

**ANALISIS KEBERLANJUTAN USAHA SENTRA INDUSTRI PANDAI  
BESI TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA  
(Studi Kasus Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Purwodeso Kecamatan  
Sruweng Kabupaten Kebumen)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:  
**NAVISATUN AZ ZAHRA**  
**NIM. 2017201014**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2024**



## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Navisatun Az Zahra

NIM : 2017201014

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Keberlanjutan Usaha Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Purwodeso Kecamatan Stuweng Kabupaten Kebumen)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto 27 Juni 2024

Saya yang menyatakan,



Navisatun Az Zahra

NIM. 2017201014



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 KEBERLANJUTAN USAHA SENTRA INDUSTRI PANDAI BESI  
TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA (Studi Kasus  
Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten  
Kebumen)**

Yang disusun oleh Saudara Navisatun Az Zahra NIM 2017201014 Program Studi S-1  
Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari  
Selasa, 09 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.  
NIP. 19680403 199403 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Sarpini, M.E.Sy.  
NIP. 19830404 201801 2 001

Pembimbing/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.  
NIP. 19881003 201903 1 015

Purwokerto, 11 Juli 2024

Mengesahkan  
Dekan,



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19720921 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 Warahmatullah Wabarakatuh*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Navisatun Az Zahra NIM. 2017201014 yang berjudul :

**Analisis Keberlanjutan Usaha Sentra Industri Pandai Besi Tradisional  
Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Pada Pengrajin Pandai  
Besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen)**

saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Purwokerto, 27 Juni 2024

Pembimbing



Enjen Zaenal Muttaqin, M.Ud.

NIP. 198810032019031015

## MOTTO

وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ

*“Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sesungguhnya (salat) itu benar-benar berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk”*

(QS. Al-Baqarah: 45)



**ANALISIS KEBERLANJUTAN USAHA SENTRA INDUSTRI PANDAI  
BESI TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA  
(Studi Kasus Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Purwodeso Kecamatan  
Sruweng Kabupaten Kebumen)**

**Oleh : Navisatun Az Zahra  
NIM. 2017201014**

Email : [2017201014@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:2017201014@mhs.uinsaizu.ac.id)

Program Studi Ekonomi Syariah

Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Seiring dengan perkembangan zaman yang serba modern membuat banyaknya pelaku usaha baru bermunculan. Hal ini merupakan tantangan bagi para pelaku industri tradisional untuk terus berupaya memenangkan persaingan yang ada guna mempertahankan kelangsungan industri yang sudah lama dijalankan. Sehingga para pelaku industri pandai besi yang masih menggunakan teknologi tradisional dituntut untuk menentukan keberlanjutan usaha yang tepat agar usahanya mampu bersaing dan berkembang ditengah perkembangan zaman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keberlanjutan usaha yang diterapkan oleh para pengrajin sentra industri pandai besi tradisional di Desa Purwodeso dalam menghadapi persaingan usaha. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi para pengrajin dalam melakukan keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional di Desa Purwodeso untuk menghadapi persaingan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan melalui pengumpulan informasi, reduksi data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan dengan cara membeli bahan baku secara grosir, menambah modal dengan melakukan pinjaman individu, mengikuti pelatihan serta ikut magang, penggunaan mesin, pemasaran di lokasi industri dan meningkatkan fungsi kelompok usaha. Faktor pendukungnya adanya dukungan modal, tenaga kerja yang terampil, teknologi yang lebih modern, persaingan usaha untuk meningkatkan kreatif, pemasaran promosi ke yang lebih luas, manajemen sebagai tujuan perusahaan, bauran pemasaran digunakan sebagai pendekatan pemasaran modern. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu bahan baku yang mahal, keterbatasan modal, tenaga kerja yang kurang terampil, penggunaan teknologi tradisional, pemasaran hanya dilakukan antar individu, persaingan usaha yang dianggap tekanan, kurangnya tenaga kerja yang memiliki pengetahuan dibidang manajemen, bauran pemasaran yang lebih mementingkan strategi pemasaran secara tradisional.

**Kata Kunci : Keberlanjutan Usaha, Industri, Persaingan Usaha**

**ANALYSIS OF TRADITIONAL BLACKWORLD INDUSTRY CENTER  
BUSINESS SUSTAINABILITY IN FACING BUSINESS COMPETITION  
(Case Study of Blacksmith Craftsmen in Purwodeso Village, Sruweng  
District, Kebumen Regency)**

**By: Navisatun Az Zahra**

**NIM. 2017201014**

Email: [2017201014@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:2017201014@mhs.uinsaizu.ac.id)

Sharia Economics Study Program

Study Program of Sharia Economic Islamic Economic and Business Faculty State  
Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Along with the development of modern times, many new business actors have emerged. This is a challenge for traditional industry players to continue trying to win the existing competition in order to maintain the continuity of the industry that has been running for a long time. So, blacksmith industry players who still use traditional technology are required to determine appropriate business continuity so that their business is able to compete and develop amidst current developments.

This research aims to determine the sustainability of the business implemented by craftsmen at the traditional blacksmith industry center in Purwodeso Village in facing business competition. To find out the supporting and inhibiting factors faced by craftsmen in carrying out business continuity at the traditional blacksmith industrial center in Purwodeso Village to face business competition. This research use descriptive qualitative approach. The methods used in collecting data are interviews, observation and documentation. Data analysis techniques are carried out through collecting information, reducing data, and drawing conclusions.

The results of this research show that the sustainability of traditional blacksmith industrial centers in facing competition is by purchasing raw materials wholesale, increasing capital by making individual loans, taking part in training and apprenticeships, using machines, marketing at industrial locations and improving the function of business groups. The supporting factors include capital support, skilled labor, more modern technology, business competition to increase creativity, marketing promotions to a wider audience, management as a company goal, marketing mix used as a modern marketing approach. Meanwhile, the inhibiting factors are expensive raw materials, limited capital, unskilled workforce, use of traditional technology, marketing is only carried out between individuals, business competition which is considered pressure, lack of workers who have knowledge in the field of management, a marketing mix that prioritizes strategy traditional marketing.

**Keywords:** *Business Sustainability, Industry, Business Competition*

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 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	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ḥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal	Z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	Ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Za	<u>Z</u>	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
ه	ha'	H	ha
ء	Hamza h	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عِدَّة	ditulis	'iddah
--------	---------	--------

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

حكمة	ditulis	hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

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

- a. Bila diikuti dengankata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, makaditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karâmah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

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

زكاة الفطر	Ditulis	Zakât al-fitr
------------	---------	---------------

4. Vokal pendek

(◌ِ)	Kasrah	Ditulis	i
(◌َ)	Fathah	Ditulis	a
(◌ُ)	Dammah	Ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تانس	Ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furûd

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
أَعَدَّتْ	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

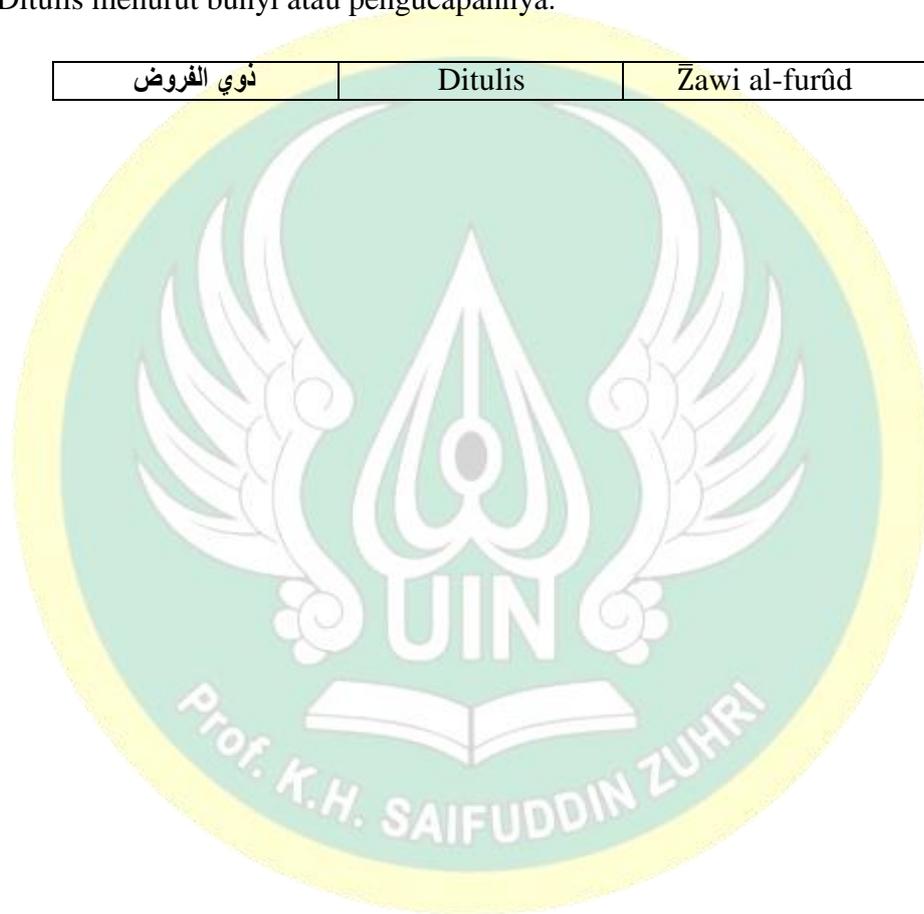
b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

**9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zāwi al-furûd
------------	---------	---------------



## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil 'alamin,*

Dengan segala nikmat, karunia dan ridho Allah *Subhanahu wa Ta'ala* karya ini mampu terselesaikan.

Karya ini saya persembahkan untuk:

Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa mendoakan di setiap waktu dan selalu mendukung dengan penuh kesabaran, ketulusan serta kasih sayang dalam setiap langkah penulis.

Kakak serta keluarga yang telah memberikan dorongan motivasi serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.

Almamater tercinta, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahiim*

Puji syukur atas kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya. Tak lupa *shalawat* serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad *صلى الله عليه وسلم*, kepada keluarga serta sahabat-sahabat-Nya. Berkaitan dengan selesainya skripsi yang berjudul “Analisis Keberlanjutan Usaha Sentra Industri Pandai Besi Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Pada Pengrajin Pandai Besi Di Desa Purwodeso Kecamatan Stuweng Kabupaten Kebumen)” dengan baik sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak dapat tercapai tanpa adanya bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. H. Sochim, Lc., M.Si., selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Enjen Zaenal Muttaqin, M.Ud., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, saran, serta dukungannya demi terselesainya

penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa sehat dan mendapat perlindungan dari Allah SWT atas segala kebaikan yang beliau berikan.

6. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Para pengrajin pandai besi di Desa Purwodeso yang dengan senang hati membantu memberikan informasi-informasi dan data yang dibutuhkan selama penyusunan sehingga penulis dapat menyusun tulisan ini dengan lancar.
8. Cinta pertama dan panutanku, Bapak Waryanto. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Pintu surgaku, Ibu Woro Sutarti. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tapi semangat memotivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Kepada kakak perempuan saya Tri yunani, terimakasih banyak atas dukungannya secara moril maupun materil, terimakasih juga atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
11. Teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2020 terutama kelas A, yang telah kebersamai, bantu membantu, dan saling merangkul. Semoga segala urusan teman-teman dalam mengerjakan tugas akhir berjalan dengan lancar juga.
12. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan tanpa terkecuali.
13. Untuk diri saya Navisatun Az Zahra terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang

ada. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.

Tidak ada kata yang dapat penulis sampaikan untuk mengungkapkan rasa terimakasih, kecuali do'a semoga amal baiknya diterima oleh Allah *Subhanahu Wa Ta'ala, jazaakumullah khairul jaza'a*. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. *Aamiin...*

Purwokerto, 27 Juni 2024

Navisatun Az Zahra

NIM. 2017201014



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	viii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasioanl.....	11
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	13
E. Kajian Pustaka.....	14
F. Sistematika Pembahasan.....	23
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Keberlanjutan Usaha .....	25
B. Industri .....	29
C. Persaingan Usaha .....	35
D. Manajemen .....	39
E. Pemasaran .....	41
F. Manajemen Pemasaran.....	46
G. Bauran Pemasaran.....	50
H. Landasan Teologis .....	51

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	56
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	56
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	57
D. Sumber Data.....	58
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Teknik Analisis Data.....	60
G. Uji Keabsahan Data.....	61

### **BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Pandai Besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebume.....	63
B. Keberlanjutan Usaha Sentra Industri Pandai Besi Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Usaha di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen.....	68

### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	81

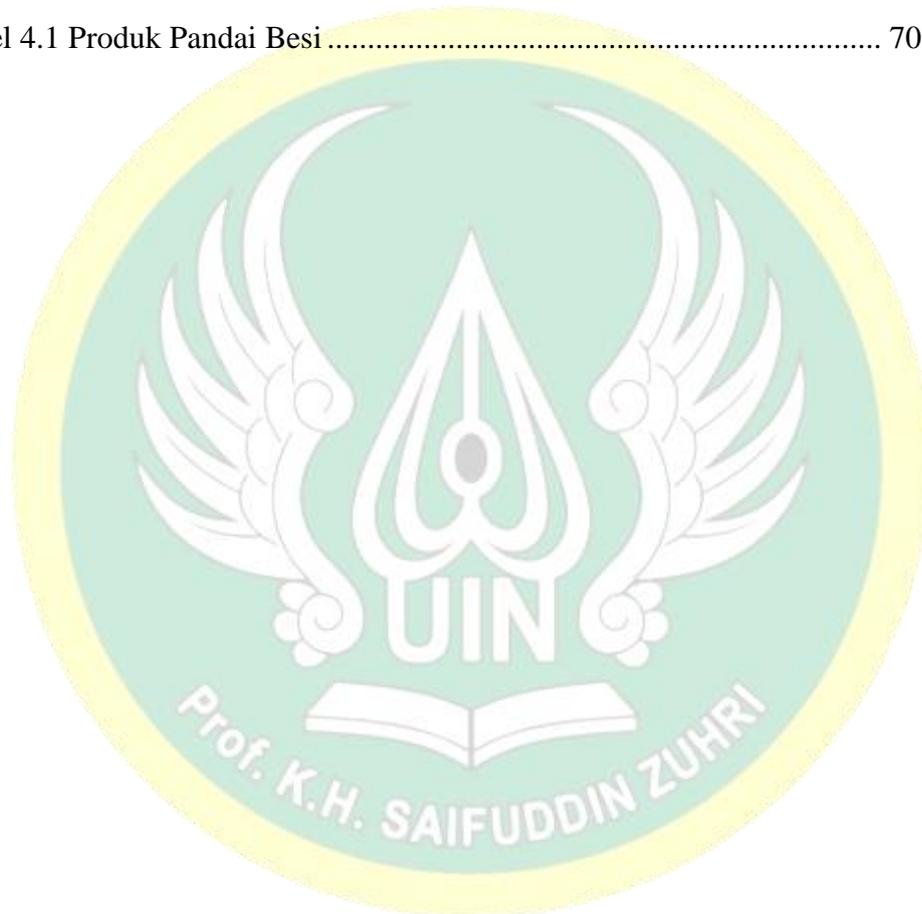
### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

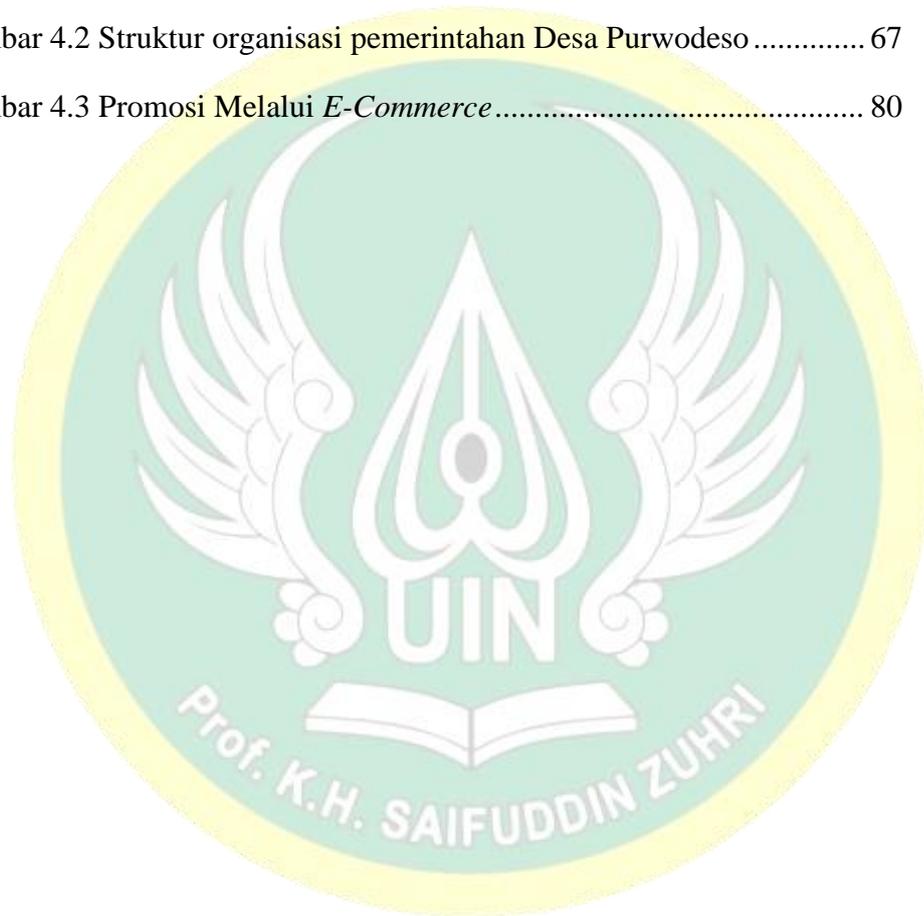
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data perkembangan jenis produksi .....	7
Tabel 1.2 Produk pandai besi .....	8
Tabel 1.3 Data Pendapatan.....	9
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 2.1 Klasifikasi industri berdasarkan jumlah tenaga kerja .....	28
Tabel 4.1 Produk Pandai Besi .....	70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Sektor usaha terbesar terhadap PDB Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Kerangka Teori.....	20
Gambar 2.1 Fungsi Manajemen .....	38
Gambar 3.1 Komponen dalam analisis data ( <i>Interactive model</i> ).....	60
Gambar 4.1 Lokasi Desa Purwodeso .....	65
Gambar 4.2 Struktur organisasi pemerintahan Desa Purwodeso .....	67
Gambar 4.3 Promosi Melalui <i>E-Commerce</i> .....	80





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perkembangan zaman yang serba moderen ini membuat banyaknya pelaku usaha baru bermunculan. Hal ini merupakan tantangan bagi para pelaku industri tradisional untuk terus berupaya memenangkan persaingan yang ada guna mempertahankan keberlanjutan usaha industri yang sudah lama dijalankan. Sehingga para pelaku industri yang masih menggunakan teknologi tradisional dituntut untuk menentukan keberlanjutan usaha yang tepat agar usahanya mampu bersaing dan berkembang ditengah perkembangan zaman. Untuk menghadapi kondisi tersebut, diperlukan adanya keberlanjutan usaha yang inovatif, kreatif, berbasis teknologi, dan berakar pada kearifan lokal.

Keberlanjutan usaha yang berbentuk badan usaha baik swasta, publik ataupun lembaga sosial kemasyarakatan, tentu mempunyai tujuan tersendiri yang merupakan motivasi bagi pendirinya. Demikian pula dengan usaha industri pengrajinan pandai besi ini tentu saja memiliki tujuan, dan keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan usahanya. Latar belakang menariknya penelitian terhadap usaha industri pengrajin pandai besi ini karena berdasarkan penelitian terdahulu diketahui dalam menghadapi persaingan usaha, walaupun banyak usaha pengrajin pandai besi lainnya yang menerapkan teori dan konsep keberlanjutan usaha konvensional. Oleh karena itu yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah keberlanjutan usaha yang sebagaimana diterapkan oleh pengrajin pandai besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen dalam menghadapi persaingan usaha.

Perkembangan dunia usaha saat ini di tandai dengan semakin tajamnya persaingan antara perusahaan. Peranan keberlanjutan usaha semakin penting dan menjadi tolak ukur bagi pebisnis. Keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh keberlanjutannya. Semakin banyak strategi berkelanjutan yang digunakan maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik pada produk yang

dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Assauri, 2016). Selain dari strategi berkelanjutan yang digunakan, perusahaan juga dituntut harus mengetahui selera konsumen. Perusahaan harus memberikan produk yang sesuai dengan yang konsumen inginkan agar tetap bisa memproduksi.

Keberlanjutan atau *sustainability* berasal dari kata *sustain* yang berarti berlanjut dan *ability* artinya kemampuan. Dalam istilah lain keberlanjutan adalah daya tahan suatu sistem dan proses. *Sustainability* adalah kemampuan suatu sistem usaha untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibentuk oleh alam dalam jangka waktu yang panjang. Konsep keberlanjutan usaha (*business sustainability*) mengasumsikan bahwa suatu usaha akan tetap berada dalam bisnisnya pada masa yang akan datang. Pelaku usaha selalu berusaha untuk mampu mencapai tujuan bisnisnya dan meningkatkan nilai bisnisnya (Puspitaningtyas, 2017)

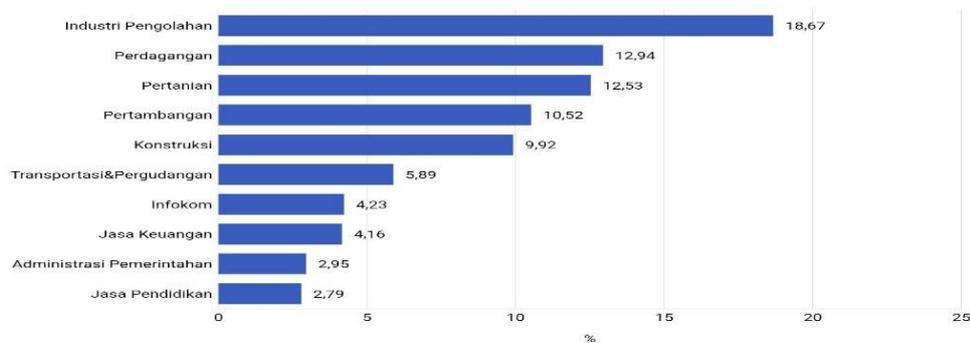
Sudah seharusnya dalam memasuki era globalisasi peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Karena perkembangan industri dan UMKM Indonesia sangat pesat, hal ini membuat kelompok usaha ini memiliki jumlah paling besar dan tahan terhadap guncangan krisis ekonomi (Aknolt, 2020). Tidak hanya itu, dengan banyaknya jumlah pelaku industri yang dari tahun ke tahun semakin bertambah membuat persaingan perindustrian saat ini juga semakin ketat. Hal inilah yang membuat para produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar mampu mempertahankan keberlangsungan industri sehingga memiliki daya saing yang unggul dan mampu berkompetisi ditengah ketatnya persaingan yang terjadi (Bambang, 2020).

Menurut Ahmad Hafie dan Ahmad Yunani dalam jurnalnya sektor industri bisa dikatakan mempunyai peranan sebagai sektor pemimpin (*Leading Sector*). *Leading sector* adalah sektor potensial yang dapat berperan sebagai penggerak bagi sektor-sektor lainnya, dengan adanya pembangunan pada sektor industri ini akan memacu dan mengembangkan sektor-sektor lain Sektor industri bisa menjadi penyokong perekonomian Indonesia dan

memiliki potensi yang sangat besar untuk bisa lebih berkembang dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini.

Industri pengolahan merupakan sektor yang memberikan kontribusi signifikan kepada perekonomian nasional karena mampu menyediakan kesempatan kerja bagi masyarakat, mengurangi angka pengangguran, mengurangi angka kemiskinan, penyerapan semangat untuk berwirausaha dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) (Hafie 2021).

10 Sektor Usaha dengan Kontribusi Terbesar terhadap PDB Indonesia (2023)



Sumber:  
Badan Pusat Statistik (BPS)

Informasi Lain:

Gambar 1.1 10 Sektor Usaha dengan Kontribusi Terbesar terhadap PDB Indonesia (2023).

Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), nilai perekonomian Indonesia berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) mencapai Rp 20.892,4 triliun pada tahun 2023. Indikator ini digunakan untuk melihat struktur ekonomi nasional.

Industri adalah sebuah kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara kimia, mekanis atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi atau setengah jadi, atau barang yang kurang nilai gunanya menjadi barang yang memiliki nilai guna lebih tinggi, dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir. Jadi pengertian industri yaitu perusahaan atau suatu usaha industri yang mempunyai satu unit (kesatuan usaha) bakal melakukan kegiatan ekonomi, dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi untuk memperoleh

pendapatan bagi para pelaku industri dan untuk dikonsumsi ataupun menikmati hasil produksi dari industri bagi para konsumen (Yunani, 2021).

Dalam perekonomian nasional, industri kecil merupakan suatu basis yang cukup besar dalam menunjang *ekspor non migas*, dan memperkuat struktur industri transformasi dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri. Industri kecil mempunyai peranan yang cukup kuat untuk mendorong restrukturisasi pedesaan kearah yang lebih berkembang, melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penyebaran industri dalam rangka mengantisipasi ketimpangan antara perekonomian di perkotaan dan pedesaan (Arnold, 2020). Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, persaingan usaha semakin ketat seiring dengan cepatnya perubahan.

Keberlanjutan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan menjadi strategi yang perlu diimplementasikan dengan langkah-langkah nyata. Menurut Fullerton kepuasan sebagai salah satu hasil yang diharapkan konsumen untuk direalisasikan dalam situasi pertukaran. Oleh karena itu, dalam diri individu akan timbul perasaan kegembiraan atau kekecewaan terkait dengan harapan dan pengalaman (Warsito, 2021). Semakin banyak pengusaha yang berkompetisi untuk menghasilkan produk serupa, ini akan menciptakan tingkat persaingan yang tinggi.

Persaingan adalah perlombaan antar perusahaan untuk mendapatkan sumber daya atau pelanggan yang sama. Untuk meraih keunggulan antar para pesaing, perusahaan harus menghasilkan barang dan jasa secara efisien serta harus mampu menjualnya dengan harga yang dapat mendatangkan cukup laba (Rafiqi, 2019). Saat ini, perkembangan industri kecil yang pesat menjadikan persaingan usaha semakin intens. Hal ini menjadi tantangan bagi para pengusaha untuk berhasil dalam persaingan, dengan tujuan mempertahankan kelangsungan industri mereka. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu membuat upaya keberlanjutan usaha yang memungkinkan usaha mereka tetap bersaing dan terus berkembang. Seperti terdapat pada QS. Al Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: *Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.* (QS. Al Baqarah (2) ayat 148).

Menurut Tafsir Kementerian Agama RI, surah Al Baqarah ayat 148 menjelaskan bahwa setiap umat memiliki kiblat masing-masing. Nabi Ibrahim AS dan Nabi Ismail AS menghadap ke Kakbah, Bani Israil menghadap ke Baitul Maqdis, dan orang Nasrani menghadap ke timur. Imam Ibnu Katsir dalam kitab tafsirnya mengatakan, Al-Aufi meriwayatkan dari Ibnu Abbas, yang dimaksud dengan “*setiap umat ada kiblatnya yang dia menghadap ke arahnya adalah semua pemeluk agama.*” “*Dengan kata lain kabilah mempunyai kiblatnya sendiri yang disukainya, dan kiblat yang diridhai oleh Allah ialah kiblat yang orang-orang mukmin menghadap kepadanya*” jelas Ibnu Katsir. Mujahid mengatakan dalam riwayatnya bahwa Allah SWT memerintahkan kepada semua kaum agar salat menghadap ke arah Kakbah.

Setiap umat mempunyai arah tertentu yang mereka jadikan sebagai kiblat, baik sifatnya kongkrit maupun abstrak. Salah satunya ialah perselisihan mereka tentang arah kiblat dan apa yang Allah syariatkan untuk mereka. Jadi, tidak ada masalah bila arah kiblat mereka bermacam-macam, jika hal itu berdasarkan perintah dan ketentuan Allah. Maka berlomba-lombalah kamu wahai orang-orang beriman untuk melakukan kebajikan yang diperintahkan kepadamu. Dan kelak pada hari kiamat Allah akan mengumpulkan kalian dari manapun kalian berasal untuk memberimu balasan yang setimpal dengan amal perbuatanmu. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. Maka tidak ada sesuatupun yang dapat menghalangi-Nya untuk mengumpulkanmu dan memberikan balasan kepadamu.

Meningkatkan keberlanjutan industri kecil dan menengah merupakan suatu usaha untuk memperbaiki perekonomian, karena potensinya memiliki dampak besar dalam menggerakkan perekonomian nasional. Pengembangan

industri kecil sebagai pelopor memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah-wilayah yang tidak terjangkau oleh modal besar. Industri kecil dan menengah memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian karena banyaknya masyarakat yang bergantung pada hasil produksi dari sektor ini. Secara sederhana produksi dapat dimaknai dengan proses memproduksi, membuat, menumbuhkan, atau menciptakan sesuatu barang sehingga memiliki nilai ekonomi (Ahmad, 2021).

Hal ini juga dirasakan oleh daerah-daerah di luar pusat kota besar, seperti yang terjadi di wilayah Kabupaten Kebumen. Wilayah ini sebenarnya memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, yang kemudian dikelola dan dikembangkan oleh usaha-usaha kecil yang tumbuh disekitar sana. Purwodeso merupakan desa di Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia. Purwodeso juga dikenal sebagai pusat pengrajin pandai besi. Produk andalannya adalah peralatan Bonsai yang telah berhasil dipasarkan ke berbagai wilayah di Indonesia. Industri pengolahan di Purwodeso yang telah berkembang sejak dulu hingga kini adalah usaha industri pandai besi.

Sentra industri pandai besi yang sudah berlangsung turun-temurun dan berjalan puluhan tahun ini tergolong industri kecil tradisional dimana pada proses produksinya para pelaku usaha masih menggunakan teknologi yang sangat sederhana, mesin yang digunakan dan alat perlengkapan modal dan produksi juga relatif sederhana serta lokasi produksi juga berada dikawasan wilayah pedesaan. Meskipun tergolong industri kecil tradisional, industri pandai besi ini dapat berjalan dan tetap menjalankan proses produksi hingga sekarang tahun 2024 serta mampu menghadapi banyak masalah yang terjadi, seperti keterlambatan pengiriman bahan, persaingan para pendatang baru dan perubahan teknologi.

Purwodeso menjadi salah satu pusat industri pandai besi terdapat di wilayah Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen. Meskipun pengrajin pandai besi tersebar di berbagai wilayah Kecamatan Sruweng, Desa Purwodeso telah dikenal luas sebagai sentra industri pandai besi yang

terkenal. Sruweng diakui sebagai wilayah utama industri pandai besi di Kabupaten, karena sebagian besar penduduknya menggeluti profesi ini. Pengrajin tersebut memulai usaha mereka dengan memanfaatkan keterampilan dan keahlian yang diperoleh dari pendidikan keluarga, teman, dan instansi terkait. Untuk dapat memenuhi permintaan pasar dalam ketatnya persaingan usaha yang terjadi saat ini serta agar dapat mempertahankan stabilitas penjualan maka dan meningkatkan volume produksi maka pemilihan strategi yang dilakukan dapat berfokus pada keadaan pasar yang telah ada.

Seperti halnya yang dilakukan oleh para pengrajin pandai besi di Desa Purwodeso bahwa dalam melakukan peningkatan penjualan barang hasil produksinya para pelaku industri pandai besi melakukan promosi hasil produksinya dengan cara memasang label sebagai ciri khas produknya. Adapula yang memanfaatkan jasa *sales promotion* untuk mempromosikan hasil produknya ke pasar-pasar. Selain itu, dengan semakin berkembangnya teknologi saat ini para pelaku industri sudah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu alat promosi yang dapat mengubah usaha mereka lebih berkembang dari sebelumnya. Sehingga pesanan yang masuk banyak yang dilakukan dengan cara *online*. Hal ini membuat barang-barang hasil produksi dari Desa Purwodeso sudah banyak dipasarkan secara luas hingga kesebagian wilayah di Indonesia.

Menurut data observasi yang dilakukan pada tanggal 19 November 2023 mengenai industri kecil atau kerajinan industri pandai besi terdapat 15 pusat industri pengrajin pandai besi di Desa Purwodeso, Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen. Mereka menggunakan bahan dasar logam besi dan baja. Sejak beberapa puluh tahun lalu, data menunjukkan bahwa industri pandai besi di Desa Purwodeso telah menjadi sumber penghidupan yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat. Kegiatan industri ini melibatkan produksi berbagai produk, seperti pisau, sabit, cangkul, catut, dan perlengkapan rumah tangga lainnya.

**Tabel 1.1 Data Perkembangan Jenis Produksi Industri Pandai Besi Di Desa Purwodeso Pada Tahun 2021-2023**

Jenis Produk	Tahun Produksi		
	2021	2022	2023
Golok	12.960	16.200	9.720
Pisau	14.400	16.200	18.000
Catut Bonsai	4.320	5.760	8.640
Garpu Tanah	2.160	1.080	2.160
Sabit	5.400	4.320	3.240
Cangkul	2.880	720	1.140
<b>Total</b>	<b>42.120</b>	<b>44.280</b>	<b>42.900</b>

*(Sumber: Wawancara Observasi 12 Juli 2024)*

Menurut data pada tabel di atas terlihat adanya kecenderungan peningkatan produksi dimana pada tahun 2021 total produksi meningkat lagi menjadi 42.120 buah. Selanjutnya pada tahun 2022 total produksi sebanyak 44.280 buah. Hal ini berarti telah terjadi peningkatan produksi. Dan pada tahun 2023 total produksi turun menjadi 42.900 buah.

Awalnya, industri ini fokus pada pembuatan senjata tradisional, tetapi seiring perkembangannya, mereka mulai memproduksi alat-alat yang dapat dikomersilkan dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Industri pandai besi di Desa Purwodeso termasuk dalam kategori Industri Kecil Menengah (IKM), karena menunjukkan bahwa ini merupakan bagian dari usaha rumah tangga yang dijalankan secara sederhana dan masih terbatas dalam pengelolaannya (Observasi pada tanggal 19 November 2023). Secara mendasar, tujuan dari upaya keberlanjutan usaha yang dilakukan oleh para pelaku industri pandai besi di Desa Purwodeso adalah menjaga kelangsungan usaha, meningkatkan profitabilitas, merawat identitas dan reputasi bisnis, serta mempertahankan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks keberlanjutan usaha, diperlukan strategi bersaing yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Strategi kompetisi ini bertujuan untuk mengungguli pesaing dengan memberikan nilai lebih kepada konsumen, seperti harga yang lebih terjangkau, manfaat yang lebih baik, atau layanan yang lebih cepat (Budiarta, 2019). Kerjasama menjadi unsur penting dalam pertumbuhan berkelanjutan suatu usaha. Sebagai seorang wirausaha, bekerja sama dengan pihak lain adalah keharusan, dengan memilih mitra yang memiliki kelebihan yang melingkupi diri sendiri dan memberikan manfaat baik pada diri sendiri maupun mitra kerjasama (Hamali, 2020).

Dalam pengamatan awal, kendala-kendala yang dihadapi oleh pengrajin pandai besi di Desa Purwodeso menarik untuk diteliti. Meskipun di era modern ini, mereka tetap mempertahankan pola tradisional dalam penggunaan peralatan produksi yang sederhana. Pandai besi merupakan bisnis yang membuat besi dengan cara dicairkan kemudian dibentuk menjadi suatu produk yang dapat dipasarkan. Berikut tabel usaha pandai besi yang ada di Desa Purwodeso:

**Tabel 1.2**  
**Produk Pandai Besi**

No.	Pemilik Produk	Produk	Harga Satuan
1	H. Aas	Golok	200.000 – 1.200.000
		Pisau	85.000 – 500.000
2	Rohman	Catut Bonsai	250.000 – 1.000.000
		Golok	150.000 – 1.200.000
3	Udin	Golok	100.000 – 1.200.000
		Garpu Tanah	150.000
4	Najang	Garpu Tanah	150.000
5	Aang Dudun	Golok	200.000 – 1.200.000
		Pisau	60.000 – 300.000
		Catut Bonsai	250.000 – 1.500.000
6	Mahmudin	Sabit	100.000 – 250.000

		Pisau	50.000 – 200.000
		Golok	200.000 – 500.000
7	Aceng	Garpu Tanah	150.000
		Cangkul	80.000 – 300.000
8	Erli	Golok	150.000 – 700.000
		Pisau	50.000 – 150.000
		Sabit	100.000 – 500.000
9	Ahyar	Catut Bonsai	200.000 – 1.500.000
10	Uci	Pisau	80.000 – 100.000
11	Jumnadi	Golok	100.000 – 700.000
		Cangkul	90.000 – 500.000
12	Enaz	Golok	100.000 – 700.000
13	Lili	Sabit	80.000 – 300.000
14	Didih	Catut Bonsai	250.000 – 1.000.000
15	Ibin	Golok	100.000 – 1.000.000

(Sumber: wawancara, observasi 29 November 2023)

Dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa pentingnya sebuah kerjasama dalam penentuan bauran pemasaran untuk mencapai analisis aspek pemasaran di mana tentukan strategi yang tepat dalam kelayakan produk yang akan dijual secara bersama-sama untuk mencapai hasil dan tujuan yang ingin tercapai pada produk tersebut (Sulasih dkk, 2021). Menerapkan bauran pemasaran berdasarkan teori dan mempermudah pelanggan dalam mengkonsumsi produk merupakan usaha Pandai Besi, disetiap masing-masing usaha memiliki jumlah pelanggan perhari dengan rata-rata berbeda.

Pandai Besi di desa Purwodeso merupakan usaha turun temurun yang masih berjalan hingga sekarang ini, karena dengan mengedepankan kualitas produk yang unggul dengan harga yang mudah dijangkau. Selain itu semakin banyak mengenal usaha ini karena mulai mengembangkan usahanya dengan cara memasarkan produknya di media sosial sehingga membuat usaha ini semakin dikenal masyarakat luas. Serta dengan menambah fasilitas pengiriman produk hingga ke luar Jawa membuat pelanggan yang berasal dari

luar Jawa lebih mudah memesan produk tersebut. Usaha ini telah berdiri sejak 1986, dengan memproduksi besi yang diolah menjadi alat-alat rumah tangga.

Menurut penelitian Widya Elga Pramesthi dalam skripsinya yang berjudul "Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan adalah dengan penetrasi pasar melalui promosi dan distribusi produk secara aktif, melakukan pengembangan produk dengan menjaga dan mempertahankan kualitas, membuat variasi produk baru sesuai fungsinya, mengikuti pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, dan menjalin kerjasama. Kemudian ada faktor pendukungnya antara lain kepercayaan konsumen, ketersediaan barang baku, adanya peran pemerintah dan dukungan modal (Pramesthi, 2020).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Keberlanjutan Usaha Sentra Industri Pandai Besi Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen)**".

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Keberlanjutan Usaha**

Keberlanjutan usaha adalah suatu usaha yang tetap berlangsung dari waktu ke waktu secara turun menurun dalam jangka panjang dengan kepemimpinan yang sama, sehingga dapat mempertahankan hasil produk yang dihasilkan (Jiwa, 2022). Keberlanjutan usaha akan terjadi dengan komitmen meningkatkan daya saing dengan terus meng-upgrade skill bisnis yang dimiliki. Dengan berfokus pada pelanggan sehingga memberikan pelayanan terbaik dengan menggunakan aplikasi dalam tata kelola keuangan. Guna usaha yang dibangun, pada saat nya dapat menjadi

lokomotif ekonomi bangsa yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan dapat mengurai benang kusut pengangguran.

## **2. Industri**

Industri merupakan suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan baku atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri meliputi segala bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri. Industri merupakan istilah yang sering digunakan dalam konteks ekonomi dan bisnis. Definisi industri dapat bervariasi tergantung pada fokus dan konteksnya (Ghozali, dkk 2024).

## **3. Persaingan Usaha**

Persaingan usaha merupakan usaha untuk memperlihatkan keunggulan masing-masing pihak yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang produksi, perdagangan dan lain sebagainya. Dalam konteks persaingan usaha atau bisnis adalah suatu usaha untuk menjadi yang terbaik diantara para penjual dalam menjalankan bisnis untuk mencapai keuntungan yang diinginkan dengan cara yang baik. Dengan demikian persaingan usaha atau bisnis adalah persaingan atau rivalitas yang terjadi di antara pelaku usaha yang secara independen berusaha untuk mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik juga (Fakhry, 2020).

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat dikatakan bahwa pentingnya keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan usaha. Maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : “Bagaimana keberlanjutan usaha yang diterapkan oleh para pengrajin sentra industri pandai besi tradisional di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen dalam menghadapi persaingan usaha?”

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keberlanjutan usaha yang diterapkan oleh para pengrajin sentra industri pandai besi tradisional di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen dalam menghadapi persaingan usaha.

### **2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

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

Sebagai keberlanjutan usaha produk dengan memperbaiki mutu dan mempertahankan kualitas produk serta membuat berbagai variasi produk baru sesuai dengan fungsinya, mengikuti pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan melakukan kerjasama.

#### **b. Secara Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

##### **1. Bagi Peneliti**

Dapat digunakan untuk mempraktekan teori-teori yang didapat selama mengikuti perkuliahan serta menambah pengetahuan dan wawasan, terlebih tentang keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha.

##### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan terkait keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan usaha.

##### **3. Bagi Pelaku Usaha Sentra Industri Pandai Besi**

Penelitian ini sebagai wujud peningkatan keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan usaha produk atau penambahan nilai yang pantas atau layak untuk dipasarkan dan didistribusikan kepada masyarakat luas terutama di Kota Kebumen

## **E. Kajian Pustaka**

### **1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan telah diuji kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang telah ditentukan atau digunakan. Ada beberapa penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai acuan didalam penelitian ini diantaranya yaitu:

Permana Ari Soejarwo, dkk (2019), dalam Jurnalnya yang berjudul “Analisis Keberlanjutan Usaha Budi Daya Rumput Laut di Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur”. Jurnal ini menjelaskan tentang penelitian yang bertujuan untuk menganalisis keberlanjutan usaha budi daya rumput laut dari faktor ekonomi, kelembagaan dan teknologi dengan menggunakan Rapid Appraisal For Fisheries (RAPFISH). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi usaha budi daya rumput pada faktor ekonomi mempunyai nilai indeks keberlanjutan 69,73 nilai tersebut masuk kategori cukup berkelanjutan (Soejarwo, 2019).

Yoga Tantular Rachman, dkk (2022) dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Strategi Pengelolaan Usaha Mikro dalam Upaya Menjaga Keberlanjutan Usaha (Studi Kasus pada Usaha Mikro Genki Yoghurt). Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan pengelolaan usaha mikro agar lebih efektif dan efisien untuk jangka panjang dalam upaya meningkatkan laba usaha dan keberlanjutan dari usaha tersebut melalui penerapan akuntansi manajemen seperti penetapan harga pokok penjualan, harga jual, lalu akuntansi keuangan dalam penyusunan laporan keuangan dan digitalisasi akuntansi, strategi pemasaran dan inovasi produk (Rachman, 2022).

Nur Asni Aulia, dkk (2021), dalam jurnalnya yang berjudul “Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian”. Hasil penelitian bertujuan untuk mengetahui keberlanjutan pedagang pakaian bisnis di pasar baru, Kabupaten Bantaeng, dengan memfokuskan pada tiga variable sebagai sampel penelitian, yaitu literasi kewirausahaan, digital literasi dan keberlanjutan usaha pada 3 responden sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan dengan cara wawancara, langsung pengamatan terhadap objek penelitian (Aulia, 2021).

Hendi Prihanti & Prisila Damayanti (2022), dalam jurnalnya yang berjudul “Faktor-faktor yang berpengaruh pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji dan Umrah”. Hasil penelitian tersebut bertujuan menjelaskan pengaruh prospek bisnis, citra, promosi, jaminan dan kepercayaan calon jamaah sebagai faktor yang mempengaruhi terhadap keberlanjutan usaha biro jasa perjalanan haji dan umrah. Hasil penelitian menyatakan bahwa prospek bisnis, promosi dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keberlanjutan usaha, sedangkan jaminan tidak berpengaruh (Prihanti & Damayanti, 2022).

Yuhendri L. V, (2022). Dalam jurnalnya berjudul “Inovasi untuk Keberlanjutan Usaha Kuliner”. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan inovasi yang dilakukan oleh pengusaha sanjai untuk keberlangsungan kuliner bisnis di Kota Bukittinggi. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi riset. Teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball* sampling. Informan kuncinya adalah pengusaha sanjai. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan Miles, Huberman, & Saldana proses analisis data penelitian kualitatif (Yuhendri, 2022).

Emma Nor Alfiani (2021). Dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Keberlanjutan Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus”. Hasil dari penelitian ini yaitu dengan cara berjualan melalui wa seperti membuat story, menjual barang dagangan yang tidak di jual di minimarket seperti es batu, obat eceran,dll. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu meningkatkan pendapatan pedagang dengan menggunakan listrik dan air seperlunya, melengkapi stok barang dagangan yang banyak di beli konsumen. Strategi keberlanjutan usaha yaitu dengan cara menawarkan jasa pengantaran barang, melayani pembelian secara online, berperilaku ramah dalam melayani pembeli (Alfiani, 2022).

Moh Afrizal Miradji, dkk (2020). Dalam jurnalnya berjudul “Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Menjalani New Normal Saat Pandemi Corona Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik”. Hasil dari penelitian ini yaitu pandemi Covid 19 yang telah melanda berbagai negara mengakibatkan beberapa dampak permasalahan keuangan khususnya bagi pelaku usaha. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya agar pelaku usaha kecil menengah tetap bertahan menghadapi tatanan kehidupan baru covid 19, salah satunya dengan memmberikan relaksasi pajak dan kredit. Pelaku usaha memiliki tantangan besar dalam menghadapi tatanan kehidupan baru covid 19 (Miradji,dkk 2020).

Widya Elga Pramesthi (2022). Dalam skripsinya yang berjudul ”Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan adalah dengan penetrasi pasar melalui promosi dan distribusi produk secara aktif, melakukan pengembangan produk dengan menjaga dan mempertahankan kualitas, membuat variasi produk baru sesuai fungsinya, mengikuti pendidikan dan

pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, dan menjalin kerjasama (Prameshti, 2020).

**Tabel 1.4**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Permana Ari Soejarwo, dkk Jurnal “Analisis Keberlanjutan Usaha Budi Daya Rumput Laut di Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur”. Dalam Jurnal “Sosek KP, Volume 14 No. 1 Juni 2019 : 37-46”.	Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberlanjutan usaha budi daya rumput laut dari faktor ekonomi, kelembagaan dan teknologi.	Persamaanya yaitu sama-sama menganalisis tentang keberlanjutan usaha.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Permana Ari Soejarwo membahas budi daya rumput laut, sedangkan yang akan penulis lakukan membahas tentang sentra industri pandai besi tradisional.
2	Yoga Tantular Rachman, dkk Jurnal “Analisis Strategi	Hasil penelitian ini bertujuan untuk	Persamaan dalam penelitian tersebut sama-	Perbedaan dari penelitian tersebut yaitu penelitian ini

	<p>Pengelolaan Usaha Mikro dalam Upaya Menjaga Keberlanjutan Usaha (Studi Kasus pada Usaha Mikro Genki Yoghurt). Dalam Jurnal “Abdikaryasakti, Volume 2 No. 2 Oktober 2022 : 75-96”.</p>	<p>membantu meningkatkan pengelolaan usaha mikro agar lebih efektif dan efisien untuk jangka panjang dalam upaya meningkatkan laba usaha dan keberlanjutan usaha tersebut.</p>	<p>sama menggunakan Metode penelitian deskriptif kualitatif</p>	<p>bertujuan untuk membantu meningkatkan pengelolaan usaha mikro. Sedangkan yang peneliti lakukan untuk mengetahui keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan usaha.</p>
3	<p>Nur Asni Aulia, dkk Jurnal “Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian”. Dalam Jurnal “Journal of Economic Education and Entrepreneurship</p>	<p>Hasil penelitian Bertujuan untuk mengetahui keberlanjutan pedagang pakaian bisnis di pasar baru, Kabupaten Bantaeng, dengan memfokuskan pada tiga variable sebagai sampel</p>	<p>Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode analisis pendekatan kualitatif, dan menjelaskan bagaimana keberlanjutan usaha</p>	<p>Perbedaan dari penelitian tersebut yaitu permasalahan dari penelitian ini adalah keberlanjutan usaha pada pedagang pakaian sedangkan yang peneliti lakukan yaitu keberlanjutan usaha pada pengrajin</p>

	Studies, Volume 2 No. 1 Juni 2021 : 110-126”.	penelitian.		pandai besi tradisional.
4	Hendi Prihanti & Prisila Damayanti, Jurnal “Faktor-faktor yang berpengaruh pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji dan Umrah”. Dalam Jurnal “Journal of Management and Business Review, Volume 19 No. 1 Januari 2022 : 29-48”	Hasil dari penelitian ini bertujuan menjelaskan pengaruh prospek bisnis, citra, promosi, jaminan dan kepercayaan calon jamaah sebagai faktor yang mempengaruhi terhadap keberlanjutan usaha biro jasa perjalanan haji dan umrah.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan keberlanjutan usaha.	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Hendi Prihanti dan Prisila Damayanti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan yang penulis lakukan dengan menggunakan kualitatif.
5	Yuhendri L. V, Jurnal “Inovasi untuk Keberlanjutan Usaha Kuliner”. Dalam Jurnal “Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi,	Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan inovasi yang dilakukan oleh pengusaha	Persamaan dari penelitian tersebut yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas	Perbedaan dari penelitian tersebut yaitu penelitian ini menjelaskan pada inovasi keberlanjutan usaha kuliner, sedangkan

	Volume 12 No. 1 April 2022 : 32-40”	sanjai untuk keberlangsungan kuliner bisnis di Kota Bukit Tinggi.	bagaimana keberlanjutan usaha yang dilakukan untuk menjalankan usaha.	yang penulis pada keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan usaha.
6	Ema Nor Alfiani, Jurnal “Analisis Keberlanjutan Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus”. Dalam Jurnal “Seminar Nasional Ke-Indonesiaan VI, November 2021 : 265-272”.	Hasil penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya masyarakat yang memilih belanja di minimarket daripada di kelontong, yang menyebabkan menurunnya omset toko kelontong.	Persamaan dari penelitian tersebut yaitu sama-sama menggunakan penelitian deskriptif dan kualitatif dan membahas keberlanjutan usaha.	Perbedaan dari penelitian tersebut yaitu subyek penelitian ini pada toko kelontong sedangkan yang penulis lakukan pada sentra industry pandai besi tradisional.
7	Moh Afrizal Miradji, dkk Jurnal “Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan	Hasil penelitian ini pada masa pandemic Covid-19 yang telah melanda	Persamaa dari penelitian tersebut sama-sama menganalisis keberlanjutan	Perbedaan dari penelitian tersebut yaitu penelitian ini diteliti pada masa

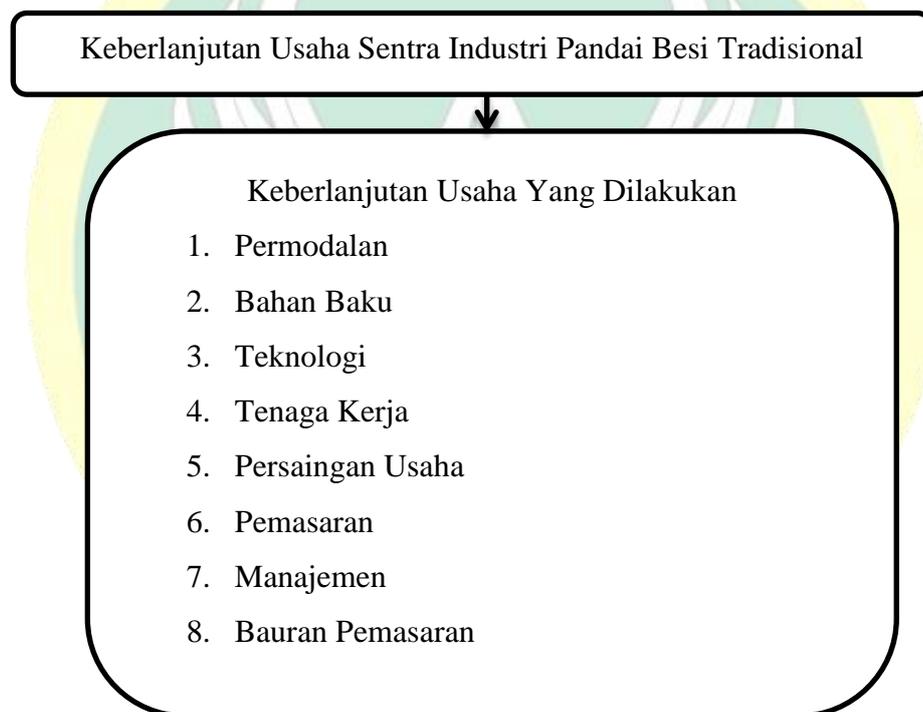
	Menengah Menjalani New Normal Saat Pandemi Corona Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik”. Dalam Jurnal “Jurnal Pengabdian Masyarakat, Volume 1 No. 2 Desember 2020”	berbagai Negara mengakibatkan beberapa dampak permasalahan keuangan khususnya bagi pelaku usaha.	usaha	pandemic Covid-19, sedangkan yang peneliti lakukan pada masa sekarang.
8	Widya Elga Pramesthi (2022), Dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan sentra industry pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha dan faktor pendukungnya antara lain kepercayaan konsumen, bahan baku	Persamaan dari penelitian tersebut yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas tentang menghadapi persaingan usaha.	Perbedaan dari penelitian tersebut yaitu penelitian ini membahas strategi pengembang n sedangkan yang penulis lakukan yaitu keberlanjutan usaha.

	Tulungagung)”. dan modal		
--	--------------------------	--	--

## 2. Kerangka Teori

Kerangka teori adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berpikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendeskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan. Berdasarkan teori diatas, maka dapat digambarkan kerangka teori dalam penelitian sebagai berikut:

**Gambar 1.2**  
**Kerangka Teori**



## F. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan dibawah ini akan diuraikan secara garis besar materi yang dibahas agar diketahui gambaran tentang penelitian ini dan supaya pembahasan dalam penelitian ini lebih efisien dan menjadi spesifik, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan untuk memandu pembaca ke substansi penelitian ini.

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Berisi tentang teori-teori dan hal-hal yang membahas tentang kajian teori analisis keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha di Desa Purwodeso kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen, kajian pustaka yang berisi penelitian terdahulu, dan landasan teologis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan penelitian dan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, subyek dan obyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan teknik analisis data.

## **BAB IV : PEMBAHASAN**

Hasil pengamatan dan pembahasan dari sumber data yang diperoleh, yang mencakup gambaran umum objek penelitian dan pembahasan serta penemuan-penemuan di lapangan yang kemudian dikomparasikan dengan apa yang selama ini ada dalam teori. Kemudian data tersebut dianalisis sehingga mendapatkan hasil data yang valid dari penelitian yang dilakukan dari analisis keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha di desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen.

## **BAB V : PENUTUP**

Merupakan bagian akhir dari penelitian ini yang berisi kesimpulan, saran dan penutup. Kesimpulan merupakan penemuan pemeriksaan dari suatu analisis yang bersifat konkrit karena merupakan solusi jawaban atas pokok dari permasalahan tersebut.





## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Keberlanjutan Usaha

##### 1. Definisi Keberlanjutan Usaha

Industri kecil menengah (IKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong utama dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Gerak industri kecil menjadi sangat penting karena industri kecil dapat menyerap banyak tenaga kerja serta membuka lapangan pekerjaan baru. Industri kecil juga dapat dengan mudah menyesuaikan diri dengan arah permintaan pasar bahkan memberikan kontribusi yang penting dalam kegiatan *ekspor* atau perdagangan luar negeri.

Keberlanjutan atau *sustainability* berasal dari kata *sustain* yang berarti berlanjut dan *ability* artinya kemampuan. Dalam istilah lain keberlanjutan adalah daya tahan suatu sistem dan proses. *Sustainability* adalah kemampuan suatu sistem usaha untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibentuk oleh alam dalam jangka waktu yang panjang. Konsep keberlanjutan usaha (*business sustainability*) mengasumsikan bahwa suatu usaha akan tetap berada dalam bisnisnya pada masa yang akan datang. Pelaku usaha selalu berusaha untuk mampu mencapai tujuan bisnisnya dan meningkatkan nilai bisnisnya (Puspitaningtyas, 2017)

##### 2. Indikator Keberlanjutan Usaha

Manajaemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Manullang, 2012). Dalam mengupayakan keberlanjutan usaha pada industri kecil manajemen pengelolaan sangatlah dibutuhkan untuk keberlangsungan proses industri serta eksistensi industri tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan sebuah industri adalah:

###### a. Permodalan

Setiap kegiatan usaha baik profit atau non profit senantiasa membutuhkan dana untuk modal yang digunakan untuk membelanjai

dan menjalankan usahanya. Pada dasarnya, dana atau modal yang dimiliki suatu industri digunakan untuk membiayai operasional kegiatan misalnya untuk membeli bahan dasar, bahan pembantu, membayar gaji para karyawan dan lain sebagainya. Dengan harapan melalui penjualan, perusahaan akan dapat memperoleh kembali dana yang telah dikeluarkan.

Menurut Muhammad Sharif Chaudhy (Chaudhy, 2012), modal adalah kekayaan yang dipakai untuk menghasilkan kekayaan lagi. Modal merupakan semua barang yang digunakan untuk produksi tidak untuk konsumsi, melainkan untuk produksi lebih lanjut. Mesin, peralatan, alat-alat pengangkutan, persediaan barang mentah, uang tunai yang di tanamkan dalam usaha dan sebagainya. Semua adalah contoh modal. Jadi, modal adalah kekayaan yang didapatkan oleh manusia melalui tenaganya sendiri dan kemudian menggunakannya untuk menghasilkan kekayaan lebih lanjut.

Menurut John Soeprihanto modal dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Modal menurut waktu pengeluarannya
  - a) Modal investasi adalah modal yang digunakan dalam jangka panjang, namun dapat dipakai secara berulang kali. Biasanya dilakukan pada awal pendirian usaha tersebut. Seperti modal berupa tanah, bangunan, mesin, ataupun peralatan.
  - b) Modal kerja adalah modal yang akan digunakan untuk melakukan pendanaan terhadap biaya operasional dari usaha yang dijalankan. Modal kerja ini akan digunakan dalam jangka waktu yang lebih pendek.
- 2) Modal menurut sumber dana
  - a) Modal sendiri, yaitu modal yang didapatkan dari pendanaan yang diperoleh dari diri sendiri.
  - b) Modal dari luar, yaitu modal yang diperoleh dari pihak luar dan bukan dari diri sendiri atau si pemilik usaha. Biasanya modal ini didapatkan dari bank, kerabat dekat, atau rekan bisnis.

b. Bahan Baku

Produksi yang dalam bahasa Inggris disebut *production* ialah suatu kegiatan mengenai pembuatan produk baik berupa fisik maupun berwujud jasa. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa produksi adalah proses yang berkenaan dengan pengubahan bahan baku atau bahan dasar menjadi barang atau jasa. Lancarnya proses produksi sangatlah dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dalam kuantitas ukuran yang sesuai porsi kebutuhan dalam keberlanjutan industri.

Menurut Hanggana, menyatakan bahwa bahan baku adalah sesuatu yang digunakan untuk membuat barang jadi, bahan pasti menempel menjadi satu dengan barang jadi (Hanggana, 2014). Lancarnya proses produksi tersebut akan membuat industri mampu memenuhi permintaan pasar pada jumlah dan waktu tertentu juga mampu untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya. Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan sebagai produk untuk menghasilkan barang jadi. Pada umumnya bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kerajinan terdiri atas dua jenis yaitu:

- 1) Bahan dari alam, yaitu kerajinan yang terbuat dari bahan alam atau kerajinan yang berbahan dasar dari bahan-bahan alam. Seperti bambu, kayu, rotan, tanah dan lain-lain.
- 2) Bahan buatan, yaitu kerajinan yang bukan terbuat dari bahan alam atau kerajinan yang terbuat dari bahan buatan seperti plastik, kaca, baja dan lain-lain.

c. Pemasaran

Pemasaran menurut Willian J. Stanton adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Pemasaran secara umum memiliki arti sebagai salah satu upaya untuk mengenalkan barang ataupun jasa melalui promosi agar para konsumen tertarik dan melakukan

pembelian demi tercipta penawaran yang kemudian dapat memenuhi kebutuhan masing-masing (Sari, 2018).

Didalam pemasaran ada beberapa tahap yang harus diperhatikan diantaranya:

1) Memilih tujuan menetapkan harga

Pertama-tama industri tersebut memutuskan dimana ingin memposisikan tawaran pasarnya. Semakin jelas tujuan suatu industri maka akan semakin mudah untuk menetapkan harga.

2) Menentukan permintaan

Setiap harga akan menghasilkan tingkat permintaan yang berbeda dan hal ini mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap tujuan pemasaran suatu industri.

3) Memperkirakan biaya

Untuk memperlancar keberlanjutan usaha sebuah industri harus melakukan kegiatan pemasaran agar produksi yang dihasilkan dapat dikenal dan agar mendapatkan permintaan dari konsumen. Dalam memasarkan produknya, pemilik usaha menggunakan pola hubungan dengan agen mitra dengan prinsip saling menguntungkan, saling membutuhkan, dan saling memperkuat. Melalui pola pemasaran seperti ini pemilik industri menjadi memiliki banyak relasi yang luas dengan mitra untuk memasarkan produknya lebih luas lagi.

d. Teknologi

Menurut Racmawan Budiarto, teknologi adalah dapat diartikan sebagai barang, alat, proses, metode, prosedur yang dapat digunakan untuk mempermudah pekerjaan manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Atau bisa didefinisikan sebagai keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia diawali dengan mengubah sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana (Budiarto, dkk 2016). Namun biasanya untuk industri kecil

masih sedikit menggunakan teknologi dalam memproduksi barang-barangnya dan kebanyakan hanya menggunakan tenaga manusia dalam kegiatan produksinya.

e. Tenaga Kerja

Tenaga kerja sinonim dengan manusia dan merupakan faktor keberlanjutan produksi yang amat penting. Bahkan kekayaan alam suatu negara tidak akan berguna jika tidak dimanfaatkan oleh manusia. Alam memang sangat dermawan bagi suatu negara dalam menyediakan sumber daya alam yang tak terbatas, tetapi tanpa usaha manusia semua tidak akan terpakai (Budiarto, dkk 2016).

## **B. Industri**

### **1. Definisi Industri**

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan baku atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri meliputi segala bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri. Industri merupakan istilah yang sering digunakan dalam konteks ekonomi dan bisnis. Definisi industri dapat bervariasi tergantung pada fokus dan konteksnya (Ghozali, dkk 2024).

### **2. Pengelompokan Jenis Industri**

Departemen Perindustrian mengelompokan industri nasional Indonesia dalam 3 kelompok besar yaitu:

a. Industri Dasar

Industri dasar meliputi kelompok Industri Mesin dan Logam Dasar (IMLD) dan kelompok Industri Kimia Dasar (IKD). Yang termasuk dalam IMLD antara lain industri mesin pertanian, elektronika, kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, aluminium, tembaga dan sebagainya. Sedangkan yang termasuk IKD adalah industri pengolahan kayu dan karet alam industri pestisida, industri

pupuk, industri silikat dan sebagainya. Industri dasar mempunyai misi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membantu struktur industri dan bersifat padat modal. Teknologi yang digunakan adalah teknologi maju, teruji dan tidak padat karya namun dapat mendorong terciptanya lapangan kerja secara besar.

b. Aneka Industri

Aneka industri adalah industri yang mengolah sumber daya hutan, industri yang mengolah sumber daya pertanian secara luas dan lain-lain. Aneka industri mempunyai misi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan atau pemerataan, memperluas kesempatan kerja, tidak padat modal dan teknologi yang digunakan adalah teknologi menengah atau teknologi maju.

c. Industri Kecil

Industri kecil meliputi industri pangan (makanan, minuman dan tembakau), industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi serta barang dari kulit), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penebitan, barang-barang karet dan plastik), industri kerajinan umum (industri kayu, rotan, bambu dan barang galian bukan logam) dan industri logam (mesin, listrik, alat-alat ilmu pengetahuan, barang dan logam dan sebagainya).

Industri di Indonesia dapat digolongkan kedalam beberapa macam kelompok. Industri didasarkan pada banyaknya tenaga kerja dibedakan menjadi 4 golongan, yaitu:

**Tabel 2.1**

**Klasifikasi Industri Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja**

No.	Industri	Jumlah Tenaga Kerja
1	Industri Besar	>100 Orang
2	Industri Sedang	20-99 Orang
3	Industri Kecil	5-19 Orang
4	Industri Rumah Tangga	1-4 Orang

- 1) Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih.
- 2) Industri sedang, memiliki jumlah tenaga kerja antara 20–99 orang.
- 3) Industri kecil, memiliki jumlah tenaga kerja antara 5–19 orang.
- 4) Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1–4 orang (BPS, 2022).

Berdasarkan karakteristik yang telah dipaparkan, Departemen Perindustrian memberikan penjabaran kategori industri kecil. Kategori Industri Kecil menurut Departemen Perindustrian (Wulandari, 2014) adalah sebagai berikut:

1) Industri Kecil Modern

Industri kecil modern meliputi industri kecil yang menggunakan teknologi proses madya (*intermediate process technologies*), mempunyai skala produksi yang terbatas, tergantung pada dukungan industri besar dan menengah dan dengan system pemasaran domestic dan ekspor, menggunakan mesin khusus dan alat-alat perlengkapan modal lainnya. Dengan kata lain, industri kecil yang modern telah mempunyai akses untuk menjangkau system pemasaran yang relatif telah berkembang baik di pasar domestik ataupun pasar ekspor.

2) Industri Kecil Tradisional.

Industri kecil tradisional pada umumnya mempunyai ciri-ciri antara lain, proses teknologi yang digunakan secara sederhana, mesin yang digunakan dan alat perlengkapan modal lainnya relatif sederhana, lokasi di daerah pedesaan, akses untuk menjangkau pasar yang berada di luar lingkungan yang berdekatan terbatas.

3) Industri Kerajinan Kecil

Industri kecil ini sangat beragam, mulai dari industri kecil yang menggunakan proses teknologi yang sederhana sampai industri kecil yang menggunakan teknologi proses madya atau malahan sudah menggunakan proses teknologi yang tinggi. Industri kecil di Indonesia memiliki berbagai jenis usaha. Keberadaan

industri kecil di Indonesia telah memiliki peran yang penting di dalam perekonomian nasional, terutama dalam aspek peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan *ekspor non migas* (Wulandari, 2014).

### 3. Kategori Industri

- a. Industri lokal adalah kelompok industri yang menggantungkan kelangsungan hidupnya kepada pasar setempat yang terbatas serta relatif tersebar dari segi lokasinya. Skala usaha kelompok ini umumnya terbatas sehingga sarana transportasinya juga sangat sederhana, seperti sepeda, gerobak atau pikulan.
- b. Industri sentra adalah kelompok jenis industri yang dari segi satuan usaha mempunyai skala kecil, tetapi membentuk suatu pengelompokan atau kawasan industri yang terdiri dari kumpulan unit-unit yang menghasilkan barang sejenis. Ditinjau dari segi tempat pemasarannya, kategori jenis industri sentra ini umumnya menjangkau pasar yang lebih luas dari jenis industri lokal.
- c. Industri mandiri adalah kelompok jenis industri yang masih tergolong industri kecil namun dalam pengolahan produknya mampu mengadaptasikan teknologi yang cukup canggih. Sedangkan target pemasarannya lebih luas dibandingkan dengan kedua industri kecil tersebut (Kimbal, 2015).

### 4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Industri

Secara garis besar faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kecil di pedesaan dapat dibedakan menjadi dua yaitu (Arief, dkk 2015):

1. Faktor *Internal*, merupakan faktor yang menyangkut kelancaran proses produksi, meliputi:

- 1) Bahan baku

Keberlangsungan dari suatu industri akan banyak bergantung pada kontinuitas pasokan bahan baku. Semakin mudah memperoleh bahan baku (dengan harga murah, mutu yang baik, dan jumlah yang cukup serta dalam waktu relatif cepat) dapat

memperlancar proses produksi. Hal yang perlu diperhatikan dalam karakteristik bahan baku berkaitan dengan lokasi industri adalah asal, jenis, jumlah, dan harga bahan baku.

## 2) Modal

Modal merupakan salah satu bentuk investasi awal yang menjadi penggerak di dalam suatu industri. Ketersediaan modal yang memadai dapat memberikan jaminan kepada kontinuitas faktor produksi yang lain. Jumlah modal yang dimiliki oleh suatu industri dapat mempengaruhi kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan.

## 3) Tenaga Kerja

Tingkat pendidikan dan ketrampilan serta keahlian tenaga kerja industri mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk. Kualitas dari pengusaha juga mempengaruhi perkembangan industri kecil yang dikelolanya. Orientasi industri juga dapat mengarah kepada tenaga kerja seiring dengan banyaknya faktor produksi yang digunakan. Lama usaha juga ikut mempengaruhi kualitas dari tenaga kerja yang bersangkutan. Hal ini disebabkan karena dengan lama menekuni suatu usaha maka tenaga kerja tersebut tentunya lebih berpengalaman dan lebih terampil dalam memproduksi barang ataupun jasa (Arief, 2015).

## 4) Teknologi

Kemajuan dan teknik industri dapat meningkatkan kemampuan industri yang bersangkutan untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik dan dalam jumlah yang cukup sehingga akhirnya dapat dijual dengan harga yang lebih bersaing. Beberapa faktor yang mempengaruhi di dalam karakteristik teknologi atau peralatan yang berkaitan dengan lokasi industri adalah jenis, jumlah, dan harga peralatan. Jenis peralatan yang dibutuhkan bagi setiap industri sangat beraneka ragam, sesuai dengan bidang industri yang dijalani. Mesin yang semakin canggih

pada umumnya menunjukkan produktivitas yang semakin tinggi, sebaliknya mesin membutuhkan keahlian yang makin khusus untuk mengoperasikan ataupun perawatan.

#### 5) Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong pemasaran diartikan sebagai perencanaan dan pelaksanaan konsep distribusi barang. Pelaksanaan konsep melalui proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan (Arief, 2015).

#### 2. Faktor *Eksternal* merupakan faktor-faktor yang mendukung faktor internal dalam membantu kelancaran suatu proses produksi. Faktor-faktor eksternal industri meliputi:

##### 1) Ekonomi

Ekonomi adalah suatu ilmu social yang mempelajari aktifitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa.

##### 2) Sosial Budaya

Sosial adalah cara tentang bagaimana para individu saling berhubungan satu sama lain. Sedangkan budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi.

##### 3) Kompetitif

Kompetitif atau keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri yang sama (Hidayati, 2018).

##### 4) Kebijakan Pemerintah

Kebijaksanaan pemerintah memberikan kemudahan prosedur bagi pengusaha dalam melaksanakan seluruh rangkaian produksi seperti kebijaksanaan pemerintah dalam membantu memperoleh bahan baku, modal, dan teknologi, kebijaksanaan

dalam melindungi dan membantu pemasaran produk industri kecil juga sangat mempengaruhi perkembangan industri kecil (Hidayati, 2018).

## **C. Persaingan Usaha**

### **1. Definisi Persaingan**

Persaingan usaha (bisnis) merupakan suatu istilah yang kerap kali muncul dalam berbagai literatur yang menjelaskan mengenai aspek hukum persaingan usaha. Kata persaingan berasal dari Bahasa Inggris yaitu *competition* yang memiliki arti persaingan atau suatu kegiatan bersaing, kompetisi, pertandingan. Persaingan adalah proses sosial yang melibatkan suatu seseorang atau kelompok sosial yang saling berlomba atau bersaing untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Menurut Fakhry Zamzam dan Havis Aravik persaingan adalah usaha untuk memperlihatkan keunggulan masing-masing pihak yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang produksi, perdagangan dan lain sebagainya. Dalam konteks persaingan usaha atau bisnis adalah suatu usaha untuk menjadi yang terbaik diantara para penjual dalam menjalankan bisnis untuk mencapai keuntungan yang diinginkan dengan cara yang baik. Dengan demikian persaingan usaha atau bisnis adalah persaingan atau rivalitas yang terjadi di antara pelaku usaha yang secara independen berusaha untuk mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik juga (Aravik, 2020).

### **2. Macam-macam persaingan usaha**

#### **a. Persaingan usaha sempurna**

Persaingan usaha sempurna yaitu struktur pasar atau industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli dan setiap penjual maupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar (Mukaromah, 2020).

b. Persaingan usaha tidak sehat

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan usaha di mana dalam menjalankan kegiatan produksi atau pemasaran barang dan jasa dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum dan menghambat persaingan usaha (Malaka, 2014). Adapun kegiatan persaingan usaha tidak sehat yaitu:

1) Monopoli

Praktik monopoli yaitu pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi atau pemasaran barang atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

2) Monopolistik

Pada pasar persaingan monopolistik terdapat unsur kompetisi yang didasarkan pada kenyataan bahwa terdapat banyak perusahaan atau produsen di mana tindakan satu produsen akan mempengaruhi produsen yang lain. tetapi juga terdapat unsur monopoli dimana perusahaan memproduksi barang yang homogen tapi masing-masing mempunyai perbedaan yang signifikan sehingga konsumen punya pilihan.

3) Oligopoli

Pasar oligopoli menunjukkan adanya produsen yang jumlahnya terbatas atau sedikit dan jumlah konsumen yang sangat banyak. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi atau pemasaran barang dan jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat (Nasution, 2012).

4) Pemboikotan

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha persaingannya yang dapat menghalangi pelaku usaha lain

untuk melakukan usaha yang sama dengan maksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan pemasaran suatu barang atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat (Febrina, 2017).

5) Perjanjian penetapan harga

Perjanjian penetapan harga adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tujuannya untuk menghasilkan laba yang setinggi-tingginya.

6) Perjanjian pembagian wilayah

Perjanjian pembagian wilayah dilarang karena pelaku usaha meniadakan atau mengurangi persaingan dengan cara membagi wilayah pasar atau alokasi pasar (Apriani, 2019).

**3. Unsur-unsur Persaingan Usaha:**

a. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia sebagai perilaku dan pusat pengendalian sebuah usaha atau bisnis. Bagi seorang muslim, usaha atau bisnis yang dilakukan untuk memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Dalam Islam sendiri memerintahkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan. Dengan landasan tersebut pesaing usaha atau bisnis tidak lagi diartikan sebagai usaha untuk mematikan pesaing lainnya, namun dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

b. Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karena bisnis atau usaha sendiri tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala macam cara adalah praktik yang harus dihilangkan dan di jauhi karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekanan bisnis atau pesaing bisnis atau usaha (Cahyani, 2016).

c. Objek yang dipersaingkan

Adapun keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing yaitu:

1) Persaingan produk

Menurut Erlina Alimin produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dipertimbangkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan ataupun kebutuhan konsumen (Alimin, 2022). Menurut William J. Stanton produk adalah sekelompok atribut fisik yang nyata terkait dalam sebuah bentuk yang dapat didefinisikan. Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang ataupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen untuk menghindari adanya penipuan dan kualitasnya terjamin (Sunyoto, 2014).

2) Persaingan harga

Michael J. Etzel mendefinisikan harga sebagai sebuah nilai yang dinyatakan dalam mata uang atau media moneter lainnya sebagai alat ukur. Dalam ilmu ekonomi, pengertian harga berkaitan dengan konsep nilai dan kegunaan. Nilai merupakan jumlah yang diberikan oleh suatu produk untuk ditukar dengan produk lain. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah barang, dilihat tidak murah dan tidak mahal yang bisa dikatakan setara dengan yang lainnya (Cahyani, 2016). Jika ingin memenangkan persaingan usaha atau bisnis, harga produk barang maupun jasa harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan menurunkan harga untuk menjatuhkan pesaing.

3) Persaingan tempat

Tempat yang digunakan sebaiknya tempat yang nyaman, bersih dan harus terhindar dari hal-hal yang diharamkan seperti gambar-gambar yang tidak baik, minuman keras dan sebagainya untuk menarik pembeli atau konsumen (Cahyani, 2016). Produsen

tidak akan mampu menyalurkan langsung kepada konsumen, oleh karena itu ada tiga aspek yang perlu diperhatikan yakni sistem transportasi, sistem penyimpanan dan sistem saluran distribusi. Sistem saluran distribusi disini berupa tempat yang nyaman dan strategis (Suryanto, 2016).

#### 4) Persaingan pelayanan

Menurut Erlina Alimin pelayanan merupakan suatu tindakan yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu dan lain-lain) yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun dilayani (Alimin, 2022). Menurut Indra Kanedi pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani yang tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan pada dasarnya merupakan tindakan nyata dan sebuah pengaruh yang bersifat tindakan sosial (Utami, 2017). Dengan demikian pelayanan harus diberikan dengan ramah dan juga sopan terhadap konsumen atau pelanggan.

#### 5) Layanan purna jual

Layanan purna jual ini merupakan servis yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan akad yang telah disepakati (Cahyani, 2016).

### **D. Manajemen**

#### **1. Definisi Manajemen**

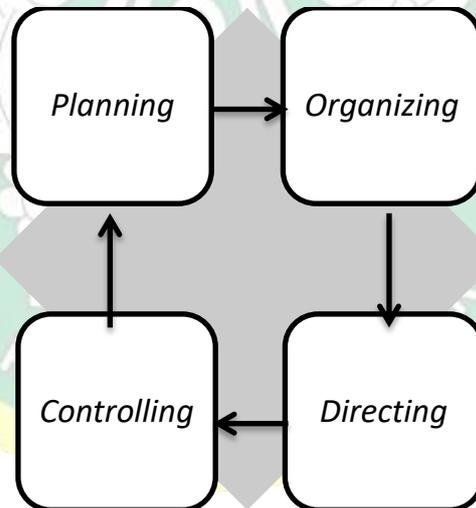
Menurut Stoner manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah diterapkan (Handoko, 2017). Dari definisi tersebut Stoner telah menggunakan kata proses bukan seni. Mengartikan manajemen sebagai seni mengandung arti bahwa hal tersebut adalah kemampuan atau keterampilan pribadi suatu proses adalah cara sistematis untuk melakukan pekerjaan. Pengertian Manajemen didefinisikan dalam

berbagai cara, tergantung dari titik pandang keyakinan serta pengertian dari pembuat definisi.

Secara umum pengertian manajemen adalah pengelolaan suatu pekerjaan untuk memperoleh hasil dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan dengan cara mengerakkan orang-orang lain untuk bekerja. Pengelolaan pekerjaan itu terdiri dari bermacam ragam, misalnya berupa pengolahan industri, pemerintah, pendidikan, pelayanan sosial, olahraga, kesehatan, keilmuan dan lain-lain. Bahkan hampir setiap aspek kehidupan manusia dimana terbentuk suatu kerja sama (organisasi).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen sangat diperlukan dalam suatu perusahaan, karena dengan manajemen maka proses atau tahapan dapat terarah dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka dalam proses manajemen harus menjalankan fungsinya dengan baik (Handoko, 2017).

## 2. Fungsi Manajemen



Gambar 2.1 Fungsi Manajemen

### a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah kegiatan merumuskan tujuan organisasi dan mengembangkan berbagai rencana untuk mencapai tujuan yang dimaksud. Proses perencanaan berarti bahwa para manajer dan

pemimpin perusahaan terlebih dahulu mempertimbangkan dengan hati-hati mengenai tujuan dan tindakan mereka.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah kegiatan mengatur sumber daya manusia yang ada dalam suatu organisasi untuk melaksanakan rencana yang telah direncanakan dan mencapai tujuan organisasi. Pada tahap ini, manajer atau pimpinan perusahaan memiliki peran yang menentukan dalam memutuskan pembagian pekerjaan kepada karyawan dan tindakan yang harus diambil. Sehingga dengan memetakan tugas yang ada, pimpinan dapat menentukan penempatan pegawai berdasarkan keahliannya (Efendi, 2014).

c. Pengarahan (*Directing*)

Pelaksanaan merupakan proses penggerak agar mencapai tujuan dengan cara dimana pegawai diberikan pengarahan dan komunikasi yang baik agar tidak lari dari tujuan yang telah ditetapkan (Aziz, dkk 2021). Fungsi ini melibatkan kualitas, gaya dan keuasaan pemimpin serta kegiatan-kegiatan kepemimpinan seperti komunikasi, motivasi dan disiplin (Handoko, 2017).

d. Pengawasan (*Controlling*)

Proses pengawasan merupakan tindakan untuk memastikan bahwa semua perencanaan, pengorganisasian, dan implementasi dilakukan sebagaimana dimaksud. Dalam hal ini, manajer atau pimpinan perusahaan harus selalu mengontrol penerapan rencana awal yang dikembangkan dalam kaitannya dengan tujuan perusahaan. Manajer dan pemimpin perusahaan harus waspada untuk mengambil langkah selanjutnya jika dianggap tidak tepat.

## E. Pemasaran

### 1. Definisi Pemasaran

Pada umumnya banyak orang yang menyatakan bahwa konsep pemasaran sama dengan konsep penjualan atau promosi periklanan. Padahal pada dasarnya penjualan dan promosi periklanan hanyalah bagian

kecil dari pemasaran. Perlu dipahami dalam arti yang lebih luas, definisi pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Kotler dan Keller, mengemukakan inti dari pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sasaran dari bisnis adalah mengantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan keuntungan (*Laba/Profit*). Untuk penciptaan dan menghantarkan nilai dapat meliputi fase memilih nilai, menyediakan nilai, mengkomunikasikan nilai.

Menurut Kotler dan Keller urutan penciptaan dan menghantarkan nilai melalui tiga fase yaitu:

- a. Fase memilih nilai, mempresentasikan “pekerjaan rumah” pemasaran yang harus dilakukan sebelum produk dibuat, staf pemasaran harus mensegmentasikan pasar, memilih sasaran pasar yang tepat dan mengembangkan penawaran positioning atau nilai STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*).
- b. Fase menyediakan nilai, pemasar harus menentukan fitur produk tertentu, harga, promosi, dan distribusi.
- c. Fase mengomunikasikan nilai, dengan mendayagunakan tenaga penjualan, promosi penjualan, iklan dan sarana komunikasi lain untuk mengumumkan dan mempromosikan produk.

Jadi pemasaran adalah bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan. Jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, maka produk-produk tersebut akan terjual dengan mudah (Saleh & Said, 2019).

## **2. Fungsi Pemasaran**

Pemasaran merupakan tugas terakhir dari kegiatan ekonomi dalam memuaskan kebutuhan hidup manusia. Dalam hal ini pemasaran memiliki

fungsi sebagaimana yang disampaikan oleh M. Fuad, dkk yaitu untuk menemukan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia serta menjual barang dan jasa tersebut ke tempat konsumen berada pada waktu yang diinginkan, dengan harga terjangkau tetapi tetap menguntungkan bagi perusahaan yang memasarkan (Fuad, 2020). Berdasarkan fungsi diatas dapat dipahami bahwa pemasaran memiliki posisi dan peran yang strategis dalam memenuhi kebutuhan konsumen setiap saat dengan mempertimbangkan aspek kemudahan bagi pembeli untuk mendapatkan barang tersebut, sehingga perusahaan dalam hal ini akan mendapatkan keuntungan.

Selain itu, ada beberapa fungsi pemasaran lain menurut Basu Swastha, diantaranya (Swastha, 2020):

a. Fungsi pertukaran, meliputi :

1) Fungsi pembelian.

Sebagai fungsi untuk pemenuhan barang yang tidak tersedia kemudian dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen yang selanjutnya dijual ke pasar. Fungsi ini dilakukan oleh pembeli untuk memilih jenis barang yang akan dibeli, kualitas yang diinginkan, kualitas yang memadai, dan penyedia yang sesuai.

2) Fungsi penjualan.

Sebagai fungsi untuk pemenuhan barang yang tidak tersedia kemudian dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen yang selanjutnya dijual ke pasar. Meliputi kegiatan-kegiatan untuk mencari pasar dan mempengaruhi permintaan melalui personal selling dan periklanan.

b. Fungsi penyediaan fisik, meliputi :

1) Fungsi pengangkutan.

Sebagai fungsi pemindahan barang dari tempat barang dihasilkan ke tempat barang dikonsumsi. Fungsi pengangkutan dapat dilakukan dengan menggunakan kereta api, kapal, truk,

pesawat udara, dan sebagainya. Selain itu, fungsi ini juga menjadi sarana perluasan pasar karena menghubungkan berbagai pihak.

2) Fungsi penyimpanan.

Sebagai fungsi menyimpan barang-barang pada saat barang selesai diproduksi hingga dikonsumsi. Fungsi ini dapat dilakukan oleh produsen, pedagang besar, pengecer, dan perusahaan-perusahaan khusus yang melakukan penyimpanan, seperti gudang umum (*public warehouse*).

c. Fungsi penunjang, meliputi :

1) Fungsi pembelian.

Sebagai fungsi untuk mendapatkan modal dari sumber eksternal guna menyelenggarakan kegiatan pemasaran. Atau bertujuan menyediakan dana untuk melayani penjualan kredit ataupun untuk melaksanakan fungsi pemasaran yang lain.

2) Fungsi penanggungan resiko.

Sebagai fungsi menghindari dan mengurangi resiko yang terjadi berkaitan dengan kegiatan pemasaran, seperti menanggung resiko kerugian perusahaan, merupakan kegiatan yang selalu ada di dalam semua kegiatan bisnis.

3) Standarisasi barang dan grading.

Standarisasi merupakan fungsi yang bertujuan menyederhanakan keputusan-keputusan pembelian dengan menciptakan golongan barang tertentu yang didasarkan pada kriteria seperti ukuran, berat, warna, dan rasa. Sedangkan grading mengidentifikasi golongan tersebut ke dalam berbagai tingkatan kualitas. Standarisasi dan grading sebagai fungsi tolak ukur serta filterisasi terhadap barang hasil produksi sebelum dikonsumsi.

4) Pengumpulan informasi pasar.

Sebagai fungsi untuk mengetahui kondisi pasar serta kebutuhan konsumen yang selanjutnya ditindaklanjuti oleh

perusahaan dalam melakukan aktivitas produksi. Pengumpulan informasi pasar, bertujuan mengumpulkan berbagai macam informasi pemasaran yang dapat dipakai oleh *manajer* pemasaran untuk mengambil keputusan.

Dari keseluruhan fungsi diatas diharapkan mampu mendorong kinerja perusahaan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi sehingga ketika dikonsumsi oleh konsumen mereka menjadi puas dan tujuan perusahaan pun tercapai.

### 3. Tujuan Pemasaran

Demi untuk mencapai keberhasilan harus berkeyakinan penuh, karena pemasaran akan dapat mencapai sasaran organisasi yang tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar, sasaran dan penyampaian kepuasan lebih efektif dan efisien dari pada pesaing. Ada tiga tujuan dari pemasaran yaitu :

- a. Konsumen potensial dapat mengetahui secara rinci dari produk yang di pasarkan oleh perusahaan, selanjutnya perusahaan juga dapat memenuhi permintaan konsumen atas produk yang sudah dihasilkan.
- b. Perusahaan mampu mengenal dan memahami konsumen sehingga barang yang di keluarkan oleh perusahaan cocok dengan apa yang diperlukan dan sesuai dengan harapan konsumen.
- c. Perusahaan mampu menjelaskan tentang seragkaiian kegiatan pemasaran mulai dari pengenalan produk, desain produk, manfaat produk, pengiklanan dan promosi produk, kemudian bagaimana komunikasi kepada konsumen, hingga menyampaikan produk ke angan konsumen.

Dari pengertian-pengertian diatas apat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan sekumpulan rancangan kegiatan yang berhubungan dengan bagaimana untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dari konsumen dan kegiatan pengembangan, pendistribusian, mempromosikan, serta menetapkan harga yang sesuai dengan produk atau jasa yang dihasilkan

kemudian agar tercapainya kepuasan pelanggan dan memperoleh keuntungan.

## **F. Manajemen Pemasaran**

### **1. Definisi Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan untuk memberdayakan sumber daya organisasi secara optimal, termasuk sumber daya manusia (SDM), modal, teknologi, dan materi untuk tercapainya tujuan perusahaan (Solihin, 2012). Manajemen pemasaran adalah kegiatan yang terkoordinasi dan dikelola dengan baik. Manajemen pemasaran yaitu proses menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk menjalin komunikasi dengan target pasar untuk memperoleh tujuan industri. Sedangkan konsep pemasaran yaitu sebuah falsafah bisnis yang menunjukkan bahwa memenuhi kebutuhan konsumen adalah persyaratan ekonomi dan sosial untuk kelangsungan hidup perusahaan (Swastha, 2015).

### **2. Tujuan Manajemen Pemasaran**

#### **a. Menciptakan *demand* atau permintaan**

Tujuan dilakukannya manajemen pemasaran atau marketing management adalah sebagai upaya untuk menciptakan permintaan atau (*demand*) melalui berbagai cara. Membuat cara yang berhubungan untuk mengetahui selera konsumen dan bagaimana preferensi konsumen terhadap barang atau jasa yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

#### **b. Meningkatkan keuntungan**

Tujuan marketing management atau manajemen pemasaran yang kedua, yaitu meningkatkan keuntungan. Tim pemasaran merupakan orang yang dipercaya untuk menghasilkan pendapatan di sebuah perusahaan. Keuntungan yang didapat diperoleh sebagai hasil dari penjualan barang atau jasa yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan atau pembeli.

c. Menciptakan pelanggan baru

Selain itu, perusahaan juga memiliki tujuan untuk mendirikan dan menjual produk atau jasa kepada pelanggan dan dibutuhkan strategi yang tepat. Jika suatu perusahaan ingin maju dan bertahan dalam berbisnis, maka akan menciptakan pelanggan baru menjadi hal yang krusial sehingga dibutuhkan analisis untuk memahami keinginan konsumen.

d. Memuaskan pelanggan

Suatu perusahaan menciptakan barang dan jasa tidak hanya untuk memperoleh pendapatan tetapi juga untuk memuaskan pelanggan. Oleh sebab itu, perusahaan harus terus mengembangkan dan mendistribusikan produk, baik barang atau jasa untuk memenuhi ekspektasi pelanggan untuk memberikan kepuasan. Jika konsumen tidak puas, maka bisnis tidak akan dapat menghasilkan pendapatan untuk memenuhi biaya dan untuk mendapatkan pengembalian modal yang wajar.

e. Mencitrakan produk yang baik di mata publik

Tujuan terakhir dari manajemen pemasaran yakni untuk membangun citra produk yang baik di dalam masyarakat. Tim pemasaran yang menyediakan barang dan jasa yang berkualitas untuk konsumen harus memasang harga wajar untuk menciptakan citra baik pada konsumen.

f. Penyebaran Informasi produk

Salah satu tujuan manajemen pemasaran adalah menyebarkan informasi produk ke para konsumen. Hal ini perlu dilakukan agar masyarakat mengetahui produk milik perusahaan. Sehingga hal ini dapat memudahkan para konsumen dalam memilih dan menentukan barang dan jasa yang ingin digunakannya. Selain itu, pelanggan juga akan lebih mengenal terkait barang atau jasa baru dari perusahaan tertentu (Kurniawan, dkk 2023).

### 3. Fungsi Manajemen Pemasaran

#### a. Analisis pasar

Meskipun harus dilakukan dengan baik, sayangnya tidak semua perusahaan memiliki bagian pemasaran atau penjualan yang menjalankan fungsi manajemen pemasaran. Akan tetapi, semua perusahaan pasti mempunyai dan melaksanakan berbagai elemen penting yang terdapat di dalam aktivitas pemasaran dan penjualan. Berlangsungnya aktivitas pemasaran dan penjualan untuk menganalisis bagaimana permintaan atau yang dibutuhkan pasar terkait produk yang dikeluarkan, untuk membuat konsumen baik konsumen baru dan konsumen lama tertarik menggunakan produk, jasa, atau fasilitas yang ditawarkan secara terus-menerus.

#### b. Segmentasi pasar

Fungsi manajemen pemasaran yang kedua adalah segmentasi pasar, segmentasi pasar merupakan kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan lebih terarah untuk membagi suatu pasar ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda, di mana pada setiap kelompok memiliki ciri yang hampir sama satu sama lain. Kegiatan pemasaran pada fungsi manajemen pemasaran ini adalah untuk menentukan strategi pasar yang lebih searah dan memfungsikan sumber daya di bidang pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien.

#### c. Menetapkan pasar sasaran

Fungsi manajemen pemasaran yang selanjutnya yakni memberikan nilai keaktifan setiap bagian kemudian memilih salah satu dari bagian pasar atau lebih untuk dilayani. Biasanya, kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi: evaluasi bagian pasar atau ukuran dan pertumbuhan bagian seperti data tentang usia nasabah. Bisa juga mengenai pendapatan, jenis kelamin dari setiap segmen, struktural yang menarik dilihat dari segi profitabilitas dan sasaran serta sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut.

d. Penempatan pasar

Dilakukan juga fungsi penempatan pasar pada manajemen pemasaran guna melakukan identifikasi posisi pesaing yang ada sebelum menentukan penempatannya sendiri. Menurut Kotler (1992), ada dua yaitu pilihan untuk menentukan penempatan pasar yaitu:

- 1) Menempatkan diri di sebelah salah satu pesaing yang ada dan berjuang untuk mendapatkan bagian pasar. Pimpinan bisa melakukan hal ini jika merasa perusahaan tersebut bisa membuat produk yang unggul dan memiliki pasar luas, serta memiliki lebih banyak sumber daya.
- 2) Mengembangkan sebuah produk yang belum pernah ditawarkan sebelumnya kepada pasar. Hal ini juga perlu dibarengi dengan melakukan manajemen yang baik sebelum mengambil keputusan, karena secara teknis, produk di pasar akan berubah dengan cepat, ekonomis, dan dapat dibuat lebih unggul.

Oleh sebab itu, pilihan kedua tersebut sangat penting diperhatikan dan dilakukan perencanaan yang baik agar jumlah produksi yang dikeluarkan maksimal serta jumlah konsumen yang suka dengan produk tersebut memadahi.

e. Perencanaan pemasaran

Perencanaan pemasaran di dalam fungsi manajemen pemasaran ini merupakan aktivitas pemasaran yang dilakukan sebuah perusahaan dan harus dikoordinasikan dan diarahkan agar tercapai tujuan perusahaan secara umum dan tujuan di bidang pemasaran secara khusus (Kurniawan, dkk 2023).

## G. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

### 1. Definisi Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan sekumpulan variable pemasaran, dikendalikan dan dipergunakan oleh perusahaan dalam mencapai sasaran

serta tujuan perusahaannya (Sulasaih, 2021). Hal ini digunakan untuk menciptakan produk yang ditawarkan, menetapkan harga, memberikan informasi kepada konsumen, serta digunakan untuk menentukan dimana penawaran dapat diakses. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*).

a. Produk (*Product*)

Segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang melingkupi kualitas, ciri, merk, kemasan, pelayanan, garansi, dan lainnya. Produk merupakan hal paling penting dalam strategi marketing yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan dalam memasarkan barang maupun jasanya, karena melalui hal inilah perusahaan dapat menarik minat konsumen dengan memberikan produk yang sesuai kebutuhan, memiliki mutu terbaik, berkinerja, ataupun inovatif.

b. Harga (*Price*)

Nilai dari suatu barang yang diukur dengan uang, termasuk daftar harga, promo, jangka waktu pembayaran, syarat kredit. Harga memegang peranan penting dalam proses terjadinya kesepakatan dalam jual beli. Dalam menentukan pilihan, harga tentunya menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan.

c. Tempat (*Place*)

Berkaitan dengan proses distribusi yang merupakan kegiatan perusahaan yang saling berkaitan agar dapat menjadikan suatu produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi, dalam hal ini termasuk lokasi, persediaan transportasi, dan cakupan pasar. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau tentunya juga menjadi faktor pendukung terhadap keputusan membeli suatu barang atau jasa.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan bagian dari komunikasi yang bertujuan memberikan penjelasan agar dapat meyakinkan calon nasabah konsumen mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Proses

pemasaran ini dapat dilakukan dengan cara periklanan, *public relation*, dan tenaga penjualan. Kegiatan promosi menjadi faktor pendukung lainnya terhadap keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa.

## H. Landasan Teologis

Konsep keberlanjutan menjadi semakin penting dalam era modern ini, di mana tantangan lingkungan dan kebutuhan ekonomi yang berkelanjutan semakin kompleks. Dalam perspektif Islam, konsep keberlanjutan memiliki dasar-dasar yang kuat dalam ayat-ayat Al-Qur'an yang mengajarkan nilai-nilai lingkungan dan prinsip-prinsip ekonomi yang seimbang. Pandangan lingkungan dalam Al-Qur'an secara tantangan menyampaikan bahwa alam semesta dan segala isinya adalah ciptaan Allah, yang ditempatkan di bawah perawatannya. Manusia dianggap sebagai khalifah (pengelola) di bumi, bukan penguasanya. Dalam Surah Al-A'raf (7:31)

يٰٓبٰنِيٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِيْنَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap masjid, dan makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf: 31).

Al-Aufi meriwayatkan dari Ibnu Abbas sehubungan dengan makna firman-Nya: “Pakailah pakaian kalian yang indah pada setiap (memasuki) masjid” (Al-A'raf: 31), hingga akhir ayat. Bahwa dahulu (di masa Jahiliyah) kaum lelaki biasa tawaf sambil telanjang. Maka Allah memerintahkan mereka untuk memakai pakaian yang indah-indah (setelah masa Islam). Yang dimaksud dengan istilah dalam ayat ini ialah pakaian, yaitu pakaian yang menutupi aurat, terbuat dari kain yang baik dan bahan lainnya yang dapat dijadikan pakaian. Mereka diperintahkan untuk memakai pakaiannya yang indah di setiap memasuki masjid.

Dari ayat diatas, kita dapat mengambil pelajaran tentang pentingnya pengelolaan sumber daya alam dengan penuh tanggung jawab dan hemat. Prinsip ini sesuai dengan konsep keberlanjutan modern yang mendorong penggunaan sumber daya dengan bijak agar dapat memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan.

Keadilan dan redistribusi ekonomi Al-Qur'an juga menekankan pentingnya keadilan dalam aspek ekonomi. Konsep zakat, infaq, dan shadaqah yang dijelaskan dalam berbagai ayat menggarisbawahi pentingnya berbagi kekayaan dengan mereka yang kurang beruntung. Dalam Surah Al-Baqarah (2:267)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا  
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

*“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.”* (QS. Al-Baqarah: 267).

Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah Markaz Ta'dzhim al-Qur'an di bawah pengawasan Syaikh Prof. Dr. Imad Zuhair Hafidz, professor fakultas al-Qur'an Univ Islam Madinah. Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk bersedekah dengan harta terbaik yang mereka dapatkan dan yang Allah berikan dari hasil bumi, seperti pertanian, perkebunan, dan barang tambang. Dan Allah melarang mereka sengaja berinfak dengan harta yang buruk, sebab jika mereka diberi harta yang demikian, merekapun tidak mau menerimanya kecuali dengan hati yang enggan. Maka bagaimana kalian berinfak dengan harta yang demikian untuk melaksanakan kewajiban yang Allah berikan. Dan ketahuilah Allah Maha Kaya dari sedekah kalian, dan Maha Terpuji dalam segala perbuatan dan firman-Nya.

Dari ayat diatas, kita bisa belajar bahwa konsep ekonomi yang berkelanjutan harus mendasarkan pada prinsip keadilan dan pembagian yang merata. Melalui mekanisme seperti zakat dan infaq, masyarakat dapat membantu mengurangi kesenjangan ekonomi dan memberikan peluang kepada yang kurang beruntung, sehingga menciptakan fondasi ekonomi yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Penghindaran pemborosan Al-Qur'an juga menegaskan penghindaran dari tindakan pemborosan. Dalam Surah Al-Isra (17:26-27)

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ۲٦ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا  
إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط ۚ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ۲٧

*“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”* (QS. Al-Isra: 26-27).

Sesungguhnya orang-orang yang menggunakan harta mereka dalam kemaksiatan, dan orang-orang yang menghambur-hamburkannya secara boros adalah saudara-saudara setan, mereka mentaati segala apa yang diperintahkan para setan tersebut berupa sikap boros dan menghambur-hamburkan harta, padahal setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya, ia tidak beramal kecuali dengan amalan maksiat, dan tidak pula memerintahkan kecuali dengan perintah yang mengundang kemurkaan Tuhannya. (Tafsir al-Mukhtashar).

Dari ayat diatas, kita dapat belajar bahwa pemakaian sumber daya alam dan ekonomi yang bijak harus menghindari pemborosan. Konsep ini sejalan dengan upaya global dalam mencapai keberlanjutan, di mana mengurangi pemborosan dan merangsang inovasi yang lebih efisien menjadi sangat penting.

Pengelolaan aset dan kepemilikan Ayat-ayat Al-Qur’an juga membahas tentang kepemilikan dan pengelolaan harta. Dalam Surah Al-Isra (17:31)

وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ خَشْيَةَ إِمْلَاقٍ ۚ نَحْنُ نَرْزُقُهُمْ وَإِيَّاكُمْ ۚ إِنَّ قَتْلَهُمْ كَانَ خِطَاً كَبِيرًا ۚ ۳١  
*“Dan janganlah kamu membunuh anak-anakmu karena takut miskin. Kamiilah yang memberi rezeki kepada mereka dan kepadamu. Membunuh mereka itu sungguh suatu dosa yang besar.”* (QS. Al-Isra: 31).

Tafsir Al-Wajiz Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, pakar fiqih dan tafsir negeri Suriah mengatakan *“Dan janganlah kalian membunuh anak-anak kalian karena takut fakir, sebagaimana yang dilakukan sebagian orang-orang bodoh. Kami memberi rejeki anak-anak kalian juga diri kalian. Dan kalian bukanlah pemberi rejeki. Dan yang berlalu di sini adalah rejeki anak, karena sesungguhnya pembunuhan itu dilakukan karena takut fakir dengan adanya mereka. Dan yang berlalu dalam urusan binatang ternak adalah rejeki bapak*

*karena pembunuhan itu karena kefakiran bapak. Sesungguhnya pembunuhan mereka itu adalah dosa besar (agung).”*

Dari ayat diatas, kita bisa mengambil pelajaran bahwa pemakaian harta dan sumber daya alam harus dilakukan dengan hati-hati dan seimbang. Prinsip ini sangat relevan dalam konteks keberlanjutan, di mana pemakaian yang berlebihan dan merusak lingkungan dapat mengancam masa depan generasi mendatang.

Ayat-ayat Al-Qur'an memberikan panduan yang kuat untuk mencapai keberlanjutan dalam aspek lingkungan dan ekonomi. Konsep-konsep seperti pengelolaan sumber daya, keadilan ekonomi, pembagian harta, dan penghindaran pemborosan sangat relevan dalam usaha global untuk mencapai keberlanjutan. Dengan menerapkan nilai-nilai ini dalam tindakan sehari-hari dan kebijakan ekonomi, kita dapat berkontribusi pada menciptakan dunia yang lebih berkelanjutan, adil, dan harmonis, sesuai dengan ajaran Al-Qur'an yang mengarahkan kita untuk menjadi pengelola bumi yang baik.

Pemberdayaan ekonomi bagi umat Islam menurut ajaran al-Qur'an adalah membebaskan individu dari ketidakadilan, meningkatkan potensi dirinya, menanamkan rasa kasih sayang kepada sesama, membimbingnya guna memperoleh kepuasan bertempat tinggal di alam kehidupan dan di alam baka. Berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi umat Islam termasuk berperan dalam menghapus praktik riba, perdagangan manusia, monopoli kekayaan dan kekuasaan yang mengakibatkan kemiskinan, kelaparan, dan ketakutan. Untuk meningkatkan status ekonomi umat Islam, sangat penting untuk mendapatkan dukungan pemerintah dan meningkatkan kesadaran di kalangan umat Islam untuk mencapai kesejahteraan bersama (Khoiri, 2013).



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang dalam mengumpulkan datanya dilakukan secara langsung dari lokasi penelitian. Sedangkan untuk jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian deskriptif (*description research*) yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini penulis tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti, artinya penulis tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian.

Dalam kegiatan penelitian ini penulis hanya memotret apa yang terjadi pada diri objek atau wilayah yang diteliti, kemudian memaparkan apa yang terjadi dalam bentuk laporan penelitian secara lugas, seperti apa adanya. Penelitian ini meneliti tentang keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data utama peneliti menggunakan wawancara kemudian mencari tahu kebenaran dengan melakukan suatu observasi (penelitian) yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dari lapangan. Sehingga dari pemilihan jenis dan pendekatan penelitian tersebut peneliti akan melakukan penelitian secara kualitatif dan selanjutnya disajikan dengan deskripsi hasil penelitian.

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

##### 1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen. Alasan peneliti mengambil lokasi ini karena Desa Purwodeso terkenal sebagai wilayah sentra industri pandai besi

yang cukup terkenal di Kebumen. Melihat keberhasilan industri yang keberadaannya masih berlangsung hingga sekarang peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi ini. Meskipun pada saat ini keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi yang dilakukan masyarakat masih secara tradisional, namun diharapkan usaha ini dapat lebih berkembang ditengah persaingan pasar yang semakin ketat.

## 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan November 2023 sampai dengan bulan Juni 2024.

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian yang akan dilakukan pada pengrajin pandai besi tradisional di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen. Kehadiran peneliti adalah untuk memperoleh data ataupun informasi yang diperlukan dalam melakukan penelitian. Subjek penelitian yaitu berhubungan dengan apa atau siapa yang diteliti atau bisa disebut sebagai informan. Dengan kata lain sumber data penelitian berupa orang, benda, dokumen, maupun proses kegiatan dan lain sebagainya (Abdussamad, 2021).

### 2. Objek Penelitian

Objek Penelitian kaitannya berupa orang, benda, transaksi, atau kejadian dari variabel penelitian (Hardani, 2020). Objek yang menjadi sasaran penelitian ini adalah terkait tentang keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, peneliti hadir untuk menggali informasi mengenai keadaan industri pandai besi yang ada di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen.

## D. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder, sebagai berikut:

### 1. Data primer

Data primer yaitu data dalam bentuk verba atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek (informan) yang dapat dipercaya. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data yang diperoleh secara langsung dengan melakukan observasi secara langsung di lapangan dan wawancara kepada pelaku usaha sentra industri pandai besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen (Siyoto, 2015).

### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen grafis (tabel, catatan, notulen) foto, rekaman video dan sebagainya yang dapat memperkaya data primer. Data sekunder juga data yang dikumpulkan atau yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada (Siyoto, 2015). Pada umumnya, data sekunder diperoleh dari riset perpustakaan yang terkait dengan masalah yang akan dibahas, yaitu tentang keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2013) Penelitian ini akan menggunakan tiga jenis teknik pengumpulan data. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut yaitu: observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

### 1. Observasi (pengamatan)

Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan sesuai dengan fakta (Sugiyono, 2022). Observasi merupakan suatu proses pengamatan yang kompleks, dimana peneliti melakukan

pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Observasi merupakan alat pengumpul data, yakni dengan melihat dan mendengarkan. Untuk melakukan observasi pada penelitian ini, maka peneliti datang langsung ke lokasi penelitian yaitu para pemilik industri pandai besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen.

## 2. Wawancara

Wawancara sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan peneliti. Ada dua bentuk wawancara yang dapat digunakan yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu wawancara yang pertanyaannya sudah dipersiapkan terlebih dahulu oleh peneliti sehingga dapat terstruktur pada saat menanyakan kepada narasumber yang bersangkutan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur yaitu saat wawancara peneliti tidak memiliki pedoman yang disusun terlebih dahulu kepada narasumber atau disebut secara spontan dalam mengajukan pertanyaan (Sugiyono, 2022).

## 3. Dokumentasi

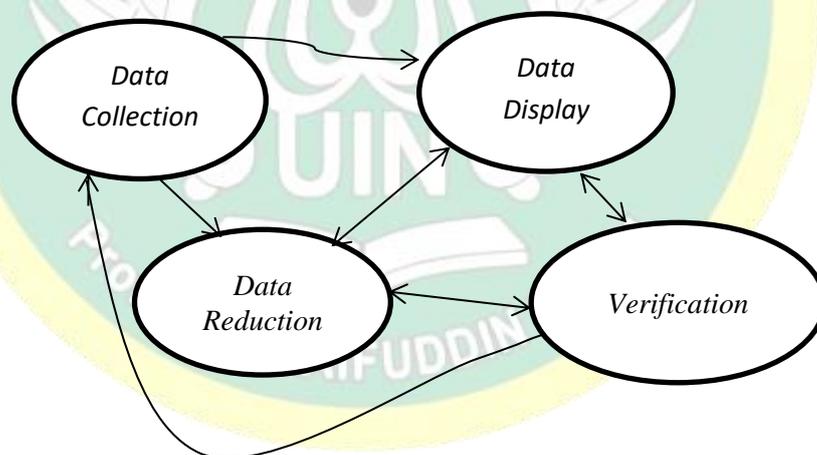
Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek (Herdiansyah, 2012). Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini menyangkut sumber data baik yang berasal dari catatan atau laporan dalam bentuk arsip data yang berkaitan dengan “Analisis Keberlanjutan Usaha Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen”.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif disebut juga teknik analisis data *non statistic* yaitu teknik analisis

data yang digunakan untuk mengolah data-data yang tidak berkaitan langsung dalam penelitian. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang telah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi resmi, gambar, foto dan sebagainya. Analisis dilakukan terhadap data berdasarkan logika induktif.

Analisis akan bergerak dari sesuatu hal yang khusus atau spesifik, yaitu yang diperoleh dilapangan, kearah suatu temuan yang bersifat umum, yang akan muncul lewat analisis data berdasarkan teori yang digunakan. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Menurut Miles dan Huberman untuk menganalisis penelitian ini, maka dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut (Sugiyono, 2022):



Gambar 3.1 Komponen dalam analisis data (*Interactive Model*)

#### 1. Reduksi Data ( *data reduction* )

Reduksi data merupakan langkah atau proses pemilihan, perumusan, penyederhanaan, pengabstrakan, transparansi data kasar yang muncul dari catatan lapangan dan menonjolkan pada hal yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan atau untuk

mempertajamkan data yang diperoleh. Oleh karena itu, langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan perampingan data dengan cara memilih data yang penting kemudian menyederhanakan dan mengabstraksikan.

## 2. Penyajian data (*data display*)

Tahap penyajian data meliputi pengklarifikasian dan identifikasi data, yaitu menuliskan kumpulan data yang terorganisir dan terkategori berdasarkan indikator terkait analisis keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen. Penyajian data dapat memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dari data tersebut. Data yang disajikan dalam penelitian adalah data yang sebelumnya sudah dianalisis, tetapi analisis yang dilakukan masih berupa catatan untuk kepentingan peneliti sebelum disusun dalam bentuk laporan.

## 3. Penarikan kesimpulan (*verification*)

Penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga dalam proses analisis. Kesimpulan yang pada awalnya masih sangat tentatif, kabur, dan diragukan, maka dengan bertambahnya data menjadi lebih grounded. Kegiatan ini merupakan proses memeriksa dan menguji kebenaran data yang telah dikumpulkan sehingga kesimpulan akhir didapat sesuai dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2022).

## G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini mengacu pada triangulasi yang dapat diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Hardani, 2020). Peneliti tersebut menggunakan data observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi yang sama secara serempak. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian teknik triangulasi tersebut dapat dijelaskan sebagaimana berikut:

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber penelitian seperti dari wawancara, observasi, maupun survei (Sugiyono, 2013). Untuk pengecekan data dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan para pengrajin sentra industry pandai besi tradisional di Desa Purwodeso agar mendapat hasil yang mampu dipertanggungjawabkan kebenarannya atau sudah kredibel.

### 2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan mengumpulkan data dengan metode lain. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang tepat dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan dari metode-metode tersebut. Peneliti juga dapat menggabungkan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur (Mekarisce, 2020). Triangulasi metode adalah teknik pengumpulan data dengan mengecek kebenaran data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi pada pengrajin sentra industry pandai besi tradisional.

### 3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Ketika data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, maka akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu, dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda. (Sugiyono, 2021).



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Pandai Besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen

##### 1. Sejarah Berdirinya Pandai Besi Di Desa Purwodeso

Sejarah berdirinya pandai besi di Desa Purwodeso merupakan peninggalan hasil budaya dari nenek moyang yang diperkenalkan oleh orang Jawa merantau ke Desa Purwodeso hingga sampai sekarang masih dilestarikan oleh masyarakat Desa Purwodeso. Sebagian warga Desa Purwodeso, Kecamatan Sruweng memilih konsisten bekerja sebagai pandai besi meski banyak tawaran pekerjaan lain. Mereka menganggap pandai besi bukan sekedar pekerjaan. Tetapi juga ada nilai mempertahankan tradisi turun-temurun. Berkurangnya jumlah pandai besi dari tahun ke tahun menjadi keperhatian bersama bagi warga Desa Purwodeso.

Para warga justru kini ingin mengulang kembali masa kejayaan. Hasyim menjelaskan, sudah puluhan tahun Desa Purwodeso terkenal sebagai sentra penghasil perkakas unggulan, seperti cangkul, sabit, pisau hingga golok. Dia mengaku merupakan generasi ketiga penerus pandai besi dari keluarganya. Terkadang dia juga mengaku miris melihat generasi muda yang enggan belajar sebagai pandai besi. Pekerjaan tersebut dianggap kurang menghasilkan. Padahal, dia selama ini mampu mencukupi kebutuhan keluarga dari pekerjaan pandai besi.

Terlebih ketika menjelang Idul Adha, pandai besi selalu sibuk menggarap banyaknya permintaan. Pandai besi lain, Basiran mengatakan, Padukuhan Wanelela, Desa Purwodeso sejak dulu dikenal menjadi sentra perajin pandai besi. Bahkan hasil produksi pandai besi rumahan tersebut sudah sering dikirim hingga luar daerah. Hal ini menjadi bukti bahwa perkakas buatan Desa Purwodeso tidak hanya diterima warga Kebumen, tapi juga dari berbagai daerah lain. Generasi pandai besi yang sebaya kini

sudah mulai berkurang. Dari sebelumnya terdapat 25 orang atau titik tempat produksi, kini hanya tersisa sekitar 15 orang. Dia melihat, berkurangnya jumlah pandai besi sekarang tidak diiringi adanya regenerasi.

## 2. Letak Geografis

Purwodeso merupakan salah satu Desa di Kecamatan Sruweng paling barat yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Karanganyar dengan luas wilayah 129 Hektar. Desa Purwodeso termasuk Desa yang dilewati jalur utama lintas selatan Pulau Jawa yaitu Jalan Nasional Rute 3 yang menghubungkan Jakarta ke Yogyakarta dan juga dilewati jalur alternatif penghubung jalan Nasional Rute 3 ke Jalan Deandels pesisir selatan Pulau Jawa (Profil Desa. 2019).

**Gambar 4.1**  
**Lokasi Desa Purwodeso**



Dokumentasi pada tanggal 18 November 2023

- |                                     |              |
|-------------------------------------|--------------|
| a. Kode Desa/Kelurahan              | : 3305140008 |
| b. Luas Wilayah                     | : 129 Hektar |
| c. Koordinat Bujur                  | : 109.58425  |
| d. Koordinat Lintang                | : -7.648638  |
| e. Ketinggian Diatas Permukaan Laut | : 14 Meter   |

- 1) Batas Wilayah:
  - a) Utara : Sidoagung
  - b) Selatan : Adimulyo
  - c) Timur : Karanggedang
  - d) Barat : Candi
- 2) Pembagian Wilayah:
  - a) Dukuh Ketugon
  - b) Dukuh Guyangan
  - c) Dukuh Karangwuni
  - d) Dukuh Wanalela Wetan
  - e) Dukuh wanalela Kulon
- 3) Jumlah RT: 11
- 4) Jumlah Rw: 5
3. Visi dan Misi Desa Purwodeso
  - a. Visi  
Terwujudnya masyarakat Desa Purwodeso yang Tentram, maju makmur dan berkeadilan.
  - b. Misi
    - 1) Melanjutkan program-program yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Purwodeso periode yang lalu, sebagaimana tercantum dalam dokumen RPJMDesa Desa Purwodeso.
    - 2) Memberdayakan semua potensi yang ada di masyarakat yang meliputi: pemberdayaan sumber daya manusia pemberdayaan sumber daya alam pemberdayaan ekonomi kerakyatan
    - 3) Menciptakan kondisi masyarakat desa purwodeso yang aman, tertib, guyup rukun dalam kehidupan bermasyarakat yang berpegang pada prinsip-prinsip: duduk sama rendah, berdiri sama tinggi ringan sama dijinjing, berat sama dipikul sepi ing pamrih, rame ing gawe.
    - 4) Optimalisasi penyelenggaraan pemerintah desa purwodeso yang meliputi: penyelenggaraan pemerintah yang jujur, transparan dan

akuntabel pelayanan kepada masyarakat yang prima, yaitu: tepat, tepat, dan mengedepankan gotong royong masyarakat.

5) Peduli masyarakat yang sehat dan pelayanan gizi anak dalam rangka pencegahan stunting.

#### 4. Struktur Organisasi Pemerintah Desa Purwodeso

**Gambar 4.2**

#### **Struktur Organisasi Pemerintah Desa Purwodeso**



Dokumentasi: Pada tanggal 18 November 2023

#### 5. Gambaran Industri Pandai Besi di Desa Purwodeso

Desa Purwodeso merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen. Desa ini cukup terkenal karena sentra industri pandai besi yang sudah berjalan dari masa ke masa. Usaha pandai besi di Desa Purwodeso sudah mulai digeluti masyarakat sejak tahun 1986. Dari dulu hingga sekarang masyarakat pelaku industri pandai besi selalu berusaha untuk mempertahankan kualitas produk unggulan dari

Desa ini. Baik dari pemilihan bahan baku hingga cara pembuatan hingga menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu. Hasil produk unggulan Desa Purwodeso yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat berupa alat-alat pertanian seperti: cangkul, sabit, parang, dan alat-alat kebutuhan dapur lainnya juga tersedia.

Maka tidak salah jika Desa ini di sebut dengan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional. Desa yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai pelaku industri pandai besi ini setiap harinya melakukan aktifitas produksi tanpa henti. Di desa ini banyak sekali ditemui asap dari tungku pemanas mengepul sejak pagi hingga sore hari. Suara bising palu berdenting dan kerasnya tempaan besi juga terdengar disetiap jalan masuk area Desa ini. Belum diketahuui secara pasti sejak kapan Desa Purwodeso menjadi sentra panda besi. Tetapi yang pasti sejumlah para pelaku industri mengatakan bahwa usaha yang mereka jalankan merupakan warisan turun-temurun lintas generasi dari keluarganya.

Sebagian besar penduduk yang masih bekerja sebagai pandai memang orang-orang yang meneruskan usaha keluarga. Ketrampilan yang mereka peroleh sudah mereka terapkan sejak masih kecil dan tidak heran jika saat ini mayoritas masyarakat Desa Purwodeso masih menerapkannya hingga sekarang. Ditengah-tengah usaha yang telah mereka tekuni ternyata industri ini sangat berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi masyarakat khususnya warga Desa Purwodeso untuk menghidupi kebutuhan masyarakat sejak puluhan bahkan ratusan tahun lalu. Hingga saat ini produk unggulan asli dari desa ini sudah mulai berkembang dan memasyarakat. Terbukti bahwa produk dari Desa pandai besi dari Desa ini tidak hanya dipasarkan di Wilayah Kebumen namun juga sudah dipasarkan diseluruh Indonesia. Tidak heran jika hingga saat ini masih banyak permintaan akan hasil produksi pandai besi dari Desa ini.

## **B. Keberlanjutan Usaha Sentra Industri Pandai Besi Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Usaha di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen.**

Seiring dengan perkembangan zaman yang serba moderen ini membuat banyaknya pelaku usaha baru bermunculan. Hal ini merupakan tantangan bagi para pelaku industri tradisional untuk terus berupaya memenangkan persaingan yang ada guna mempertahankan keberlanjutan usaha industri yang sudah lama dijalankan. Sehingga para pelaku industri yang masih menggunakan teknologi tradisional dituntut untuk menentukan keberlanjutan usaha yang tepat agar usahanya mampu bersaing dan berkembang ditengah perkembangan zaman.

Setiap usaha industri pasti tidak lepas dari sebuah keberlanjutan usaha untuk mengembangkan usahanya, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan keberlanjutan usahanya ditengah banyaknya persaingan dengan produk-produk lain yang lebih baik. Berdasarkan teori-teori yang berkaitan dari berbagai pustaka, maka dapat dianalisis seperti berikut ini:

### **1. Keberlanjutan Usaha**

Konsep keberlanjutan usaha mengasumsikan bahwa suatu usaha akan tetap berada dalam bisnisnya pada masa yang akan datang. Pelaku usaha selalu berusaha untuk mampu mencapai tujuan bisnisnya dan meningkatkan nilai bisnisnya (Puspitaningtyas, 2017). Dalam mengupayakan keberlanjutan usaha pada industri kecil manajemen pengelolaan sangatlah dibutuhkan untuk keberlangsungan proses industri serta eksistensi industri tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan sebuah industri yaitu:

#### **a. Permodalan**

Modal dalam hal ini mencakup kekayaan yang berasal dari harta kepemilikan pribadi maupun bantuan dari pihak-pihak terkait baik berupa uang maupun peralatan usaha. Beberapa pemilik usaha ada yang menggunakan tabungan sendiri untuk menambah modal, ada pula

beberapa pemilik usaha yang melakukan pinjaman kepada lembaga-lembaga keuangan guna menambah modal terkait keberlanjutan usaha mereka (Arief, 2015).

Seperti yang disampaikan oleh Bapak H. Aas selaku pengrajin pandai besi:

*“Biasanya untuk para pelaku industri yang memiliki masalah tentang permodalan selain dari faktor pinjaman bank, saya memberikan solusi lain buat mereka dengan menyediakan bahan baku produksi untuk mereka garap tanpa harus mengeluarkan modal terlebih dahulu dan hasil akhirnya kembali disetorkan disini.”* (Wawancara dengan bapak H. Aas, 18 November 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dari data wawancara yang dilakukan kepada pengrajin pandai besi, sebagian besar menyatakan modal yang mereka gunakan adalah modal pribadi walaupun kadang modal tersebut tidak cukup dalam usaha industri pandai besi. Sebagaimana pengrajin lainnya menyatakan bahwa modal yang digunakan dalam usaha pandai besi mereka berasal dari modal pinjaman bank. Pengrajin menyatakan ini karena mereka mengaku tidak memiliki modal yang cukup untuk usahanya, walaupun sebagian lagi ada yang menyatakan ingin memajukan usaha mereka.

Mengetahui modal yang pengrajin perlukan, maka yang selanjutnya adalah tentang bagaimana upaya yang dilakukan pengrajin untuk mensiasati keterbatasan modal. Sebagian besar pengrajin mengatakan bahwa upaya yang mereka lakukan adalah dengan melakukan pinjaman individu kepada sanak keluarga atau kepada teman seprofesi karena memudahkan mereka dan tidak terkait dengan bunga dan bisa di bayar sesuai kemampuan dulu sebagian besar juga ada yang melakukan pinjaman bank atau koperasi. Dengan melakukan pinjaman bank atau koperasi, pengrajin beranggapan akan dapat memajukan industri mereka menjadi lebih besar lagi.

b. Bahan Baku

Keberlangsungan dari suatu industri akan banyak bergantung pada kontinuitas pasokan bahan baku. Semakin mudah memperoleh bahan baku (dengan harga murah, mutu yang baik, dan jumlah yang cukup serta dalam waktu relatif cepat) dapat memperlancar proses produksi. Hal yang perlu diperhatikan dalam karakteristik bahan baku berkaitan dengan lokasi industri adalah asal, jenis, jumlah, dan harga bahan baku. Bahan baku utama dalam industri pandai besi adalah besi (Ahmad, 2014).

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Muchlas selaku pengrajin pandai besi:

*“Dalam mengembangkan produk pandai besi faktor yang mendorong keberlangsungan industri seperti yang ada disini yaitu dengan adanya pemasok bahan baku yang berasal dari dalam desa Purwodeso sendiri. Penjual dari desa sini biasanya mendapat kiriman dari supliyer luar kota yang langsung dikirim kesini mba. Saya kira karena semua bahan baku yang dikirim itu sudah berlangganan dari lama jadi ya kualitasnya sudah tidak diragukan lagi. Dengan tersedianya kebutuhan bahan baku sangat mempermudah para pengrajin untuk melakukan produksi sewaktu-waktu mba”.* (Wawancara dengan bapak Muchlas, 18 November 2023).

Hal yang berbeda yang disampaikan oleh bapak Udin selaku pengrajinpandai besi:

*“Kami kesulitan untuk mendapatkan bahan bakunya mba, karena bahan baku tergolong mahal dan produksi langsung beli ke pemasok itupun jauh karena disekitar desa Purwodeso masih sedikit. Jadi kalau misalnya sewaktu-waktu arang atau batu resibon buat membakar tembaga habis biasanya saya langsung pesan ke pemasok yang ada disini.”* (Wawancara dengan bapak Udin, 18 November 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara yang dilakukan kepada pengrajin industri pandai besi, beberapa pengrajin menyatakan mereka merasa harga bahan baku yang digunakan mudah didapatkan dan ada juga yang mengatakan bahan baku ini tergolong mahal. Pengrajin yang menjawab tidak mahal harga bahan baku berkisar

antara Rp.<1.000.000. harga bahan baku besi dari hasil observasi adalah Rp.10.000/Kg yang mempengaruhi mahal tidaknya tergantung berapa banyak besi yang mereka beli. Pengrajin menyatakan bahwa dia merasa kesulitan dalam mendapatkan bahan baku yang disebabkan karena pemasok bahan baku tersebut terbatas sehingga kekurangan stok bahan baku.

Sebagian pengrajin lainnya menyatakan bahwa mereka kesulitan menemukan kualitas yang baik yang diakibatkan pemasok yang terbatas dengan stok yang juga terbatas, sehingga mereka tidak bisa memilih besi sesuai ketebalan yang sesuai mereka inginkan. Setelah mengetahui apa yang dirasakan para pengrajin dari sulitnya mendapatkan bahan baku, maka yang selanjutnya adalah tentang bagaimana upaya yang dilakukan pengrajin untuk mensiasati kesulitan bahan baku. Sebagian besar pengrajin mengatakan bahwa upaya yang mereka lakukan adalah dengan cara membeli bahan baku secara grosir dengan jumlah banyak. Pengrajin mengatakan alasan mereka melakukan hal tersebut karena agar industri mereka tidak mengalami kekosongan bahan baku yang dapat menghambat keberlangsungan industri.

c. Teknologi

Kemajuan dan teknik industri dapat meningkatkan kemampuan industri yang bersangkutan untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik dan dalam jumlah yang cukup sehingga akhirnya dapat dijual dengan harga yang lebih bersaing. Beberapa faktor yang mempengaruhi di dalam karakteristik teknologi peralatan yang berkaitan dengan lokasi industri adalah jenis, jumlah, dan harga peralatan. Jenis peralatan yang dibutuhkan bagi setiap industri sangat beraneka ragam, sesuai dengan bidang industri yang dijalani. Mesin yang semakin canggih pada umumnya menunjukkan produktivitas yang semakin tinggi, sebaliknya mesin membutuhkan keahlian yang makin khusus untuk mengoperasikan ataupun perawatan.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Najang selaku pengrajin pandai besi:

*“Memang dari dulu semua proses produksi pisau dapur, sabit, cangkul disini itu belum menggunakan teknologi mesin mba, semua dilakukan secara manual dengan teknik tradidonal.”* (Wawancara dengan bapak Najang, 18 November 2023).

Hal serupa disampaikan oleh bapak Mahmudin selaku pengrajin pandai besi:

*“Sejauh ini belum ada mesin khusus yang digunakan untuk memproduksi kerajinan pandai besi disini mba, dari dulu sampai sekarang masih sama. Jadi semua kegiatan produksi dilakukan manual dari pelunakan baja dan penempaan besi kami sendiri yang melakukan.”* (Wawancara dengan bapak Mahmudin, 18 November 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dari data wawancara yang dilakukan kepada pengrajin pandai besi, hampir semua pengrajin menyatakan teknik yang mereka gunakan dalam pembuatan adalah dengan teknik tradisional. Teknik ini merupakan warisan budaya turun temurun dari nenek moyang mereka yang harus dijaga kelestariannya. Walaupun ada sebagian menggunakan teknik modern dengan mesin. Pembuatan dengan cara tradisional tentunya akan ada kendala yang dihadapi. Sebagian besar pengrajin mengatakan bahwa hambatan mereka dalam menggunakan teknik tradisional ini adalah waktu produksi yang lama.

Lamanya waktu produksi berakibat kurangnya hasil produksi. Setelah mengetahui hambatan yang dialami, pengrajin melakukan upaya untuk mempermudah produksi. Semua pengrajin menyatakan upaya yang dilakukan adalah dengan bantuan mesin untuk memanaskan besi agar cepat panas. Dengan bantuan mesin, pengrajin mengaku lebih cepat dalam pembuatan sekarang.

#### d. Tenaga Kerja

Tingkat pendidikan dan ketrampilan serta keahlian tenaga kerja industri mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk. Kualitas dari pengusaha juga mempengaruhi perkembangan industri kecil yang dikelolanya. Orientasi industri juga dapat mengarah kepada tenaga kerja seiring dengan banyaknya faktor produksi yang digunakan. Lama usaha juga ikut mempengaruhi kualitas dari tenaga kerja yang

bersangkutan. Hal ini disebabkan karena dengan lama menekuni suatu usaha maka tenaga kerja tersebut tentunya lebih berpengalaman dan lebih terampil dalam memproduksi barang ataupun jasa (Arif, 2015).

Seperti yang disampaikan oleh bapak Aceng selaku pengrajin pandai besi:

*“Untuk membantu mengembangkan usaha pandai besi biasanya ada pelatihan yang diselenggarakan pemerintah desa atau bahkan dari dinas-dinas terkait. Biasanya saya bersama teman-teman pengrajin disini dapat undangan untuk menghadiri seminar pelatihan terkait industri pandai besi ini mba, kegiatannya minimal satu tahun sekali itu pasti ada. Lumayan kami bisa mendapatkan ilmu baru.”* (Wawancara dengan bapak Aceng, 18 November 2023).

Berbeda dengan yang disampaikan oleh bapak Uci selaku penghgrajin pandai besi:

*“Mayoritas pelaku industri pandai besi disini memiliki ilmu pandai dari warisan turun temurun dari keluarga. Dari warisan itulah ilmunya bisa saya terapkan sampai sekarang. Sebenarnya yang menjadi penghambat proses pelatihan yang biasa dilakukan dibalai desa itu karena kurang minat masyarakat. Tapi kadang-kadang ada beberapa pengrajin disini yang tidak datang dengan alasan lebih memilih bekerja dirumah daripada harus menghadiri pelatihan. Jadi menurut saya perlu adanya sosialisasi dulu sebelum acara pelatihan itu diselenggarakan. Buat memberikan wawasan bagi masyarakat yang minim kesadaran”.* (Wawancara dengan bapak Uci, 18 November 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dari data wawancara yang dilakukan kepada pengrajin pandai besi, sebagian besar mengaku bahwa mereka tidak pernah mengikuti pendidikan (pelatihan, keterampilan, dan lokakarya) mengenai industri pandai besi. Tapi sebagian lagi mengaku pernah mengikuti pendidikan (pelatihan, keterampilan, dan lokakarya) mengenai industri pandai besi. Pendidikan yang mereka dapatkan sebagian besar berupa penyuluhan tentang strategi mempertahankan dan bersaing industri pandai besi. Pengrajin menyatakan dengan mengikuti penyuluhan tentang strategi keberlanjutan usaha dan bersaing industri pandai besi, akan menambah ilmu pengetahuan

mereka terhadap industri pandai besi dan cara bersaing di dunia industri.

Berdasarkan latar belakang pekerjaan, maka banyak yang menyimpang dari pekerjaan yang dilakukan sekarang ini. perbedaan latar belakang pekerjaan tentunya menimbulkan hambatan. Untuk menghindari hambatan, maka ada upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pendidikan, keterampilan, dan pengalaman kerja. Pengrajin menyatakan upaya mereka dalam meningkatkannya adalah dengan cara ikut kerja dengan orang lain (magang). Mereka mengaku dengan adanya pelatihan tersebut, mereka lebih terampil dalam pembuatan kerajinan pandai besi.

## 2. Persaingan Usaha

Dalam konteks persaingan usaha atau bisnis adalah suatu usaha untuk menjadi yang terbaik diantara para penjual dalam menjalankan bisnis untuk mencapai keuntungan yang diinginkan dengan cara yang baik. Dengan demikian persaingan usaha atau bisnis adalah persaingan yang terjadi di antara pelaku usaha yang secara independen berusaha untuk mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik juga (Fakhry, 2020).

Berikut yang disampaikan oleh bapak Lili selaku pengrajin pandai besi:

*“Kami tidak takut produk yang sudah dibuat tidak laku karena disini kami saling bersaing secara sehat, saling bekerjasama untuk menjalin kerukunan. semakin mendorong kita untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk. Setiap hasil produk kami memiliki ciri khas tersendiri jadi tidak perlu khawatir dalam persaingan usaha atau takut barangnya nggak laku.”* (Wawancara dengan bapak Lili, 18 November 2023).

Berbeda dengan yang disampaikan oleh bapak Enaz selaku pengrajin pandai besi:

*“Kami percaya pada persaingan yang sehat dan transparan. Namun, beberapa praktik bisnis yang tidak etis dari harga kompetitif bisa saja merugikan kami secara signifikan. Oleh karena itu, penting bagi regulator untuk menegakkan aturan dengan ketat untuk memastikan semua pelaku industri beroperasi dalam lingkungan yang adil.”* (Wawancara dengan bapak Enaz, 18 November 2023).

Berdasarkan hasil penelitian data wawancara pengrajin pandai besi sering memiliki pandangan yang beragam tentang persaingan usaha. Beberapa menganggapnya sebagai stimulus positif yang mendorong mereka untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk. Namun, ada juga yang merasa tekanan dari persaingan tersebut, terutama dalam hal menjaga harga kompetitif dan mempertahankan pangsa pasar mereka. Secara keseluruhan, pandangan terhadap persaingan usaha bisa bervariasi tergantung pada pengalaman dan strategi masing-masing pengrajin dalam menghadapinya.

### 3. Pemasaran

Pemasaran diartikan sebagai perencanaan dan pelaksanaan konsep distribusi barang. Pelaksanaan konsep melalui proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan (Fuad, 2020). Pemasaran hasil pengrajin pandai besi dapat melalui promosi dan distribusi kepada konsumen.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Jumnadi selaku pengrajin pandai besi:

*“Selama ini cara yang saya dan teman-teman pengrajin lakukan agar industri dari warisan leluhur bisa berkembang hingga sekarang adalah dengan mempromosikan hasil industri pandai besi. Promosinya ya tidak hanya dari mulut ke mulut, tapi ya berupa memberi label nama merk dan mencantumkan nomor telepon dalam setiap produk saya. Nanti jika ada yang ingin beli atau pesan kan bisa langsung menghubungi nomor telepon yang udah ditempel itu.”* (Wawancara dengan bapak Jumnadi, 18 November 2023).

Hal serupa juga yang disampaikan oleh bapak Ahyar selaku pengrajin pandai besi:

*“Sekarang ini untuk teknologi pemasaran sudah berkembang pesat ya mba, misal kalau dulu itu sulit jika tidak ada yang pesan maka produksi macet. Tapi kalau sekarang pembeli bisa langsung datang untuk melihat hasil produksinya, pembeli juga bisa langsung tau tempat saya karena tempat saya ini sudah ada di media sosial dan ada alamatnya juga memudahkan sekali untuk pembeli yang dari luar kota bisa langsung tau alamat saya. Transaksi barang pun juga bisa dilakukan secara langsung tanpa*

*perantara dan sekarang yang dari luar kota pun biasanya dapat memesan dengan online.” (Wawancara dengan bapak Jumnadi, 18 November 2023).*

Berdasarkan hasil penelitian dari data wawancara yang dilakukan kepada pengrajin pandai besi, sebagian besar mereka melakukan teknik pemasaran dengan cara memasang label sebagai ciri khas produknya agar konsumen mudah untuk mengenali produk hasil industri. Selain itu, dengan semakin berkembangnya teknologi saat ini para pelaku industri sudah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu alat promosi yang dapat mengubah usaha mereka lebih berkembang dari sebelumnya. Sehingga pesanan yang masuk banyak yang dilakukan dengan cara online.

Hal ini membuat barang-barang hasil produksi dari Desa Purwodeso sudah banyak dipasarkan ke sebagian wilayah di Indonesia. Pendistribusian dan pengiriman produk dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan oleh pemesan. Sebisa mungkin sebelum tanggal tersebut para pengrajin industri pande besi menyelesaikan pesannya untuk menjaga kepercayaan konsumen atas pelayanan yang diberikan.

#### 4. Manajemen

Manajemen dapat diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan melalui orang lain. Pengertian lain dari manajemen adalah proses pengelolaan suatu kegiatan atau usaha dari awal hingga perusahaan tersebut berjalan dan bangkrut (Handoko, 2017). Manajemen memegang peranan penting dalam membangun kegiatan bisnis dan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Ibin selaku pengrajin pandai besi:

*“di Desa Purwodeso ini masih terkendala dengan sistem manajemen yang masih sangat tradisional mba, belum kepikiran untuk menerapkan pembagian tugas yang jelas dan pembukuan berdasarkan pencatatan akuntansi, kadang sulit memisahkan uang pribadi dengan pendapatan penjualan untuk menghitung keuntungan yang dihasilkan.” (Wawancara dengan bapak Ibin, 18 November 2023).*

Hal yang sama juga disampaikan oleh bapak Didih selaku pengrajin pandai besi:

*“Kesadaran dalam manajemen usaha masih rendah, karena usahanya masih cukup kecil sehingga tidak memerlukan manajemen bisnis yang terlalu formal. Hal ini karena UMKM di Desa Purwodeso umumnya merupakan usaha turun-temurun dalam keluarga, yang mengakibatkan satu orang biasanya bertanggung jawab atas semua aspek pengelolaan usaha mba.” (Wawancara dengan bapak Didih, 18 November 2023).*

Berdasarkan hasil penelitian data wawancara kepada pengrajin pandai besi terkendala pada sistem manajemen perusahaan, dalam pengelolaan umkm masih sangat tradisional, belum ada pembagian tugas yang jelas dan pembukuan berdasarkan pencatatan akuntansi, jadi uang pribadi dan juga pendapatan penjualan belum dipisahkan sehingga sulit menghitung laba perusahaan. Kendala ini didukung dengan kurangnya tenaga kerja yang kompeten dan memiliki pengetahuan dibidang manajemen bisnis, dan tidak adanya pembekalan ataupun pelatihan dari pihak terkait tentang pentingnya manajemen dan bagaimana penerapannya.

Sebagian dari pelaku pengrajin pandai besi mengaku bahwa sebenarnya ada struktur manajemen dalam usaha mereka hanya saja itu tidak terbagi atau tertulis secara formal. Kesadaran akan perlunya manajemen dalam usaha masih sangat rendah, para pengrajin berfikir usaha mereka masih usaha yang cukup kecil, belum memerlukan manajemen bisnis. Hal ini dikarenakan juga sentra industri pandai besi yang berada di Desa Purwodeso ini adalah usaha turun temurun keluarga, jadi segala bentuk pengelolaan usaha lebih banyak dilakukan oleh satu orang saja.

##### 5. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran digunakan untuk menciptakan produk yang ditawarkan, menetapkan harga, memberikan informasi kepada konsumen, serta digunakan untuk menentukan dimana penawaran dapat diakses

(Sulasih, 2021). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion.*)

a. Produk (*Product*)

Pengrajin pandai besi di Desa Purwodeso merencanakan untuk mencapai target agar mendapatkan peningkatan dalam penjualan kedepannya dan bisa mengembangkan usahanya maka harus melakukan beberapa hal yang ada dalam perencanaan tersebut.

Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Mahmudin selaku pengrajin pandai besi:

*“Para pelaku industri pandai besi disini berusaha melakukan inovasi produk, sehingga menghasilkan produk pandai yang bervariasi. Produk yang dihasilkan dari desa Purwodeso tidak hanya alat-alat rumah tangga saja namun juga ada peralatan untuk pertanian. Ada pisau dengan berbagai ukuran, sabit, cangkul, parang dan masih banyak yang lainnya. Kami selalu mempertahankan mutu dan kualitas produk kami agar para pembeli puas.”* (Wawancara dengan bapak Mahmudin, 18 November 2023).

b. Harga (*Price*)

Harga adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*) yang dinyatakan dengan uang (Buchari, 2014). Organisasi dalam usaha pengrajin pandai besi mempunyai struktur harga yang disepakati oleh seluruh pengrajin pandai besi strategi harga untuk menyesuaikan pasar konsumen.

Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Udin selaku pengrajin pandai besi:

*“Untuk harga sudah disepakati oleh seluruh pengrajin pandai besi di Desa Purwodeso, jadi tidak boleh ada yang lebih atau kurang dari harga aslinya, kecuali reseller/pembeli yang ingin dijual kembali dapat harga yang berbeda.”* (Wawancara dengan bapak Udin, 18 November 2023).

Berikut tabel produk harga pandai besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen.

**Tabel 4.1**  
**Produk dan Harga Pandai Besi**

No.	Pemilik Produk	Produk	Harga Satuan
1	H. Aas	Golok	200.000 – 1.200.000
		Pisau	85.000 – 500.000
2	Muchlas	Catut Bonsai	250.000 – 1.000.000
		Golok	150.000 – 1.200.000
3	Udin	Golok	100.000 – 1.200.000
		Garpu Tanah	150.000
4	Najang	Garpu Tanah	150.000
5	Aang Dudun	Golok	200.000 – 1.200.000
		Pisau	60.000 – 300.000
		Catut Bonsai	250.000 – 1.500.000
6	Mahmudin	Sabit	100.000 – 250.000
		Pisau	50.000 – 200.000
		Golok	200.000 – 500.000
7	Aceng	Garpu Tanah	150.000
		Cangkul	80.000 – 300.000
8	Erli	Golok	150.000 – 700.000
		Pisau	50.000 – 150.000
		Sabit	100.000 – 500.000
9	Ahyar	Catut Bonsai	200.000 – 1.500.000
10	Uci	Pisau	80.000 – 100.000
11	Jumnadi	Golok	100.000 – 700.000
		Cangkul	90.000 – 500.000
12	Enaz	Golok	100.000 – 700.000
13	Lili	Sabit	80.000 – 300.000
14	Didih	Catut Bonsai	250.000 – 1.000.000
15	Ibin	Golok	100.000 – 1.000.000

*(Sumber: wawancara, observasi 29 November 2023)*

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pentingnya sebuah kerja sama dalam penentuan bauran pemasaran untuk mencapai analisis aspek pemasaran di mana tentukan strategi yang tepat dalam kelayakan produk yang akan dijual secara bersama-sama untuk mencapai hasil dan tujuan yang ingin tercapai pada produk tersebut (Sulasih dkk, 2021). menerapkan bauran pemasaran berdasarkan teori dan mempermudah pelanggan dalam mengkonsumsi produk merupakan usaha pandai besi, di setiap masing-masing usaha memiliki jumlah pelanggan perhari dengan rata-rata yang berbeda.

c. Tempat (*Place*)

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa (Hamali, 2016). Dalam strategi pemasaran adanya pemilihan lokasi atau tempat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan dari pemasaran. Semakin strategis lokasi yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan begitu juga sebaliknya.

Sentra industri pandai besi terletak dalam lokasi yang strategis sangat mudah di jangkau oleh konsumen untuk melakukan interaksi dengan pengrajin lokasi ini terletak di akses jalan raya dan terletak pada tengah tengah keramean warga, sehingga mudah dijangkau dengan pelanggan dan calon konsumen baru. Lokasi pesaing tidak jauh, karena hal ini menjadi kekuatan tersendiri bagi usaha pengrajin pandai besi yang mempromosikan produknya dengan cara melakukan penjualan ke penadah.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Rangkuti, 2019). Promosi juga merupakan cara untuk

memberitahukan serta menawarkan produk dengan tujuan menarik calon nasabah atau konsumen untuk membeli atau menggunakan produknya. Adapun tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

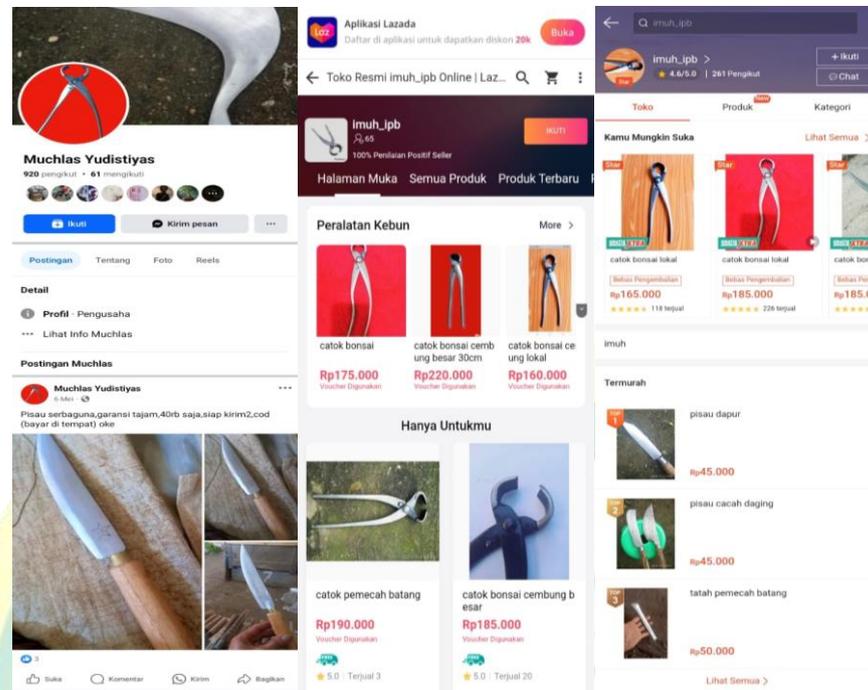
Tujuan promosi bagi pengrajin pandai besi ini adalah untuk menginformasikan produk yang ditawarkan dan berusaha untuk menarik konsumen yang baru dan meningkatkan penjualan produk pandai besi. Promosi dilakukan dengan melalui media sosial, internet, dan mulut ke mulut. Promosi pengrajin pandai besi langsung oleh para pengrajin itu sendiri, pengawasan proses promosi dilakukan dan dianalisa sesuai dengan peningkatan penjualan, apabila tidak terjadi peningkatan berarti memerlukan perbaikan dalam strategi promosi.

Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Aceng selaku pengrajin pandai besi:

*”Promosi sendiri bagi jualan kami sangat penting mba, karna salah satu yang harus kita punya yaitu pelanggan setia maupun harus mempunyai target konsumen baru, jadi disini saya memakai media promosi untuk usaha kami supaya lebih berkembang lagi mba.”* (Wawancara dengan bapak Aceng, 18 November 2023).

Berikut gambar promosi dari produk pandai besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen.

**Gambar 4.3**  
**Promosi Melalui E-Commerce**



(Sumber: E-Commerce)

Berdasarkan hasil penelitian data wawancara yang dilakukan kepada pengrajin pandai besi tradisional di desa Purwodeso mungkin memiliki pandangan yang beragam tentang bauran pemasaran. Beberapa mungkin merasa bahwa pendekatan pemasaran modern, seperti penggunaan media sosial atau *e-commerce*, seperti melalui facebook, shopee dan lazada dapat membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Namun, ada juga yang mungkin lebih memilih strategi pemasaran yang lebih tradisional, seperti bergantung pada jaringan lokal atau pameran barang kerajinan di pasar lokal.

Secara umum, pendekatan pemasaran yang "sesuai" dengan para pengrajin pandai besi tradisional di Purwodeso akan sangat tergantung pada nilai-nilai dan kebutuhan mereka. Penting bagi mereka untuk mempertahankan keaslian dan kualitas kerajinan mereka sambil juga beradaptasi dengan perkembangan pasar dan teknologi yang ada (Arief, dkk 2015).



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang diperoleh selama proses penelitian melalui wawancara, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen dengan upaya yang dilakukan untuk menjaga keberlangsungan industri yaitu dengan cara membeli bahan baku secara grosir dengan jumlah banyak, adanya dukungan modal, tenaga kerja yang terampil, teknologi yang lebih modern, persaingan usaha dianggap sebagai stimulus positif yang mendorong mereka untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk, pemasaran promosi ke yang lebih luas, manajemen dianggap penting untuk mencapai tujuan perusahaan, bauran pemasaran digunakan sebagai pendekatan pemasaran modern.

#### **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah disajikan maka penulis menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

##### **1. Bagi pelaku industri pandai besi Desa Purwodeso**

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, untuk keberlanjutan usaha para pelaku industri melakukan upaya dalam perluasan pasar melalui penjualan produk ke pasar baru, dengan tetap mengedepankan mutu dan mempertahankan kualitas produk. Untuk pengembangan produk para pelaku industri pandai besi bisa memanfaatkan adanya teknologi yang lebih modern agar meringankan beban tenaga kerja, efisiensi biaya produksi dan dapat meningkatkan kapasitas produks.

2. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan terkait dengan keberlanjutan usah sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan untuk meneliti dari segi keberlanjutan usaha sentra industri pandai besi tradisional dalam menghadapi persaingan usaha dalam jangka waktu yang lebih lama guna mendapatkan data yang lebih mendetail dan lebih realistis dalam keberlanjutan usahanya.



## DAFTAR PUSTAKA

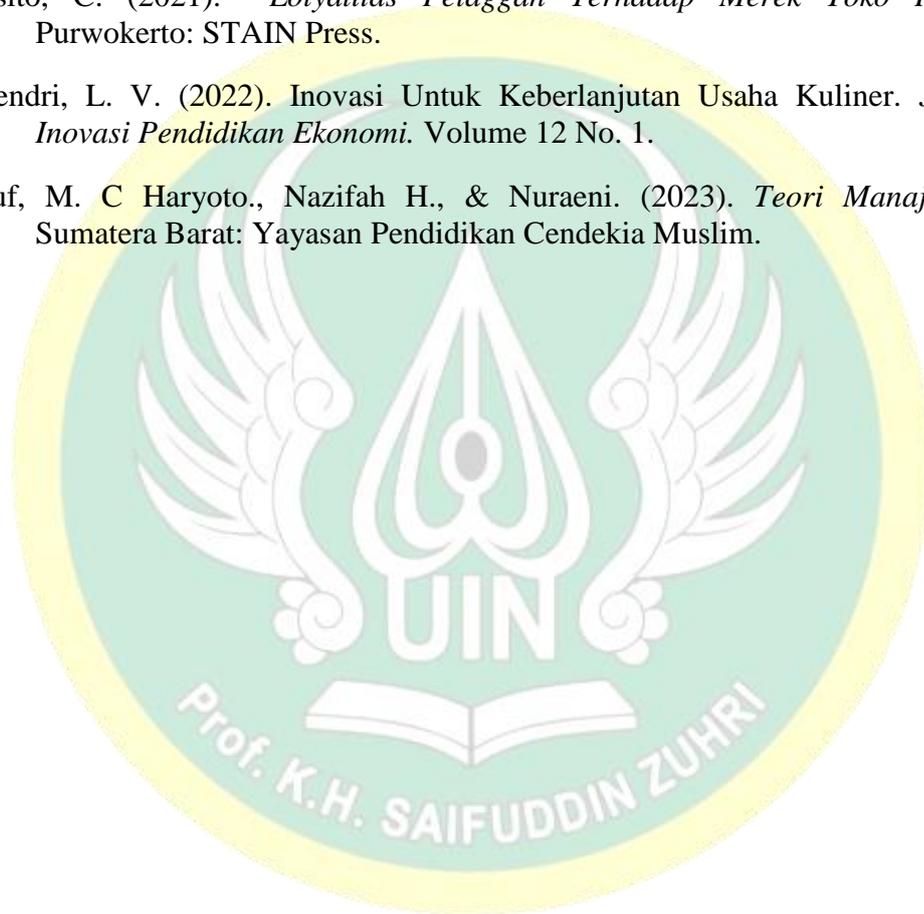
- Abdurohim, D. (2020). *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani. CV Bintang Surya Madani.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pertama. CV Syakir Media Press.
- Ahmad, R., Dkk. (2019). *Fikih Persaingan Usaha*. Pertama. Lakpesdam PBNU.
- Ahmadi, G. (2019). *Pengembangan Industri Pandai Besi Dalam Masyarakat di Kecamatan Rumbio Jaya Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Teratak)*. UIN Suska Riau.
- Aknolt, K. P. (2020). Covid-19 dan Implikasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, *Jurnal Hubungan Internasional*.
- Alfiani, N. E. (2021). Analisis Keberlanjutan Usaha Toko Klontong di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus. *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan VI*. 265-272.
- Alimin, E. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Nusa Tenggara Barat: SEVAL.
- Ammar, I. & Satria, D. (2023). Digitalisasi Sektor UMKM dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Journal of Development Economic and Social Studies*. Volume 2 No. 4.
- Apriani, D & Idris. Z. (2019). Tinjauan Terhadap Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Panorama Hukum*. Volume 4 No. 1.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aulia, N. A. (2021). Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian. *Journal Of Economic Education an Entrepreneurship Studies*. Volume 2 No. 1.
- Aziz, J. A., Dahlan, A., A., Solikhin, I., Hilyatin, D. L., Shafrani, Y. S., Hadi, R., S. (2021). *Buku Panduan Materi Ujian Komprehensif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. Unit Bisnis Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto.
- Bambang, G. K. (2020). *Tantangan UMKM di Tahun 2020*. Retrieved from <http://Balispot.com>.
- Cahyani, U. E. (2016). Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami. *Jurnal At-Tijarah*. Volume 2 No.1.
- Dahlan, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.

- Efendi, U. (2014). *Asas Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ekadevi, N. (2019). *Strategi Pengembangan Industri Kecil Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kerajinan Genteng Desa Sumberingin Kulon)*. UIN SATU Tulungagung.
- Fakhry., & Havis A. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Febrina, R. (2017). Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha. *Jurnal Selat* Volume 4 No. 2.
- Fitria, L. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Batok Kelapa "Cocc Art" Dengan Pendekatan Analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threats Di Tanjung Sari Kota Blitar*. UIN SATU Tulungagung.
- Gunawan, I. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Prektik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handayani, S. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Budidaya Jamur Tiram Riau Mitra-Mushroom Di Kelurahan Sialang Rampai, Kec. Kulim, Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)*.
- Handoko, T. H. (2017). *Manajemen, Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, Edisi Pertama*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Hamriani, H. M. (2013). Organisasi Dalam Manajemen Dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh*. Vol. 14, No. 2.
- Hardani. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. Pertama. CV. Pustaka Ilmu.
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hery. (2018). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hidayati, U. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Skripsi tidak diterbitkan.
- Hoetoro, A., & Satria, D. (2020). *Smart Economy: Kewirausahaan Umkm 4.0*. Malang: Ub Press.

- Ichsan, R. N. (2021). *Ekonomi Koperasi Dan UMKM*. Medan: CV Sentosa Deli Mandiri.
- Irfani, M. R. (2016). "Peran Usaha Mikro Produsen Kelanting Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam" (IAIN Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islman, Ekonomi Islam.
- Jiwa, I., D., Nyoman., A., G., Arnawa & M Madiarsa. (2022). Analisis Kinerja dan Keberlangsungan Bisnis UMKM di Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. Vol. 6 No. 2.
- Khoiri, M. A. (2013). Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ushuludin UIN Walisongo.
- Kimbal, R. W. (2015). *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*. Cetakan Pertama, Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran, Edisi tiga belas Bahasa Indonesia, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Malaka, M. (2024). Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha. *Jurnal Al'Adl* Volume 7 No. 2.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian . *Jurnal Ilmiah Masyarakat*. Volume 12 No.3.
- Miradji, M. A. (2020). Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Menjalani New Normal saat Pandemi Corona Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Volume 1 No. 2.
- Mukaromah, N. F. (2020). Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* Volume 4 No. 2.
- Nasution, Y. S. J (2012). Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Media Syari'ah*. Volume 14 No 1.
- Pramesthi, W. E. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung). *Skripsi*. UIN SATU Tulungagung.
- Prasetyo, L. A. S. (2019). *Inovasi Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Secara Global (Studi Kasus pada UMKM Batik Tulis di Desa Tancep, Trembono dan Desa Djarum, Bayat Gunung Kidul)*. Universitas Sanata Dharma.
- Prihanti, H & Damayanti, P. (2022). Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji dan Umroh. *Journal of Management and Business Review*. Volume 19 No. 1.

- Rachman, Y. T. (2022). Analisis Strategi Pengelolaan Usaha Mikro Dalam Upaya Menjaga Keberlanjutan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Genki Yoghurt). *Jurnal Abdikaryasakti*. Volume 2 No. 2.
- Rahmani, A. K., Hastuti, P., & Anggriani. (2015). Upaya Pengrajin Pandai Besi dalam Menjaga Keberlangsungan Industri Kerajinan Rumah Tangga di Desa Tumbukan Banyu dan Desa Sungai Pinang Kecamatan Daha Selatan Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Pendidikan Geografi*, Volume 2 No.3.
- Saefullah, E. Nani R. & Tabroni. (2022). *Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Sholihah, A. (2015). Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeper Wonosobo. Semarang: *Skripsi*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. Hal 27.
- Soejarwo, P. A. Risna, Y & Armen, Z. (2019). Analisis Keberlanjutan Usaha Budi Daya Rumput Laut di Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur (Analysis of Seaweed Farming Business Sustainability in the East Sumba, East Nusa Tenggara. Jakarta: *Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*. Volume 14 No. 1.
- Solihin, I. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulasih, S. O. Manullang, B. Purba, M. P. B. Purba, N. Mistriani, J. Simarmata, Janner S., Irdawari, & M. F. Rahmadana. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Sundari, I. P. (2016). Strategi Mempertahankan Eksistensi Pengrajin Genteng Skala Kecil di Desa Sidoluhur, Kecamatan Godean, Kabupaten Sleman,. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sunyoto. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryanto, M. H. (2016). *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Swastha, B. (2015). *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta: Liberty.

- Syarifuddin, S.L. Mandey & Willian J. F. A Tumbuan. (2021). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Istana Agency.
- Tumanggor, A & Machasin. (2022). *Strategi Pemasaran Dan Pemberdayaan UMKM Pada Masa Covid-19*. Yogyakarta: K-Media.
- Utami, F. H., Kanedi, I. (2017). Sistem Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu. *Jurnal Pseudocode*. Volume 4 No. 1 .
- Warsito, C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*. Purwokerto: STAIN Press.
- Yuhendri, L. V. (2022). Inovasi Untuk Keberlanjutan Usaha Kuliner. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*. Volume 12 No. 1.
- Yusuf, M. C Haryoto., Nazifah H., & Nuraeni. (2023). *Teori Manajemen*. Sumatera Barat: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *Lampiran 1 : Pedoman Wawancara*

Daftar Wawancara dengan Pengrajin Sentra Industri Pandai Besi Tradisional di Desa Purwodeso

1. Kapan berdirinya sentra industri pandai besi ini di Desa Purwodeso?
2. Bagaimana cara pengrajin memperoleh bahan baku untuk produk pandai besi?
3. Apa saja upaya yang dilakukan para pengrajin untuk keberlanjutan usahanya?
4. Bagaimana dengan teknologi yang digunakan para pengrajin di Desa Purwodeso?
5. Apa tantangan utama yang pengrajin hadapi dalam bisnis ini?
6. Bagaimana pengrajin menentukan harga produk?
7. Apa jenis produk besi yang paling banyak diminati oleh pelanggan?
8. Bagaimana manajemen yang dilakukan di Desa Purwodeso?
9. Apa yang membuat produk pengrajin berbeda dari produk sejenis dari daerah lain?
10. Bagaimana pengrajin memasarkan produknya? Apakah pengrajin menggunakan platform online atau offline?
11. Bagaimana hubungan pengrajin satu dengan pengrajin lain di Desa Purwodeso?
12. Apakah pengrajin meneruskan tradisi dari generasi sebelumnya dalam keluarganya?
13. Apa harapan pengrajin untuk anak-anak muda di Desa Purwodeso ini terkait dengan pelestarian kerajinan pandai besi?
14. Bagaimana bauran pemasaran yang ada di Desa Purwodeso?

## **Lampiran 2 : Hasil Wawancara**

### **Identitas Informan**

Nama : H. Aas

Jenis Kelamin : Laki-laki

Posisi : Ketua Rw Sekaligus Pengrajin Pandai Besi

Alamat : Desa Purwodeso

1. Kapan berdirinya sentra industri pandai besi ini di Desa Purwodeso?

Jawab: Pada Tahun 1986

2. Bagaimana cara pengrajin memperoleh bahan baku untuk produk pandai besi?

Jawab: Pengrajin memperoleh bahan baku untuk produk pandai besi dengan cara membeli bahan mentah seperti besi batangan atau plat besi dari supplier lokal atau kota terdekat.

3. Apa saja upaya yang dilakukan para pengrajin untuk keberlanjutan usahanya?

Jawab: Upaya yang dilakukan para pengrajin untuk keberlanjutan usahanya meliputi pelatihan generasi muda dalam ketrampilan tradisional, serta diversifikasi produk untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah.

4. Bagaimana dengan teknologi yang digunakan para pengrajin di Desa Purwodeso?

Jawab: Teknologi yang digunakan oleh para pengrajin di Desa Purwodeso masih tradisional, seperti peralatan tangan dan peralatan sederhana lainnya, meskipun beberapa pengrajin mungkin telah mengadopsi mesin-mesin sederhana untuk meningkatkan efisiensi.

5. Apa tantangan utama yang pengrajin hadapi dalam bisnis ini?

Jawab: Tantangan utama yang dihadapi pengrajin dalam bisnis ini termasuk persaingan dengan produk-produk massal, kesulitan dalam memasarkan produk secara luas, serta perubahan preferensi pasar terhadap barang-barang modern.

6. Bagaimana pengrajin menentukan harga produk?

Jawab: Pengrajin menentukan harga produk berdasarkan biaya produksi, tingkat keterampilan yang diperlukan, serta harga pasar untuk produk serupa.

7. Apa jenis produk besi yang paling banyak diminati oleh pelanggan?

Jawab: Jenis produk besi yang paling banyak diminati oleh pelanggan umumnya adalah catut bonsai, dan perabot rumah tangga lainnya yang memiliki nilai estetika tinggi.

8. Bagaimana manajemen yang dilakukan di Desa Purwodeso?

Jawab: Manajemen di Desa Purwodeso umumnya dilakukan secara informal, dengan koordinasi antar pengrajin dan pendekatan kolaboratif untuk membagi sumber daya dan informasi.

9. Apa yang membuat produk pengrajin berbeda dari produk sejenis dari daerah lain?

Jawab: Produk pengrajin di Desa Purwodeso sering kali memiliki keunggulan dalam desain tradisional khas daerah tersebut, serta kualitas kerajinan tangan yang tinggi yang tidak dapat disamai oleh produksi massal.

10. Bagaimana pengrajin memasarkan produknya? Apakah pengrajin menggunakan platform online atau offline?

Jawab: Pengrajin memasarkan produknya baik secara offline melalui toko-toko lokal dan pasar tradisional, maupun secara online melalui platform *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

11. Bagaimana hubungan pengrajin satu dengan pengrajin lain di Desa Purwodeso?

Jawab: Hubungan antara pengrajin satu dengan yang lain di Desa Purwodeso cenderung baik, dengan saling mendukung dalam pengadaan bahan baku, teknik produksi, dan pemasaran bersama.

12. Apakah pengrajin meneruskan tradisi dari generasi sebelumnya dalam keluarganya?

Jawab: Sebagian besar pengrajin meneruskan tradisi kerajinan besi dari generasi sebelumnya dalam keluarganya, memastikan warisan ketrampilan dan pengetahuan tetap terjaga.

13. Apa harapan pengrajin untuk anak-anak muda di Desa Purwodeso ini terkait dengan pelestarian kerajinan pandai besi?

Jawab: Harapan pengrajin untuk anak-anak muda di Desa Purwodeso terkait pelestarian kerajinan pandai besi adalah agar mereka tertarik untuk belajar dan melanjutkan tradisi ini, serta menghargai nilai-nilai budaya dan kreativitas dalam pekerjaan tangan.

14. Bagaimana bauran pemasaran yang ada di Desa Purwodeso?

Jawab: Bauran pemasaran di Desa Purwodeso mencakup promosi melalui acara-acara lokal, pameran seni, serta semakin banyak mengadopsi pemasaran digital melalui media sosial dan situs web untuk meningkatkan jangkauan pasar.

**Identitas Informan**

Nama : Udin

Jenis Kelamin : Laki-laki

Posisi : Pengrajin pandai besi

Alamat : Desa Purwodeso

1. Kapan berdirinya sentra industri pandai besi ini di Desa Purwodeso?

Jawab: 2001

2. Bagaimana cara pengrajin memperoleh bahan baku untuk produk pandai besi?

Jawab: Membeli bahan mentah seperti besi batangan atau plat besi dari supplier lokal atau kota terdekat.

3. Apa saja upaya yang dilakukan para pengrajin untuk keberlanjutan usahanya?

Jawab: Meliputi pelatihan generasi muda dalam ketrampilan tradisional dan diversifikasi produk.

4. Bagaimana dengan teknologi yang digunakan para pengrajin di Desa Purwodeso?

Jawab: Cenderung tradisional dengan sedikit penggunaan mesin sederhana.

5. Apa tantangan utama yang pengrajin hadapi dalam bisnis ini?

Jawab: Persaingan dengan produk massal, kesulitan dalam pemasaran, dan perubahan preferensi pasar.

6. Bagaimana pengrajin menentukan harga produk?

Jawab: Berdasarkan biaya produksi, keterampilan yang diperlukan, dan harga pasar.

7. Apa jenis produk besi yang paling banyak diminati oleh pelanggan?

Jawab: Pisau pada musim Idul Adha.

8. Bagaimana manajemen yang dilakukan di Desa Purwodeso?

Jawab: Dilakukan secara informal dengan kolaborasi antar pengrajin.

9. Apa yang membuat produk pengrajin berbeda dari produk sejenis dari daerah lain?

Jawab: Desain tradisional khas dan kualitas kerajinan tangan yang tinggi.

10. Bagaimana pengrajin memasarkan produknya? Apakah pengrajin menggunakan platform online atau offline?

Jawab: Secara *offline* (toko lokal dan pasar) dan *online* (*platform e-commerce*).

11. Bagaimana hubungan pengrajin satu dengan pengrajin lain di Desa Purwodeso?

Jawab: . Baik, dengan saling mendukung dalam berbagai aspek bisnis.

12. Apakah pengrajin meneruskan tradisi dari generasi sebelumnya dalam keluarganya?

Jawab: Iya, untuk memastikan warisan ketrampilan terjaga.

13. Apa harapan pengrajin untuk anak-anak muda di Desa Purwodeso ini terkait dengan pelestarian kerajinan pandai besi?

Jawab: Untuk tertarik belajar dan melanjutkan tradisi serta menghargai nilai budaya.

14. Bagaimana bauran pemasaran yang ada di Desa Purwodeso?

Jawab: Termasuk promosi acara lokal, pameran seni, dan pemasaran digital seperti media sosial dan situs web.

### **Identitas Informan**

Nama : Aceng

Jenis Kelamin : Laki-laki

Posisi : Pengepul sekaligus pengrajin pandai besi

Alamat : Desa Purwodeso

1. Kapan berdirinya sentra industri pandai besi ini di Desa Purwodeso?

Jawab: 1997

2. Bagaimana cara pengrajin memperoleh bahan baku untuk produk pandai besi?  
Jawab: Pengrajin umumnya memperoleh bahan baku seperti besi, baja, atau logam lainnya dari pemasok lokal atau melalui distribusi khusus.
3. Apa saja upaya yang dilakukan para pengrajin untuk keberlanjutan usahanya?  
Jawab: Upaya untuk keberlanjutan usaha mungkin mencakup pelatihan generasi berikutnya, diversifikasi produk, atau upaya pemasaran yang kuat.
4. Bagaimana dengan teknologi yang digunakan para pengrajin di Desa Purwodeso?  
Jawab: Teknologi yang digunakan dapat bervariasi dari peralatan tradisional hingga mesin modern untuk memperbaiki efisiensi produksi.
5. Apa tantangan utama yang pengrajin hadapi dalam bisnis ini?  
Jawab: Tantangan utama termasuk persaingan pasar, biaya bahan baku yang mahal, atau kesulitan dalam memasarkan produk.
6. Bagaimana pengrajin menentukan harga produk?  
Jawab: Harga produk ditentukan berdasarkan biaya produksi, harga pasar, dan nilai tambah yang diberikan oleh kerajinan tangan.
7. Apa jenis produk besi yang paling banyak diminati oleh pelanggan?  
Jawab: Produk seperti peralatan dapur, atau aksesoris taman mungkin diminati pelanggan.
8. Bagaimana manajemen yang dilakukan di Desa Purwodeso?  
Jawab: Manajemen di Desa Purwodeso dapat melibatkan koordinasi antar pengrajin, regulasi lokal, atau pembinaan keterampilan.
9. Apa yang membuat produk pengrajin berbeda dari produk sejenis dari daerah lain?  
Jawab: Keunikan produk mungkin terletak pada desain lokal, kualitas kerajinan tangan, atau cerita di balik setiap produk.
10. Bagaimana pengrajin memasarkan produknya? Apakah pengrajin menggunakan platform online atau offline?  
Jawab: Pengrajin dapat memasarkan produk melalui toko tradisional, pameran lokal, atau melalui *platform online* seperti media sosial atau *marketplace*.

11. Bagaimana hubungan pengrajin satu dengan pengrajin lain di Desa Purwodeso?

Jawab: Hubungan antara pengrajin sering dengan pertukaran ide dan dukungan dalam memecahkan masalah produksi.

12. Apakah pengrajin meneruskan tradisi dari generasi sebelumnya dalam keluarganya?

Jawab: Pengrajin sering mewarisi keterampilan dari generasi sebelumnya untuk mempertahankan tradisi lokal.

13. Apa harapan pengrajin untuk anak-anak muda di Desa Purwodeso ini terkait dengan pelestarian kerajinan pandai besi?

Jawab: . Harapan untuk anak muda mungkin termasuk mendorong minat dan penghargaan terhadap kerajinan tradisional serta memastikan keberlanjutan industri.

14. Bagaimana bauran pemasaran yang ada di Desa Purwodeso?

Jawab: Bauran pemasaran dapat meliputi promosi lokal, kemitraan dengan desainer, atau kampanye untuk mempromosikan kualitas produk.

### **Identitas Informan**

Nama : Ibin

Jenis Kelamin : Laki-laki

Posisi : Pengrajin Pandai Besi

Alamat : Desa Purwodeso

1. Kapan berdirinya sentra industri pandai besi ini di Desa Purwodeso?

Jawab: Pada Tahun 1998

2. Bagaimana cara pengrajin memperoleh bahan baku untuk produk pandai besi?

Jawab: Pengrajin memperoleh bahan baku untuk produk pandai besi dengan cara membeli bahan mentah seperti besi batangan atau plat besi dari supplier lokal atau kota terdekat.

3. Apa saja upaya yang dilakukan para pengrajin untuk keberlanjutan usahanya?

Jawab: Upaya yang dilakukan para pengrajin untuk keberlanjutan usahanya meliputi pelatihan generasi muda dalam ketrampilan tradisional, serta diversifikasi produk untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah.

4. Bagaimana dengan teknologi yang digunakan para pengrajin di Desa Purwodeso?

Jawab: Teknologi yang digunakan oleh para pengrajin di Desa Purwodeso masih tradisional, seperti peralatan tangan dan peralatan sederhana lainnya, meskipun beberapa pengrajin mungkin telah mengadopsi mesin-mesin sederhana untuk meningkatkan efisiensi.

5. Apa tantangan utama yang pengrajin hadapi dalam bisnis ini?

Jawab: Tantangan utama yang dihadapi pengrajin dalam bisnis ini termasuk persaingan dengan produk-produk massal, kesulitan dalam memasarkan produk secara luas, serta perubahan preferensi pasar terhadap barang-barang modern.

6. Bagaimana pengrajin menentukan harga produk?

Jawab: Pengrajin menentukan harga produk berdasarkan biaya produksi, tingkat keterampilan yang diperlukan, serta harga pasar untuk produk serupa.

7. Apa jenis produk besi yang paling banyak diminati oleh pelanggan?

Jawab: Jenis produk besi yang paling banyak diminati oleh pelanggan umumnya adalah catut bonsai, dan perabot rumah tangga lainnya yang memiliki nilai estetika tinggi.

8. Bagaimana manajemen yang dilakukan di Desa Purwodeso?

Jawab: Manajemen di Desa Purwodeso umumnya dilakukan secara informal, dengan koordinasi antar pengrajin dan pendekatan kolaboratif untuk membagi sumber daya dan informasi.

9. Apa yang membuat produk pengrajin berbeda dari produk sejenis dari daerah lain?

Jawab: Produk pengrajin di Desa Purwodeso sering kali memiliki keunggulan dalam desain tradisional khas daerah tersebut, serta kualitas kerajinan tangan yang tinggi yang tidak dapat disamai oleh produksi massal.

10. Bagaimana pengrajin memasarkan produknya? Apakah pengrajin menggunakan platform online atau offline?

Jawab: Pengrajin memasarkan produknya baik secara offline melalui toko-toko lokal dan pasar tradisional, maupun secara online melalui platform *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

11. Bagaimana hubungan pengrajin satu dengan pengrajin lain di Desa Purwodeso?

Jawab: Hubungan antara pengrajin satu dengan yang lain di Desa Purwodeso cenderung baik, dengan saling mendukung dalam pengadaan bahan baku, teknik produksi, dan pemasaran bersama.

12. Apakah pengrajin meneruskan tradisi dari generasi sebelumnya dalam keluarganya?

Jawab: Sebagian besar pengrajin meneruskan tradisi kerajinan besi dari generasi sebelumnya dalam keluarganya, memastikan warisan ketrampilan dan pengetahuan tetap terjaga.

13. Apa harapan pengrajin untuk anak-anak muda di Desa Purwodeso ini terkait dengan pelestarian kerajinan pandai besi?

Jawab: Harapan pengrajin untuk anak-anak muda di Desa Purwodeso terkait pelestarian kerajinan pandai besi adalah agar mereka tertarik untuk belajar dan melanjutkan tradisi ini, serta menghargai nilai-nilai budaya dan kreativitas dalam pekerjaan tangan.

14. Bagaimana bauran pemasaran yang ada di Desa Purwodeso?

Jawab: Bauran pemasaran di Desa Purwodeso mencakup promosi melalui acara-acara lokal, pameran seni, serta semakin banyak mengadopsi pemasaran digital melalui media sosial dan situs web untuk meningkatkan jangkauan pasar.

#### **Identitas Informan**

Nama : Enaz

Jenis Kelamin : Laki-laki

Posisi : Pengrajin pandai besi

Alamat : Desa Purwodeso

1. Kapan berdirinya sentra industri pandai besi ini di Desa Purwodeso?

Jawab: 1990

2. Bagaimana cara pengrajin memperoleh bahan baku untuk produk pandai besi?

Jawab: Membeli bahan mentah seperti besi batangan atau plat besi dari supplier lokal atau kota terdekat.

3. Apa saja upaya yang dilakukan para pengrajin untuk keberlanjutan usahanya?

Jawab: Meliputi pelatihan generasi muda dalam ketrampilan tradisional dan diversifikasi produk.

4. Bagaimana dengan teknologi yang digunakan para pengrajin di Desa Purwodeso?

Jawab: Cenderung tradisional dengan sedikit penggunaan mesin sederhana.

5. Apa tantangan utama yang pengrajin hadapi dalam bisnis ini?

Jawab: Persaingan dengan produk massal, kesulitan dalam pemasaran, dan perubahan preferensi pasar.

6. Bagaimana pengrajin menentukan harga produk?

Jawab: Berdasarkan biaya produksi, keterampilan yang diperlukan, dan harga pasar.

7. Apa jenis produk besi yang paling banyak diminati oleh pelanggan?

Jawab: Cangkul pada musim pertanian.

8. Bagaimana manajemen yang dilakukan di Desa Purwodeso?

Jawab: Dilakukan secara informal dengan kolaborasi antar pengrajin.

9. Apa yang membuat produk pengrajin berbeda dari produk sejenis dari daerah lain?

Jawab: Desain tradisional khas dan kualitas kerajinan tangan yang tinggi.

10. Bagaimana pengrajin memasarkan produknya? Apakah pengrajin menggunakan platform online atau offline?

Jawab: Secara *offline* (toko lokal dan pasar) dan *online* (*platform e-commerce*).

11. Bagaimana hubungan pengrajin satu dengan pengrajin lain di Desa Purwodeso?

Jawab: . Baik, dengan saling mendukung dalam berbagai aspek bisnis.

12. Apakah pengrajin meneruskan tradisi dari generasi sebelumnya dalam keluarganya?

Jawab: Iya, untuk memastikan warisan ketrampilan terjaga.

13. Apa harapan pengrajin untuk anak-anak muda di Desa Purwodeso ini terkait dengan pelestarian kerajinan pandai besi?

Jawab: Untuk tertarik belajar dan melanjutkan tradisi serta menghargai nilai budaya.

14. Bagaimana bauran pemasaran yang ada di Desa Purwodeso?

Jawab: Termasuk promosi di pameran seni



**Lampiran 3 : Foto Dokumentasi Penelitian**



Dokumentasi kegiatan wawancara bersama dengan Ketua Rw sekaligus pengrajin pandai besi di Desa Purwodeso, dilaksanakan 18 November 2023





Dokumentasi kegiatan mengamati proses pembuatan pandai besi, 18 November 2023



Dokumentasi produk yang dihasilkan oleh pengrajin, 18 November 2023

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRRI

## Lampiran 4 : Hasil Cek Plagiarisme

skrisp_navisatun_az zahra			
ORIGINALITY REPORT			
<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>0%</b>	<b>3%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	<a href="http://ppjp.ulm.ac.id">ppjp.ulm.ac.id</a> Internet Source	6%	
2	<a href="http://purwodeso.kec-sruweng.kebumenkab.go.id">purwodeso.kec-sruweng.kebumenkab.go.id</a> Internet Source	3%	
3	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	2%	
4	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	1%	
5	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	1%	
6	Submitted to Universitas Amikom Student Paper	1%	
7	<a href="http://muhammadvenza.blogspot.com">muhammadvenza.blogspot.com</a> Internet Source	<1%	
8	<a href="http://ejournal.ust.ac.id">ejournal.ust.ac.id</a> Internet Source	<1%	
9	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a> Internet Source	<1%	
10	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	<1%	
11	<a href="http://adoc.tips">adoc.tips</a> Internet Source	<1%	
12	<a href="http://id.wikihow.com">id.wikihow.com</a> Internet Source	<1%	
13	<a href="http://marketnoise.wordpress.com">marketnoise.wordpress.com</a> Internet Source	<1%	
14	<a href="http://distributormarmmergranit.blogspot.com">distributormarmmergranit.blogspot.com</a> Internet Source	<1%	
15	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1%	
16	<a href="http://muhammadadilayusuf.blogspot.com">muhammadadilayusuf.blogspot.com</a> Internet Source	<1%	
Exclude quotes	On	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		

*Lampiran 5 : Sertifikat BTA PPI*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.Iainpurwokerto.ac.id

---

---

## SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/19363/27/2021

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA** : NAVISATUN AZ ZAHRA  
**NIM** : 2017201014

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	81
# Tartil	:	75
# Imla'	:	75
# Praktek	:	75
# Nilai Tahfidz	:	75



Purwokerto, 27 Jul 2021



ValidationCode

*Lampiran 6 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris (EPTP)*



**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS  
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO  
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, [www.iaipurwokerto.ac.id](http://www.iaipurwokerto.ac.id)

## EPTIP CERTIFICATE

*(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)*

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/23560/2021

This is to certify that

**Name** : NAVISATUN AZ ZAHRA  
**Date of Birth** : CILACAP, January 21st, 2001

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on August 25th, 2020, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension : 44  
2. Structure and Written Expression : 43  
3. Reading Comprehension : 49

**Obtained Score** : 453



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode



Purwokerto, June 8th, 2021  
Head of Language Development Unit,

*H. A. Sangid*  
**H. A. Sangid, B.Ed., M.A.**  
NIP: 19700617 200112 1 001

## Lampiran 7 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab (IQLA)



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT  
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا  
جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبونرتو  
الوحدة لتنمية اللغة

### CERTIFICATE

الشهادة

No. B-1436/Un.19/K.Bhs/PP.009/ 7/2023

This is to certify that

Name

NAVISATUN AZ ZAHRA

Place and Date of Birth

Cilacap, 21 Januari 2001

Has taken

IQLA

with Computer Based Test,

25 Juli 2023

organized by Language Development Unit on

with obtained result as follows

Listening Comprehension: 44

Structure and Written Expression: 47

Reading Comprehension: 46

فهم السموع

فهم العبارات والتراكيب

فهم المقروء

Obtained Score :

457

المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبونرتو.

Purwokerto, 25 Juli 2023

The Head of Language Development Unit,

رئيسة الوحدة لتنمية اللغة



EPTUS  
English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

IQLA  
Assessing al-Qur'an, al-Hadith and Language al-Arabiyah

Dr. Ade Ruswatie, M. Pd.  
NIP. 19860704 201503 2 004



## *Lampiran 8 : Surat Keterangan Lulus Ujian Seminar Proposal*



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

### **SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 894/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Navisatun Az Zahra  
NIM : 2017201014  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing Skripsi : Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.  
Judul : ANALISIS KEBERLANJUTAN USAHA SENTRA  
INDUSTRI PANDAI BESI TRADISIONAL DALAM  
MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA (Studi Kasus  
Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Purwodeso  
Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen

Pada tanggal 12 Juni 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 13 Juni 2024  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochimim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 9 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



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

### SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1143/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Navisatun Az Zahra  
NIM : 2017201014  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 13 Juni 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **70 / B-**.

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

Purwokerto, 14 Juni 2024  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 10 : Surat Izin Riset Individual



**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

Nomor : 1162/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/6/2024 24 Juni 2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Pimpinan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional  
Di  
Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul ANALISIS KEBERLANJUTAN USAHA SENTRA INDUSTRI PANDAI BESI TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA (Studi Kasus Pada Pengrajin Pandai Besi di Desa Purwodeso Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen).

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : NAVISATUN AZ ZAHRA  
NIM : 2017201014  
Prodi / Semester : S-1 Ekonomi Syariah / VIII

Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan usaha  
Tempat Penelitian : Sentra Industri Pandai Besi Tradisional  
Waktu Penelitian : 25 Juni 2024 s/d 28 Juni 2024  
Metode Penelitian : Kualitatif

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

*Wa'alaikumsalam Wr. Wb.*



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I,

## Lampiran 11 : Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan



**SERTIFIKAT**  
Nomor: B-475/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/3/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**NAMA : NAVISATUN AZ ZAHRA**  
**NIM : 2017201014**

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2024 mulai bulan Januari 2024 sampai dengan Februari 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqasyah/Skripsi.

Purwokerto, 25 Maret 2024

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
**Hj. Yoz Shafwa Shafrani, SP., M.Si.**  
NIP. 19781231 200803 2 027

## Lampiran 12 : Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281 - 635624, Fax : 0281 - 636553, Website : febi.uinszu.ac.id

**SERTIFIKAT**  
Nomor : 4322/Un.19/D.FEBI/PP.009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**Nama : Navisatun Az Zahra**  
**NIM : 2017201014**

Dinyatakan Lulus Dengan Nilai **A-**  
Dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
**H. Soehiryo, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001

**Lampiran 13 : Sertifikat KKN**



The certificate features a decorative header with green and yellow wavy shapes. In the top right corner, there are three logos: the institutional logo of Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, the LPPM logo with the tagline 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat', and the KAMPUS logo. The main title 'Sertifikat' is prominently displayed in a large green font. Below it, the certificate number '1327/K.LPPM/KKN.52/09/2023' is provided. The issuing institution is identified as 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto'. The recipient's name is 'NAVISATUN AZ ZAHRA' with NIM '2017201014'. The text states that she has completed the KKN program for the 52nd cohort in 2024 and has passed with a grade of 87 (A). A red-bordered portrait of the student and a QR code for validation are included. The bottom of the certificate is decorated with green and yellow wavy shapes.

 |  

# Sertifikat

Nomor Sertifikat : 1327/K.LPPM/KKN.52/09/2023

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **NAVISATUN AZ ZAHRA**  
NIM : **2017201014**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-52 Tahun 2024,  
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **87 (A)**.



Certificate Validation

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Navisatun Az Zahra
2. NIM : 2017201014
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 21 Januari 2001
4. Alamat Rumah : Jalan Alpukat RT 02/03 Jenang,  
Majenang Cilacap, Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Waryanto  
Nama Ibu : Woro Sutarti

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK/PAUD : TK Aisyiyah 01 Majenang
  - b. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri Jenang 01, 2013
  - c. SMP/MTs, tahun lulus : MTs Negeri 1 Cilacap, 2016
  - d. SMA/MA, tahun lulus : MAN 2 Cilacap, 2019
  - e. S.1 tahun masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto, 2020

Purwokerto, 3 Juli 2024

Navisatun Az Zahra

NIM. 2017201014

