diameter dari bambu yang dibelah. Biasanya satu bagian diirat menjadi enam sampai tujuh iratan. Kemudian setelah diirat setipis mungkin, iratan bambu tersebut dijemur dibawah sinar matahari sampai kering agar tidak lembab. Setelah kering, bilah bambu disusun terlebih dahulu dengan dijejerkan sebelum dianyam. Lalu, dianyam secara manual sesuai dengan motif yang akan dibuat. Untuk motif anyaman, digunakan bagian luar bambu tali dengan warna putih alami atau menggunakan bagian luar dari bambu wulung untuk menghasilkan warna hitam alami. Setelah dianyam, kerajinan *gedeg* siap untuk dipasarkan.”

Peneliti : “Berapa lama proses dari pembuatan kerajinan *gedeg* tersebut?”

Informan : “Umumnya, untuk membuat *gedeg* polos memerlukan waktu selama 1 hari. Sedangkan untuk motif kembang memerlukan waktu kurang lebih 2-3 hari per lembarnya.”

Peneliti : “Media promosi yang digunakan apa saja?”

Informan : “Kalau promosi online saya biasa bagikan ke Facebook, WhatsApp, dan kalau offline saya berjualan keliling dengan sepeda.”

Peneliti : “Permintaan *gedeg* sudah sampai mana?”

Informan : “Untuk permintaannya ada yang dari dalam kota tapi juga banyak yang dari luar kota. Dulu sempat ada pembeli asal purwokerto yang ingin memesan *gedeg* untuk interior rumahnya, beliau ingin dinding rumahnya ada lapisan dari kerajinan *gedeg* agar unik dan ada sisi keindahannya.”

Peneliti : “Motif apa yang paling banyak permintaannya?”

Informan : “Motif yang paling banyak permintaannya itu motif kembang mba.”

Peneliti : “Untuk motif dari *gedeg* tersebut apakah konsumen bisa memesan sesuai dengan keinginannya?”

Informan : “Bisa mba, kalau ada yang ingin memesan motif lain juga bisa jadi ngga hanya motif-motif ini saja. Sebenarnya teknik dalam membuat *gedeg* itu sebenarnya sama saja, kita hanya perlu untuk mencoba menciptakan motif lainnya agar keberadaan *gedeg* masih tetap bertahan.”

Peneliti : “Biasanya konsumen membeli *gedeg* untuk membuat apa?”

Informan : “Macam-macam mba, ada yang digunakan untuk penutup atau alas pada saat renovasi rumah, ada yang buat warung, rumah makan seperti itu.”

Peneliti : “Bagaimana volume penjualan dari *gedeg* tersebut setiap bulannya?”

Informan : “Sebenarnya saya tidak terlalu memperhatikan untuk volume penjualan mba, karena tidak menentu. Tapi biasanya rata-rata dalam setiap bulannya saya memproduksi 25 buah *gedeg*. Jadi konsep saya itu dalam sehari memproduksi 2 lembar *gedeg* dengan ukuran standar 2x2.5. kemudian setelah 1 minggu produksi kira-kira terkumpul ada 12 lembar kemudian saya berhenti produksi dan memulai untuk memasarkannya. Setelah produk habis saya kembali untuk produksi. Jadi

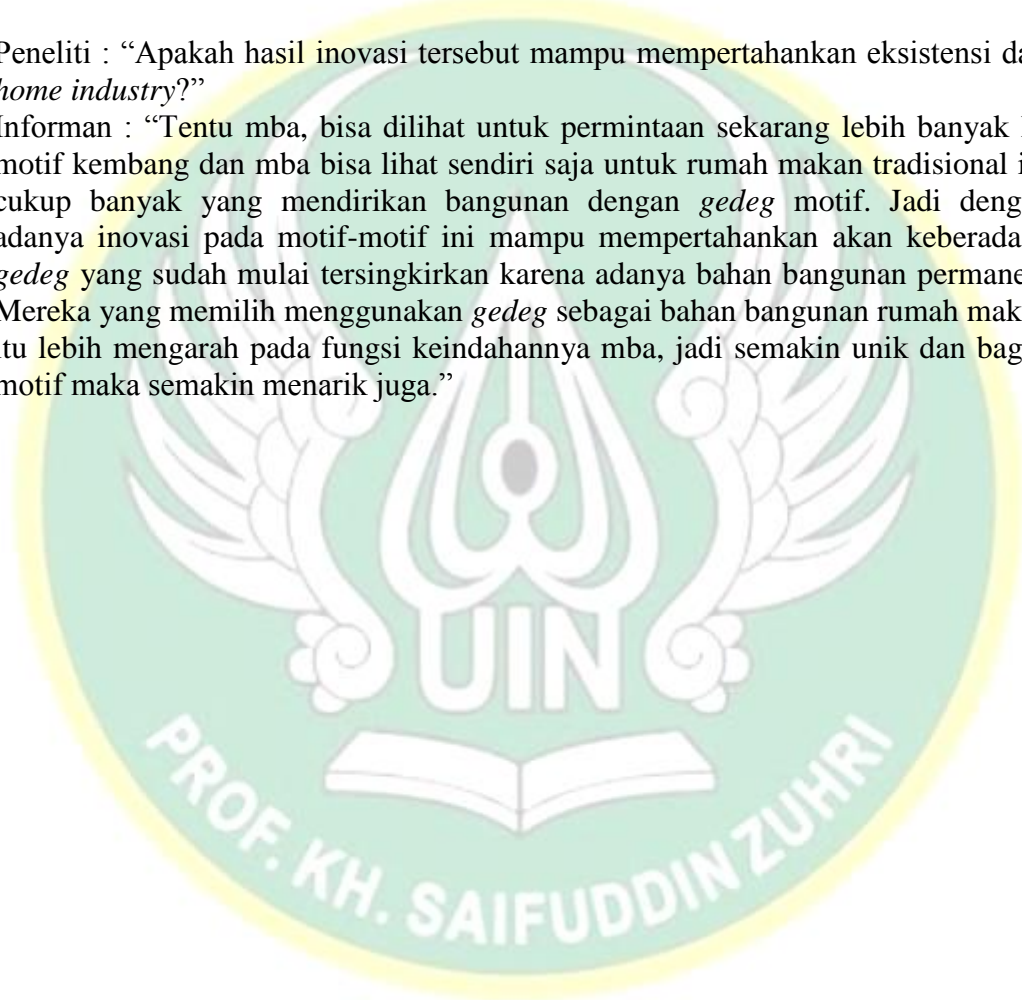
dalam sebulan saya bisa memproduksi kurang lebih ada 25 lembar, kecuali ada permintaan pesanan. Sehingga kalau dirupiahkan bisa mencapai Rp. 1.250.000,- setiap bulannya. Namun itu tidak bisa buat patokan mba, kadang bisa kurang kadang bisa lebih. Jadi untuk volume penjualannya ya hampir sama dalam setiap bulannya paling selisih sedikit tergantung banyaknya produk yang terjual. Itu aja udah Alhamdulillah mba setidaknya kerajinan *gedeg* ini masih tetap laku dan ya bisa bertahan keberadaannya.”

Peneliti : “Apakah ada inovasi yang diciptakan pada *home industry* ini?”

Informan : “Kalau inovasi lebih ke menciptakan motif-motif baru mba. ”

Peneliti : “Apakah hasil inovasi tersebut mampu mempertahankan eksistensi dari *home industry*?”

Informan : “Tentu mba, bisa dilihat untuk permintaan sekarang lebih banyak ke motif kembang dan mba bisa lihat sendiri saja untuk rumah makan tradisional itu cukup banyak yang mendirikan bangunan dengan *gedeg* motif. Jadi dengan adanya inovasi pada motif-motif ini mampu mempertahankan akan keberadaan *gedeg* yang sudah mulai tersingkirkan karena adanya bahan bangunan permanen. Mereka yang memilih menggunakan *gedeg* sebagai bahan bangunan rumah makan itu lebih mengarah pada fungsi keindahannya mba, jadi semakin unik dan bagus motif maka semakin menarik juga.”



Identitas Informan 2

Nama : Nurhayanto (Perajin dan Pengepul *Gedeg*)
Waktu wawancara : 25 Februari 2023

Peneliti : “Apa saja motif dari kerajinan *gedeg* yang Pak Nurhayanto buat tersebut?”

Informan : “Motif yang saya buat ini ada motif polos langkah dua, polos langkah tiga, kembang, luster, dan wajikan.”

Peneliti : “Asal usul dari nama motif tersebut bagaimana nggih pak?”

Informan : “Asal mula motif-motif yang terbentuk tersebut berasal dari imajinasi perajin, Teknik dalam membuat *gedeg* itu sebenarnya sama saja mba, kita hanya perlu untuk mencoba menciptakan motif baru agar keberadaan *gedeg* masih tetap bertahan”

Peneliti : “Apakah ada ciri khas dari kerajinan *gedeg* yang ada di Desa Banjaran?”

Informan : “Ada mba, yaitu dengan kualitas iratannya yang lebih tipis.”

Peneliti : “Apa saja jenis bahan baku yang digunakan?”

Informan : “Bahan baku yang digunakan yaitu bambu tali dan bambu wulung.”

Peneliti : “Dari mana bahan baku tersebut didapatkan?”

Informan : “Dari kebun dan juga membeli dari luar mba seperti dari Banjarnegara, dan Kembaran.”

Peneliti : “Berapa harga dari bahan baku tersebut?”

Informan : “Harganya kalau bambu wulung 25 ribu per bambu dan kalau jenis bambu tali 15 ribu per bambu.”

Peneliti : “Berapa harga dari kerajinan *gedeg* tersebut?”

Informan : “Harga yang polos itu Rp. 14.000 – 24.000 (per meter) dan kalau motif Rp. 50.000 – 70.000 (per meter). Harga dari *gedeg* itu tergantung pada kualitas iratannya. Semakin kecil dan tipis iratannya maka harga yang dikenakan juga semakin tinggi. Harga dari perajin sebenarnya lebih murah mba, tapi karena saya mengambil dari perajin lain untuk memenuhi permintaan yang cukup banyak dari konsumen jadi saya harus mengeluarkan ongkos untuk jasa pembuatan, sehingga harga yang dikenakan juga lebih tinggi dari perajin langsung.”

Peneliti : “Apakah dari Pak Nurhayanto yang menyediakan bahan baku tersebut atau sudah terima jadi dari perajin?”

Informan : “Kalau Permintaannya banyak, terkadang saya membeli produk dari perajin, tapi biasanya bahan baku dari saya jadi mereka tinggal membuatkan saja.”

Peneliti : “Bagaimana cara pembuatan dari kerajinan *gedeg* tersebut?”

Informan : “Siapkan bambu yang sudah tua dan tebal. Lalu dipotong pangkalnya untuk menghilangkan bagian batang bambu dengan ruas yang tidak beraturan. Lalu batang bambu tersebut dipotong-potong dengan panjang yang sama. Selanjutnya batang bambu diukur terlebih dahulu diameter dan tebal dindingnya sebelum dibelah. Kemudian batang bambu dibelah menjadi empat bagian, lalu dilakukan peliningan yaitu bambu dibelah lagi menjadi beberapa bagian dengan ukuran yang sama. Setelah itu, dilakukan pengiratan, yaitu bambu yang sudah dibelah lalu diiratkan setipis mungkin agar mudah untuk dianyam. Banyaknya bilah bambu tergantung dari besarnya diameter dari bambu yang dibelah. Biasanya satu bagian diiratkan menjadi enam sampai tujuh iratan. Kemudian setelah diiratkan setipis mungkin, iratan bambu tersebut dijemur dibawah sinar matahari sampai kering agar tidak lembab. Setelah kering, bilah bambu disusun terlebih dahulu dengan dijejerkan sebelum dianyam. Lalu, dianyam secara manual sesuai dengan motif yang akan dibuat. Untuk motif anyaman, digunakan bagian luar bambu tali dengan warna putih alami atau menggunakan bagian luar dari bambu wulung untuk menghasilkan warna hitam alami. Setelah dianyam, kerajinan *gedeg* siap untuk dipasarkan.”

Peneliti : “Berapa lama proses dari pembuatan kerajinan *gedeg* tersebut?”

Informan : “Untuk yang *gedeg* polos biasanya sehari jadi mba, tapi kalau untuk motif 2 sampai 3 hari, tergantung tingkat kesulitannya.”

Peneliti : “Media promosi yang digunakan apa saja?”

Informan : “Kalau saya promosi melalui facebook dan juga whatsapp. Jadi biasanya konsumen yang sudah berlangganan tinggal telepon aja seperti itu”

Peneliti : “Permintaan *gedeg* itu sudah dari daerah mana saja?”

Informan : “Permintaan *gedeg* ini cukup banyak dari luar kota seperti Bogor, Pangandaran, Cilacap, Purwokerto, Kediri, Tasik, Ciamis, dan juga Banjar Patroman. Kalau dalam kota Purbalingga juga masih cukup banyak yang memesan.”

Peneliti : “Motif apa yang paling banyak permintaannya?”

Informan : “Selama ini si motif kembang yang paling banyak peminatnya”

Peneliti : “Untuk motif dari *gedeg* tersebut apakah konsumen bisa memesan sesuai dengan keinginannya?”

Informan : “Iya bisa mba, kami terbuka kalau ada konsumen yang ingin memesan sesuai keinginannya entah itu dari ukuran atau dari motif yang diinginkan.”

Peneliti : “Biasanya konsumen membeli *gedeg* untuk membuat apa?”

Informan : “Biasanya *gedeg* tersebut digunakan untuk membuat warung dan juga rumah makan karena memiliki harga yang masih rendah dibandingkan dengan bahan bangunan yang modern dan juga memiliki ciri khas tersendiri. Bahkan kini cukup banyak rumah makan yang dibangun dengan nuansa tradisional ya mba

seperti rumah makan di pinggir kali itu kan lebih banyak menggunakan bahan baku dari bambu dan gazebo-gazebo dengan sentuhan gedeg motif.”

Peneliti : “Bagaimana volume penjualan dari *gedeg* tersebut setiap bulannya?”

Informan : “Untuk volume penjualan saya tidak ada data rinci dalam setiap bulan mba, karena tidak saya bukukan untuk hasil penjualannya. Untuk penjualan itu tergantung pesanan dari konsumen dan juga permintaan pelanggan. Rata-rata dalam setiap bulan itu mencapai 50 sampai 100 lembar *gedeg* mba. Memang sekarang untuk permintaan terbanyak itu yang motif kembang ini mba, ya Alhamdulillah ada sedikit peningkatan walaupun belum banyak setidaknya usaha kerajinan *gedeg* ini tetap bertahan mba dan permintaannya konsisten saja udah Alhamdulillah. Paling kalau dikira-kira penghasilannya itu paling rendah 3.500.000 dan yang paling banyak ya 16.000.000 mba, dan kini konsisten setiap bulannya.”

Peneliti : “Apakah ada inovasi yang diciptakan pada *home industry* ini?”

Informan : “Inovasi paling lebih pada motif-motif yang dibuat si mba dan beberapa kerajinan pajangan seperti dibentuk burung merak ini. Kalau dulu kan lebih ke motif polos ya mba, Cuma sekarang kalau mengandalkan yang polos saja tidak jadi mba untuk menopang kebutuhan.”

Peneliti : “Apakah hasil inovasi tersebut mampu mempertahankan eksistensi dari *home industry*?”

Informan : “Jadi adanya ragam pada motif memang cukup berpengaruh mba terhadap permintaan *gedeg* di pasar. Saya harap dengan adanya inovasi ini kerajinan *gedeg* ini tetap bertahan ya mba keberadaannya dan kerajinan bambu lain juga semakin berkembang, sehingga Desa Banjaran ini tetap dikenal sebagai sentranya perajin bambu.”

Identitas Informan 3

Nama : Septo Winarno (Perajin *Gedeg* dan Perajin Lukis Bambu)
Waktu wawancara : 10 Juli 2023

Peneliti : “Apa saja produk kerajinan bambu yang Mas Septo buat?”

Informan : “Ada *gedeg* dan lukis bambu. Sebenarnya untuk *gedeg* itu usaha punya orang tua dan saya hanya membantu. Kalau untuk lukis bambu ini memang produk dari saya pribadi.”

Peneliti : “Boleh diceritakan mas awal mula mas septo menjadi perajin *gedeg* dan kemudian tercipta ide untuk menciptakan produk baru berupa lukis bambu ini?”

Informan : “Pertama kali saya terjun untuk menjadi perajin bambu yaitu pada tahun 2012, dimana saya ikut membantu orang tua untuk membuat kerajinan *gedeg*. Namun, kerajinan *gedeg* sudah semakin menurun permintaannya. Oleh karena itu saya mencari ide agar penggunaan bambu lebih memiliki nilai ekonomis yaitu dengan membuat kerajinan berupa lukis bambu. Saya ingin membuat produk yang berbeda dari warga yang lain namun tetap menggunakan bahan baku dari bambu. Sehingga pada tahun 2019 tepatnya di bulan oktober saya memulai usaha lukis bambu ini dan saya namai dengan nama Mustika Bambu. Terdapat beberapa produk yang saya buat diantaranya lukis bambu teknik bakar atau bisa disebut dengan pyrografi, dan juga teknik ukir. Untuk teknik ukir dimulai pada tahun 2019, sedangkan teknik bakar dibuka baru-baru ini yaitu tahun 2022. Sedangkan usaha kerajinan *gedeg* masih diteruskan oleh orang tua saya hingga sekarang, karena ya Desa Banjaran sudah lama terkenal akan kerajinan bambunya terutama kerajinan *gedeg* itu.”

Peneliti : “Apa yang jadi inspirasi Mas Septo sehingga tercipta ide untuk membuat lukis bambu ini?”

Informan : “Saya terinspirasi untuk membuat produk lukis bambu ini dari bahan baku utama kerajinan dari desa kami yaitu bambu. Saya membuat kreasi baru yang dimana mampu menciptakan nilai tambah yang baik dan saya ingin membuat suatu produk yang berbeda dengan warga yang lain.”

Peneliti : “Apa saja jenis bahan baku yang digunakan?”

Informan : “Bahan baku yang digunakan itu ada bambu wulung.”

Peneliti : “Berapa harga dari bahan baku tersebut?”

Informan : “Saya membeli bambu wulung itu Rp. 25.000 per batangnya.”

Peneliti : “Berapa harga dari kerajinan lukis bambu yang Mas Septo buat tersebut?”

Informan : “Beragam ya mba tergantung ukuran dan juga teknik yang digunakan. Untuk teknik ukir harga mulai 160.000 sampai 400.000. Lalu untuk teknik bakar (Pyrografi) itu harganya mulai dari 150.000 sampai 350.000. Untuk harga itu tergantung tingkat kesulitannya mba, kalau misal ada pesanan dengan jumlah wajah banyak contohnya dalam satu keluarga seperti itu ya harganya berbeda dari

daftar harga yang sudah ditentukan, jadi ya semakin tinggi tingkat kesulitannya maka semakin tinggi juga harganya. Seni itu memang mahal mba karena butuh ketelitian dan juga kreativitas yang tinggi.”

Peneliti : “Berapa lama proses dari pembuatan kerajinan lukis bambu tersebut?”

Informan : “Kurang lebih memakan waktu dua hari tergantung tingkat kerumitannya.”

Peneliti : “Media promosi yang digunakan apa saja?”

Informan : “Saya promosi melalui media sosial seperti whatsapp, facebook, shopee, dan juga tiktok.”

Peneliti : “Permintaan lukis bambu ini sudah sampai mana?”

Informan : “Alhamdulillah untuk hasil diversifikasi produk ini, banyak konsumen yang tertarik mba. Untuk produk lukis bambu ini sudah dijangkau sampai luar jawa mba seperti dari Kalimantan dan Sumatra. Selain itu, ada juga dari Jawa Timur, Jawa Barat, dan Jawa Tengah.”

Peneliti : “Jenis produk apa yang paling banyak permintaannya?”

Informan : “Sejauh ini si masihimbang mba antara yang teknik bakar dengan yang teknik ukir, karena itu kan sesuai selera masing-masing konsumen. Ada yang tertarik di bakar ada juga yang lebih tertarik di ukirnya.”

Peneliti : “Bagaimana volume penjualan dari lukis bambu tersebut setiap bulannya?”

Informan : “Dalam beberapa bulan di tahun 2023 ini permintaan pesanan Alhamdulillah cukup meningkat mba. Dalam setiap bulan pesanan untuk lukis bambu ini mencapai 10 sampai 20 pesanan, dibandingkan pada tahun 2022 itu untuk jumlah pesanan masih di bawah 10 pesanan. Pesanan terbanyak di tahun 2023 ada di bulan Juli kemarin mencapai 20 pesanan mba. Untuk yang teknik ukir itu paling laris di ukuran 40x30 cm sedangkan untuk teknik bakar paling laris di ukuran 30x25 cm. Tapi untuk rincian penjualan setiap bulannya saya tidak ada pencatatan mba, yang saya ingat hanya jumlah pesannya saja. Kalau di kira-kira penghasilan setiap bulan pada tahun 2023 untuk usaha lukis bambu ini antara Rp. 1.500.000 sampai Rp. 3.000.000.”

Peneliti : “Apakah hasil inovasi tersebut mampu mempertahankan eksistensi dari *home industry*?”

Informan : “Tentu mba, buktinya semakin kesini pesanan semakin meningkat mba dan Alhamdulillah mampu untuk menopang kebutuhan keluarga.”

Lampiran 3

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN PURBALINGGA
KECAMATAN BOJONGSARI
DESA BANJARAN**

Alamat : Desa Banjaran RT 14 RW 07 Kec. Bojongsari Kab. Purbalingga Kode Pos 53362

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070 / 539 / VII / 2023

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga menerangkan bahwa :

Nama : FASATAKHUL NUR HANI
Tempat/Tgl Lahir : Purbalingga, 30 April 2000
NIK : 3303157004000001
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Desa Mipiran RT 12 RW 05
Kecamatan Padamara - Kabupaten Purbalingga
Keperluan : Keterangan telah melakukan penelitian
Keterangan : Menerangkan bahwa orang tersebut di atas telah melakukan penelitian di Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga dengan judul Analisis Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi Home Industry Perspektif Ekonomi Syariah (Study Kasus Perajin Gedeg di Desa Banjaran Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga).

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjaran, 18 Juli 2023



Lampiran 4

Dokumentasi Penelitian



Wawancara bersama Kepala Desa Banjaran



Wawancara dengan perajin *gedeg*



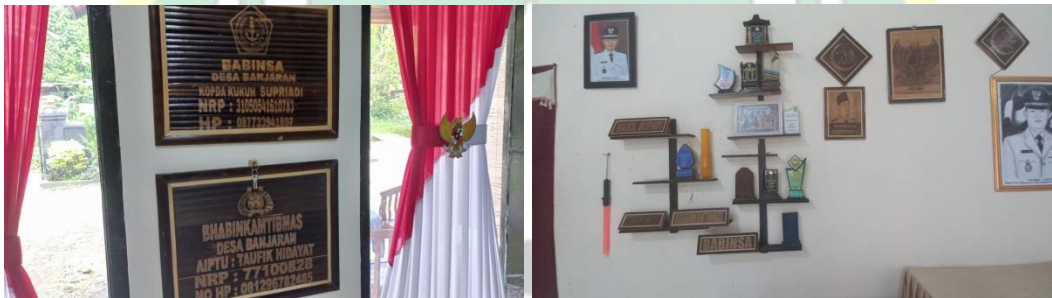
Dokumentasi perajin sedang menganyam *gedeg*



Hasil iratan bambu untuk membuat *gedeg*



Dokumentasi perajin memasarkan *gedeg* dengan menggunakan sepeda





Hasil kerajinan lukis bambu





Hasil kerajinan gedeg Desa Banjaran



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Fasatakhul Nur Hani
2. NIM : 1917201098
3. Program Studi : Ekonomi Syariah
4. Tempat, Tanggal Lahir : Purbalingga, 30 April 2000
5. Email : fasatakhulnh40@gmail.com
6. Alamat Rumah : Mipiran, RT 12 RW 05, Kecamatan Padamara, Kabupaten Purbalingga
7. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Surisno
Nama Ibu : Sundari

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Pertiwi Mipiran
 - b. SD/MI, tahun lulus : SD N 1 Mipiran, 2012
 - c. SMP/MTS, tahun lulus : SMP N 1 Padamara, 2015
 - d. SMA/MA, tahun lulus : SMA N 2 Purbalingga, 2018
 - e. S1, tahun masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2019
2. Pendidikan Non formal
 - a. Pondok Pesantren Darul Abror, Watumas, Purwokerto Utara

C. Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah 2021
2. GenBI Purwokerto 2021
3. KSPM (Kelompok Studi Pasar Modal) FEBI 2022

Purwokerto, 13 September 2023



Fasatakhul Nur Hani