

SKRIPSI

PERAN *HOME INDUSTRY* KOPI TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN EKONOMI KELUARGA KABUPATEN ACEH BESAR



Disusun Oleh:

**Saifullah
NIM. 150604088**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Saifullah
NIM : 150604088
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 03 Februari 2023

Yang Menyatakan,


(Saifullah)



PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PERAN *HOME INDUSTRY* KOPI TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN EKONOMI KELUARGA KABUPATEN ACEH BESAR

Disusun Oleh:

Saifullah
NIM: 150604088

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
yang telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi
Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Marwiyati, SE., MM.

NIP.197404172005012002



Uliya Azra, SE., M.Si.

NIP.199410022022032001

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi,



Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak.CA.

NIP: 198307092014032002

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Saifullah
NIM: 150604088

Dengan Judul:

**Peran *Home Industry* Kopi Terhadap Peningkatan Kesejahteraan
Ekonomi Keluarga Kabupaten Aceh Besar**

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 28 Desember 2022
04 Jumadil Akhir 1444H

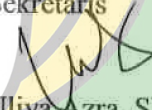
Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Marwiyati, SE., MM
NIP. 197404172005012002

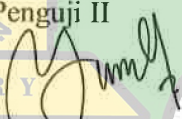
Sekretaris


Uliya Azra, SE., M.Si
NIP. 199410022022032001

Penguji I

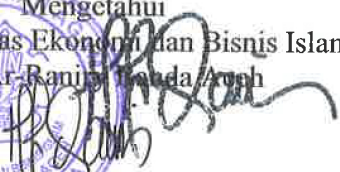

Dr. Maimun, SE., Ak., M.Si
NIP. 197009171997031002

Penguji II


Yulindawati, SE., MM
NIP. 197907132014112002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Hafas Furqani, M.Ec.
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

JL. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Saifullah
NIM : 150604088
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi
E-mail : 150604088@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir ☐ KKK ☐ Skripsi ☐

Yang berjudul:

Peran *Home Industry* Kopi Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga Kabupaten Aceh Besar. Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara fulltext untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh,
Pada tanggal : 03 Februari 2023

Mengetahui:

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Saifullah
NIM. 150604088

Marwiyati, SE., MM
NIP. 197404172005012002

Uliya Azra, M.Si
NIP. 199410022022032001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala Puji dan syukur bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul penelitian “**Peran Home Industry Kopi Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga Kabupaten Aceh Besar**”. Selawat beiringan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW. keluarga beserta sahabat beliau sekalian.

Skripsi ini disusun dengan maksud guna memenuhi persyaratan untuk gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

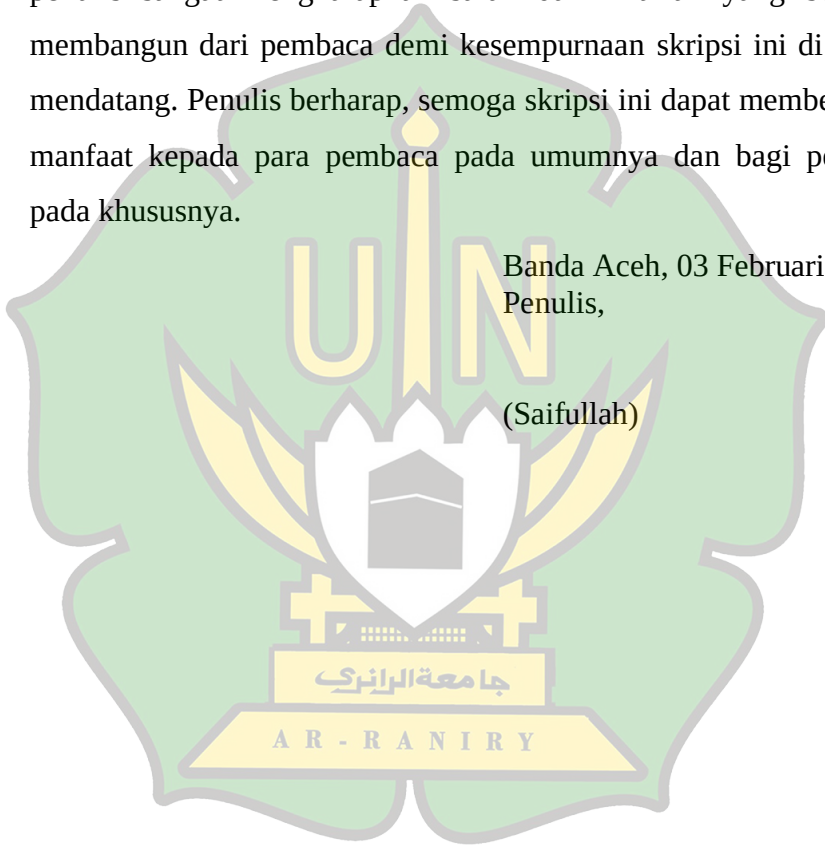
2. Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak.CA., selaku ketua program studi Ilmu Ekonomi dan Ana Fitria,, M.Sc., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik dan spiritual.
3. Hafiizh Maulana SP., Shi., ME selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan bantuan, dukungan dan masukan yang penulis butuhkan selama ini.
4. Marwiyati, SE., MM., selaku dosen pembimbing Idan Uliya Azra, SE., M.Si., selaku pembimbing Ilyang telah memberikan masukan demi perbaikan skripsi ini.
5. Dr.Maimun, SE., Ak., M.Si., selaku penguji I dan Yulindawati, SE., MM., terimakasih telah memberikan masukan dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan penulisan ini.
6. Dosen dan Staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, khususnya Program Studi Ilmu Ekonomi yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan serta perhatiannya kepada penulis selama menempuh pendidikan program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Ekonomi.
7. Ungkapan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ayahanda dan Ibunda yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, waktu dan doa serta dorongan moril maupun materil yang luar

biasa, dan juga kepada seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan semangat selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun cara penyusunannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini di masa mendatang. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Banda Aceh, 03 Februari 2023
Penulis,

(Saifullah)



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ

هَوْلَ : *Haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:



Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أ/إِ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يِ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالَ

rama: رَمَى

qila: قِيلَ

yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta Marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

- b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfal/raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-madinah al-munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-madinatul munawwarah
talhah : طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Saifullah
NIM : 150604088
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmui Ekonomi
Judul : Peran *Home Industry* Kopi Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga Kabupaten Aceh Besar
Pembimbing I : Marwiyati, SE., MM.
Pembimbing II : Uliya Azra, SE., M.Si.

Home industry Malem diwa telah mampu meningkatkan harga komoditas kopi petani karena dikemas dan diolah dengan baik sehingga menghasilkan kopi dengan kualitas premium. Sehingga dengan keberadaan *home industry* ini mampu memberikan dampak positif bagi pelaku *home industry* sendiri dan kesejahteraan ekonomi keluarga bagi para pekerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran, faktor pendukung dan penghambat *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *home industry* kopi dalam kesejahteraan ekonomi keluarga adalah pemilik dapat mengembangkan usaha dengan membuka warung kopi dan membeli mesin press kopi. Kemudian membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar dengan gaji tiap bulannya Rp. 1.800.000. Faktor pendukung *home industry* adalah modal dari pemilik, tenaga kerja yang memiliki kemampuan dan sarana dan prasarana seperti mesin pengilingan kopi yang mampu memproduksi kurang lebih 50 Kg/perhari. Diharapkan *home industry* Malem diwa memperhatikan kesejahteraan ekonomi masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan atau memberikan pelatihan pengilingan kopi agar menambah pengetahuan dalam usaha kopi bagi masyarakat sekitar.

Kata Kunci : *Home Industry, Ekonomi Keluarga*

DAFTAR ISI

COVER LUAR

COVER DALAM

PERNYATAAN KEASLIAN iii

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI iii

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI v

FORM PERNYATAAN PERSEUJUAN PUBLIKASI..... vi

KATA PENGANTAR vii

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN Error! Bookn

ABSTRAK..... x

DAFTAR ISI xvi

DAFTAR TABEL xviii

DAFTAR GAMBAR xix

DAFTAR LAMPIRAN..... xixi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1. LatarBelakangMasalah..... 1

1.2. RumusanMasalah..... 9

1.3. TujuanPenelitian 9

1.4. ManfaatPenelitian 10

1.5. Sitematika Pembahasan..... 11

BAB II LANDASAN TEORI..... 13

2.1. *Peran Home Industry*..... 13

2.1.1. Pengertian Peran 13

2.1.2. *Home Industry*..... 20

2.1.3. Jenis-Jenis *Home Industry*..... 21

2.1.4. Manfaat *Home Industry* 25

2.1.5. Keunggulan dan Kelemahan *Home Industry*..... 26

2.2. Kopi 35

2.3. Strategi Pemasaran Kopi 36

2.4. Ekonomi Keluarga 43

2.5. Peran Home Industry Terhadap Peningkatan
Ekonomi Masyarakat..... 55

2.6. Penelitian Terkait 597

2.7. Kerangka Berfikir..... 652

BAB III	METODELOGI PENELITIAN	663
3.1.	Rancangan Penelitian.....	663
3.2.	Subjek dan Objek Penelitian.....	663
3.3.	Lokasi Penelitian dan Dasar Pemilihan Lokasi....	685
3.4.	Sumber Data	695
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	706
3.6.	Pengabsahan Data	728
3.7.	Teknik Analisa Data.....	728
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	761
4.1.	Gambaran Umum Home Industri Kopi Malemdywa	761
4.2.	Pembahasan.....	924
BAB V	PENUTUP.....	80
5.1.	Kesimpulan	80
5.2.	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		
PANDUAN WAWANCARA		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Data Informan..... 54

Tabel 4.1. Gambaran Data Umum Informan..... 62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir	52
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Panduan Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di tengah dinamika ekonomi global yang terus-menerus berubah, membuat Indonesia mengalami krisis ekonomi. Hal ini juga memengaruhi kondisi pasar yang tidak menentu, harga bahan baku yang relatif tidak stabil. Dengan daya beli masyarakat yang cenderung naik turun tidak menyurutkan industri yang ada untuk tetap bertahan, walaupun kebanyakan dari industri ini banyak yang menutup usaha dan mengalami kendala seperti sumber daya yang tidak memadai dan keterbatasan modal (Candra, 2018).

Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang memiliki wilayah pertanian yang sangat luas dengan sebagian besar dari angkatan kerja dan kegiatan ekonomi nasional Indonesia berputar di sekitar kegiatan sektor pertanian. Untuk mewujudkan arah pembangunan nasional yang sejahtera, konsep industri pertanian (agroindustri) diharapkan mampu mewujudkan tujuan nasional bangsa. Salah satu produk perkebunan yang menjadi andalan Indonesia adalah kopi, didukung dengan iklim dan ketinggian tempat yang sesuai dengan tanaman kopi, industri kopi ini berkembang dan tersebar di seluruh provinsi di Indonesia mulai dari Aceh hingga Papua dengan kualitas dan kuantitas yang berbeda (Kemenperin, 2019).

Secara garis besar menurut AEKI (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia) industri kopi dalam negeri dapat digolongkan kedalam 3 Kelompok, yaitu: 1) Industri kopi olahan kelas kecil (*home industry*), pada industri ini umumnya produk-produknya dipasarkan di warung atau pasar yang ada disekitarnya dengan *brand name* atau tanpa *brand name*. Industri yang tergolong pada kelompok ini pada umumnya tidak terdaftar di Dinas Perindustrian maupun di Dinas POM, industri pada kelompok ini tersebar di seluruh daerah penghasil kopi. 2) Industri kopi olahan kelas menengah, Industri kopi yang tergolong pada kelompok ini merupakan industri pengolahan kopi yang menghasilkan kopi bubuk atau produk kopi olahan lainnya seperti minuman kopi yang produknya dipasarkan di wilayah Kecamatan atau Kabupaten tempat produk tersebut dihasilkan. Produknya dalam bentuk kemasan sederhana yang pada umumnya telah memperoleh izin dari Dinas Perindustrian sebagai produk Rumah tangga. Industri kopi olahan kelas menengah banyak dijumpai di sentra produksi kopi seperti di Lampung, Bengkulu, Sumatera Selatan, Sumatera Utara dan Jawa Timur. 3) Industri kopi olahan kelas Besar, Industri kopi kelompok ini merupakan industri pengolahan kopi yang menghasilkan kopi bubuk, kopi instant atau kopi mix dan kopi olahan lainnya yang produknya dipasarkan di berbagai daerah di dalam negeri atau diekspor. Produknya dalam bentuk kemasan yang pada umumnya telah memperoleh, nomor Merek Dagang dan atau label lainnya (Kemenperin, 2019).

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Hasil industri tidak hanya berupa barang tetapi juga dalam bentuk jasa. Menurut UU No, 3 Tahun 2014 tentang perindustrian (Candra, 2018). Umumnya industri rumah tangga tergolong sektor informal yang memproduksi secara unik, terkait dengan kearifan lokal, sumber daya setempat dan mengedepankan buatan tangan (Robert, 2020). Keberadaan *home industry* sangat diperlukan di daerah-daerah pedesaan yang pada umumnya dicirikan sebagai industri kecil, karena jenis industri ini termasuk sektor informal yang tidak memerlukan persyaratan yang spesifik. Hal ini memberikan kesempatan pada masyarakat untuk bisa terlibat dalam setiap sektor produksi sampai proses pemasaran.

Industri rumah atau industri kecil mempunyai peran penting dalam mendorong sektor pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Sehingga sektor ekonomi mendapatkan perhatian yang cukup ekstra dari pemerintah. Karena telah banyak memberikan dampak yang positif untuk dapat mempercepat pertumbuhan, baik dari segi penyerapan tenaga kerja serta kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh, yang mana mampu meningkatkan taraf hidup pada masyarakat golongan kebawah. Selain itu sektor industri berperan penting dalam meningkatkan potensi sumber daya manusia serta memanfaatkan sumber daya alam secara optimal.

Industri kecil merupakan pengembangan empat kegiatan ekonomi yang penting sebagai motor penggerak pembangunan ialah

agribisnis, industri manufaktur, sumber daya manusia serta bisniskelautan. Selain itu industri kecil merupakan pengembangan kawasanandalan untuk dapat mempercepat pemulihan perekonomian melaluipendekatan wilayah atau daerah, yaitu untuk pemulihan wilayah ataudaerah yang mewadahi program prioritas dan pengembangan sektor–sektor yang potensial. Dan usaha kecil juga dapat diartikan sebagaipeningkatan upaya pemberdayaan masyarakat.

*Home industry*menurut Muliawan (2008) ialah perusahaan skala kecil,perusahaan ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusatproduksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Biladilihat dari modal usaha dan tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikitdari perusahaan – perusahaan besar pada umumnya.*Home industry*kini banyak dijumpai di beberapa wilayah di Indonesiadengan peralatan teknologi yang sederhana mampu mendatangkankeuntungan *home industry*ini perlu dibina agar menjadi usaha yangmampu berkembang dengan pesat khususnya dilingkup wilayah perdesaansehingga bisa meratakan distribusi pendapatan dan kesenjangan antarmasyarakat desa.*Home industry* saat ini yang mampu berkembang dan dapat meningkatkan ekonomi keluarga adalah *home industry* kopi.

Indonesia menempati urutan keempat terbesar di dunia sebagai produsen dan eksportir komoditas kopi setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia (*International Coffee Organization*, 2019). Indonesia pada tahun 2021 memiliki produksi kopi sebanyak

765.415 ton. provinsi dengan produksi kopi terbanyak di Sumatera Selatan 188.760 ton, Lampung 115.689 ton, Sumatera Utara 74.512 ton, Aceh 73.674 ton dan Bengkulu 69.861 ton (Dirjen Perkebunan Indonesia, 2021). Dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Sumber: Dirjen Perkebunan Indonesia, 2021

Komoditas kopi sangat berkaitan langsung dengan gaya hidup masyarakat saat ini dimana dapat dilihat pada fenomena bertumbuhnya bisnis kedai kopi di Indonesia (Ricklefs, 2015). Kopi Arabika merupakan tipe kopi tradisional dengan cita rasa terbaik, sebagian besar kopi yang ada terbuat dari kopi jenis ini. Indonesia kaya akan jenis dan macam kopi, berbagai daerah terkenal di Indonesia juga memiliki kopi khas masing-masing. Seperti Aceh yang terkenal dengan kopi gayo (robusta), Papua yang terkenal dengan kopi Wamena (arabika) dan Bali yang terkenal dengan kopi Kintamani (arabika). Kopi Kintamani Bali terkenal dengan cita rasa dan aroma yang khas (Harun, 2018).

Saat ini warung kopi dianggap sebagai tempat pertemuan dan tempat istirahat dari kesibukan sehari-hari. Bahkan sekarang tidak jarang para pengusaha melakukan transaksi di kedai kopi, sehingga tidak heran kalau orang-orang bisa duduk berjam-jam lamanya di kedai kopi. Semua kalangan dapat duduk di kedai kopi. Selain untuk minum kopi kedai kopi juga merupakan tempat bagi masyarakat untuk saling bertukar informasi. Kedai kopi merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau melakukan aktifitas (ringan) lainnya seperti diskusi atau obrolan, membaca media cetak, *online* atau buku, menyelesaikan beberapa tugas akademik atau non-akademik hingga bersenang-senang dengan hiburan yang ditawarkan (Nurazizi, 2013).

Selain itu kedai kopi juga mampu membentuk suatu masyarakat yang demokratis karena di kedai kopi orang saling berbeda pendapat merupakan sebuah hal yang biasa dan sedikit sekali yang membawa perbedaan pendapat ini keluar dari kedai kopi. Bagi para pecandu kopi, tiada hari tanpa secangkir kopi. Kopi telah menjadi bagian dari ritual keseharian ribuan orang. Bahkan belakangan ini kopi sudah merupakan satu penanda gaya hidup. Konsep gaya hidup tersebut dapat terlihat dari tempat yang digunakan seseorang untuk menikmati kopi. Salah satu tempat untuk menikmati kopi tentu saja adalah kedai kopi (Tambunan, 2016).

Aceh dikenal dengan sebutan negeri seribu kedai kopi. Julukan tersebut dikarenakan jumlah kedai kopi yang sangat

banyak dan tersebar di seluruh kawasan Aceh. Banda Aceh sebagai Ibu kota Provinsi Aceh sendiri memiliki ratusan kedai kopi yang tersebar di sembilan kecamatan. Kedai kopi tersebut selalu ramai dikunjungi, tidak hanya masyarakat Banda Aceh yang datang dan menikmati kopi khas Aceh, dan para wisatawan domestik dan mancanegara juga datang dan ikut mencicipi rasa khas kopi Aceh. Kenikmatan kopi Aceh memang sudah sangat populer, terlebih lagi dikalangan para pecinta kopi.

Penelitian yang dilakukan Silvia (2019) diketahui bahwa faktor penghambat dalam perekonomian masyarakat Desa Rendeng. Faktor pendukung tersebut diantaranya: (a) mampu memanfaatkan bahan baku lokal, (b) tersedianya lapangan pekerjaan sehingga mampu mengurangi angka pengangguran. Namun dari faktor pendukung tersebut, terdapat faktor penghambat dalam meningkatkan ekonomi masyarakat diantaranya (a) faktor cuaca yang tidak menentu, (b) modal yang terbatas, (c) belum adanya pelatihan oleh pemerintah untuk melatih pengolahan kopi sehingga mampu meningkatkan pendapatan petani kopi dengan upaya memberikan pelatihan baik itu pelatihan dalam segi produksi maupun dalam segi pemasaran produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Tumi (2019), hasil dari penelitian ini yakni dengan adanya usaha pengolahan kopi di Desa Simpang Banyak Kecamatan Ulupungkut Kabupaten Mandailing Natal dapat memperbaiki dan meningkatkan kondisi ekonomi

keluarga karena usaha pengolahan kopi dapat membuka peluang kerja dengan meningkatkan hasil produksi dan pemasaran.

Salah satu industri yang menjadi pilihan penulis adalah industri pengolahan kopi yang terletak di Kecamatan Darul Imarah yang mengolah kopi. Kopi di Warung Kopi Malemdywa memiliki keunikan tersendiri yakni terdapat rasa kopi yang nikmat. Dengan adanya keberadaan *Home industry* telah mampu meningkatkan harga komoditas kopi Petani karena dikemas dan diolah dengan baik sehingga menghasilkan kopi dengan kualitas premium. Sehingga dengan keberadaan *home industry* ini mampu memberikan dampak positif bagi pelaku *home industry* sendiri.

Home industry kopi Malemdywa yang terletak di Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar pada awalnya hanya bergerak dalam bidang pengilangan kopi saja namun saat ini Malemdywa juga menjual produk kopi dengan berbagai jenis kopi dengan memiliki brand sendiri yaitu kopi Malemdywa. Pemasaran dalam penjualan kopinya juga dilakukan melalui media sosial, hal ini juga menjadi salah satu strategi meningkatkan penjualan kopi dan tidak hanya menjual produk kopi di warung kopi tetapi juga menjual banyak minuman lainnya seperti teh, coklat, jus dan minuman lainnya. Seiring berjalannya waktu Malemdywa juga membuka warung kopi untuk menarik pengunjung untuk menikmati kopi dan disediakan fasilitas wifi dikarenakan target pasarnya adalah remaja dan keluarga juga.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka peneliti tertarik meneliti tentang “Peran *Home industry* Kopi Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga di Kabupaten Aceh Besar”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar”?.
2. Apa saja faktor pendukung *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar”?.
3. Apa saja faktor penghambat *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar”?.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, dapat dikemukakan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana peran *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar”?.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar”?.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar”?.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan berbagai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoretis
Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu ekonomi tentang peran *home industry* dalam meningkatkan ekonomi keluarga.
2. Manfaat secara praktis
 1. Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti tentang ilmu ekonomi, khususnya tentang upaya meningkatkan ekonomi keluarga..
 2. Sebagai masukan bagi Gampong untuk mengetahui lebih lanjut mengenai upaya meningkatkan ekonomi keluarga melalui *home industry*.
 3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi awal dalam penelitian lain khususnya bidang ilmu ekonomi.
3. Manfaat Kebijakan

Dapat berperan untuk memajukan perekonomian rakyat pembangunan koperasi ditujukan pada

pertumbuhan budaya dan citra positif serta penguatan kelembagaan koperasi agar mampu berperan sebagai wadah kegiatan masyarakat.

1.5. Sitematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini menerangkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Peneliti menguraikan tentang pengertian *home industry*, jens-jenis *home industry*, kelemahan dan keunggulan *home industry*, pengertian ekonomi keluarga, peran *home industry* dalam meningkatkan ekonomi keluarga, kerangka berfikir, dan pengembangan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Peneliti menguraikan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, data dan teknik pemerolehannya, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan reliabilitas, variabel penelitian, metode analisis data, pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini menjabarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dan pembahasannya.

Bab V Penutup

Membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. *Peran Home Industry*

2.1.1. Pengertian Peran

Peran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki orang yang berkedudukan di masyarakat. 10 Peran diartikan pada karakterisasi yang disandang untuk dibawa oleh seorang aktor dalam sebuah pentas drama, yang dalam konteks sosial peran diartikan sebagai suatu fungsi yang dibawa seseorang ketika menduduki suatu posisi dalam struktur sosial. Peran menurut Soerjono Soekanto merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran. Lalu menurut kata peran memiliki arti laku, hal yang berlaku atau bertindak yang diharapkan dimiliki seseorang yang memiliki kedudukan (status) peran merupakan aspek yang dinamis, apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukan. maka ia menjalankan suatu peranan.

Aziz dalam bukunya membagi peran menjadi 4 bagian yaitu:

1. Peran pasilitatif Peran tersebut memberikan kontribusi kepada masyarakat dalam bentuk perubahan untuk meningkatkan kebutuhan masyarakat.

2. Peran pendidikan Dalam pradigma generasi pemuda peran ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas masyarakat melalui pendidikan, peran ini masyarakat mendapatkan pelajaran seperti pelatihan, membangun kesadaran dan memberikan pemahaman.
3. Peran perwakilan Peran perwakilan dibutuhkan dalam melakukan negosiasi pada saat terjadi perbedaan yang kurang baik yang mengarah kepada konflik antara berbagai pihak.
4. Peran keterampilan teknik Peran ini merupakan salah satu peran bagaimana para pemuda atau kelompok memiliki peran dalam mengembangkan dan menerapkan keterampilan yang ada dimasyarakat.

Menurut Jim Ife dalam buku Isbandi Rukminto Adi yang berjudul Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat untuk mengarahkan, menggerakkan dan mendampingi masyarakat. Peran utama tersebut meliputi :

1. Peran Fasilitatif Menurut Jim Ife dalam peran fasilitasi terdapat tujuh peran khusus yaitu animasi sosial, mediasi dan negosiasi, pemberi dukungan, membentuk konsensus, fasilitator kelompok, pemanfaatan sumber daya dan mengorganisasi.
 - a. Animasi sosial, yaitu peran yang dijalankan sebagai animasi sosial adalah memberi semangat, mengaktifkan,

memberikan kekuatan, memberi inspirasi, motivasi kepada orang untuk melakukan sesuatu.

- b. Motivasi dan negosiasi, program pengembangan masyarakat sering kali dihadapkan pada sebuah konflik kepentingan maupun konflik nilai. Saat itulah peran mediator sangat diperlukan untuk membantu menyelesaikan permasalahan.
- c. Pendukung, yaitu sering kali masyarakat tidak cukup mempunyai kepercayaan diri untuk memaksimalkan kemampuannya, untuk itu dukungan dari pelaku perubahan sangat diperlukan.
- d. Pembangun konsensus, yakni membentuk konsensus adalah kelanjutan dari peran mediasi. Tujuannya adalah untuk menyatukan perbedaan-perbedaan yang ada di masyarakat
- e. Fasilitator kelompok, agar masyarakat dapat melakukan tugasnya secara maksimal perlu adanya peran fasilitator dalam proses pemberdayaan masyarakat.
- f. Pemanfaatan sumber daya dan keterampilan, yaitu pelaku perubahan harus mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan berbagai keterampilan dan sumber daya dalam masyarakat.
- g. Mengorganisasi, yakni keterampilan mengorganisasi melibatkan kemampuan pelaku perubahan untuk berfikir tentang hal-hal apa saja yang dibutuhkan, hal mana yang perlu dilakukan sendiri dan yang harus diprioritaskan.

2. Peran Edukasi Peran-peran fasilitatif melibatkan pemberdaya masyarakat untuk menstimulus dan mendorong proses-proses kemasyarakatan, maka peran-peran pendidikan menuntut pemberdaya masyarakat untuk lebih aktif menyusun agenda. Pemberdaya masyarakat tidak hanya membantu pelaksanaan, tetapi juga berperan aktif dalam memberikan masukan secara langsung, sebagai hasil dari pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman.

a. Peningkatan kesadaran masyarakat

Peningkatan kesadaran diawali dengan upaya menghubungkan antara individu dan struktur yang lebih makro seperti struktur sosial dan politik. Hal ini bertujuan membantu individu melihat permasalahan dari sudut pandang yang lebih luas. Hal ini dilakukan untuk memisahkan permasalahan yang sifat personal dengan struktur sosial dan politik sering kali justru menjadi penyebab terjadinya ketidakberdayaan. Dalam upaya agar masyarakat mau dan mampu mengatasi ketidakberuntungan struktur mereka, warga harus mau menjalin hubungan antara satu dan lainnya. Hal inilah yang menjadi tujuan awal dari penyadaran masyarakat

b. Memberikan informasi

Pelaku perubahan dalam upaya memberdayakan masyarakat tidak jarang juga harus menyampaikan informasi yang mungkin belum diketahui oleh komunitas

sasaran. Membantu memberikan informasi yang relevan kepada masyarakat merupakan satu diantara peran penting seorang pelaku perubahan masyarakat.

c. Mengkonfrontasi

Teknik konfrontasi dilakukan jika memang sudah tidak ada solusi lain. Teknik konfrontasi ini haruslah diperimbangkan terlebih dahulu sebelum digunakan karena kadang kala teknik ini bisa merugikan relasi antara pelaku perubahan dan masyarakat sasarnya.

d. Pelatihan

Pelatihan merupakan peran edukasi yang paling spesifik karena secara mendasar memfokuskan pada upaya mengajarkan masyarakat bagaimana melakukan suatu hal. Dalam hal ini perilaku perubahan banyak bertindak sebagai penghubung guna mencari tenaga yang kompeten untuk melakukan pelatihan tidak selalu berperan sebagai orang yang memberikan pelatihan, tetapi pelaku perubahan lebih banyak bertindak sebagai penghubung guna mencari tenaga yang kompeten untuk melakukan pelatihan.

3. Peran Representasi Istilah peran-peran representasi digunakan untuk menunjukkan berbagai peran seorang pemberdaya masyarakat dalam berinteraksi dengan pihak luar demi kepentingan bagi masyarakat. Banyak aktivitas pemberdaya masyarakat berkonsentrasi didalam masyarakat,

penting juga bagi seorang pemberdaya masyarakat untuk berhubungan dengan sistem lebih lebar. Berbagai peran representasi adalah sebagai berikut :

- a. Mendapatkan sumber, para pemberdaya masyarakat membantu masyarakat atau kelompok masyarakat untuk memperoleh berbagai sumber informasi, keterampilan dan keahlian yang dibutuhkan agar mampu mendirikan berbagai struktur sendiri dalam menentukan berbagai tujuan sendiri. Dengan mendapatkan sumber-sumber dari luar tetapi dengan berbagai pertimbangan yang matang, sebagai bantuan modal usaha, pelatihan pengembangan potensi dan produktivitas dari berbagai donatur.
- b. Advokasi, pemberdaya masyarakat akan sering melakukan peran advokasi atas nama kepentingan sebuah masyarakat, kepentingan kelompok atau individu dalam suatu masyarakat. Pemberdaya masyarakat mewakili berbagai kepentingan seseorang, kelompok atau masyarakat yang menangani kasus mereka dengan baik.
- c. Memanfaatkan media massa, para pemberdaya masyarakat dalam banyak kejadian perlu secara efektif memanfaatkan sebuah media. Hal ini bisa saja demi memperjelaskan isu dan membantu untuk menepatkan mereka pada agenda publik memanfaatkan media massa berupa menyampaikan berita atau melakukan promosi melalui media cetak, elektronik, maupun media internet.

- d. Hubungan masyarakat, kemampuan untuk membuat berbagai presentasi publik. Seorang pemberdaya masyarakat pada saat tertentu harus membuat berbagai presentasi publik, salah satunya saat berada didalam sebuah pertemuan masyarakat atau acara lainnya.
 - e. Jaringan kerja, membangun jaringan kerja berarti mengembangkan relasi dengan berbagai pihak dan berupaya mendorong mereka ikut serta dalam proses pemberdayaan.
 - f. Berbagi pengetahuan dan pengalaman, peran ini didasari dengan asumsi bahwa masyarakat tidak dianggap sebagai pihak yang mengetahui apapun, namun masyarakat dianggap sebagai pihak yang sebenarnya menyimpan potensi dan pengetahuan yang dapat dipelajari.
4. Peran Teknis
- a. Pengumpulan dan analisa data, peran ini dikatakan sebagai peran peneliti sosial dengan menggunakan berbagai metodologi yang sesuai. Penelitian sosial dimaksudkan untuk mengetahui permasalahan masyarakat dan kebutuhan-kebutuhan masyarakat secara tepat.
 - b. Menggunakan komputer, kemampuan menggunakan komputer sangat penting untuk menunjang berbagai kegiatan seperti menyimpan data, analisis data, membuat proposal, laporan dan sebagainya.

- c. Presentasi verbal dan teknis, kemampuan melakukan presentasi sangatlah penting untuk menyampaikan ide-ide gagasan kepada masyarakat ataupun kepada pihak lain yang berpengaruh terhadap proses pemberdayaan. Presentasi tidak hanya dilakukan secara verbal tetapi bisa juga secara tertulis melalui laporan yang komunikatif.
- d. Mengontrol dan mengelola keuangan, dalam hal ini pelaku perubahan dapat berperan dalam pencacatan finansial, pengawasan pertanggung jawaban pengeluaran, pengawasan anggaran, audit dan sebagainya.

2.1.2. Home Industry

Home industry adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Home berarti rumah, tempat tinggal ataupun kampung halaman. Sedang industri, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya, *home industry* (atau biasanya ditulis/dieja dengan “*Home industry*”) adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah (Soerjono, 2015).

Home industry juga dapat berarti industri rumah tangga karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga. Pada umumnya memusatkan kegiatan di sebuah

rumah keluarga tertentu dan para karyawannya berdomisili di tempat yang tidak jauh dari rumah produksi tersebut. Secara geografis dan psikologis hubungan mereka sangat dekat (pemilik usaha dan karyawan) sehingga memungkinkan kemudahan dalam menjalin komunikasi (Tambunan, 2016).

Menurut Husnan dan Syahdan dalam jurnalnya (2019:5) *home industry* merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah bentuk fisik dari suatu barang sehingga dapat di pergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dikerjakan dirumah. Dalam pengertian ini termasuk juga kegiatan kerajinan tangan. Sehingga *home industri* dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk memproduksi dimana di dalamnya terdapat perubahan bentuk atau sifat dari suatu barang. Kegiatan *home industri* umumnya merupakan pekerjaan para petani dan penduduk desa, yang memiliki arti sebagai sumber penghasilan tambahan. Salah satu tujuan industrialisasi daerah pedesaan adalah untuk mengembangkan kegiatan ekonomi daerah tersebut, dan dalam usaha untuk mengembangkan industri kecil dan kerajinan rakyat. Dalam pembangunan industri peranan pemerintah sangat besar sekali manfaatnya.

2.1.3. Jenis-Jenis *Home Industry*

Ada beberapa bentuk dan jenis *home industry* yang dikenal oleh masyarakat, seperti (Robert, 2020):

1. *Home industry* bidang kosmetik (alat-alat kecantikan) contoh : *face lotion* (lotion muka), *skin tonic lotion*, *cleansing cream*, bedak powder, minyak rambut kental, minyak rambut *hair cream*.
2. *Home industry* bidang kebutuhan sehari-hari, contoh : sabun mandi, sabun cuci batangan, sabun cuci deterjen, pasta gigi.
3. *Home industry* bidang obat-obatan ringan, contohnya seperti : minyak angin, obat gosok, obat kutu busuk, obat nyamuk.
4. *Home industry* bidang makanan, contoh : keripik ubi, keripik pisang, emping.
5. *Home industry* bidang minuman, contoh : soda, jus buah, minuman instan.

Menurut Siska (2019), Industri merupakan kegiatan ekonomi yang luas maka jumlah dan macam industri berbeda-beda untuk tiap-tiap Negara atau daerah. Pada umumnya, makin laju tingkat perkembangan perindustrian di suatu Negara atau daerah, makin kompleks pula sifat kegiatan dan usaha tersebut. Adapun klasifikasi industri berdasarkan kriteria masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Klasifikasi industri berdasarkan bahan baku
 - a. Industri ekstraktif, yaitu industri yang bahan bakunya diperoleh langsung dari alam, misalnya industri pertanian, perikanan dan kehutanan.

- b. Industri non ekstraktif, yaitu industri yang mengolah lebih lanjut hasil industri lain. Misalnya, industri kayu lapis dan industri kain.
- c. Industri fasilitatif, yaitu kegiatan industri yang menjual jasa seperti angkutan dan lain-lain.

2. Klasifikasi industri berdasarkan tenaga kerja

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pengelompokan industri berdasarkan tenaga kerja ini dibedakan menjadi 4 yaitu:

- a. Perusahaan atau industri besar, yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang atau lebih. Ciri industri besar adalah memiliki modal yang besar yang dihimpun dalam bentuk pemilikan saham, tenaga kerja memiliki keterampilan khusus, dan pimpinan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan. Misalnya industri tekstil. 2)
- b. Perusahaan atau industri sedang, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah 20- 99 orang.
- c. Perusahaan atau industri kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5-19 orang. Cirinya yaitu memiliki modal yang relatif kecil, tenaga kerjanya masih terbatas. Misalnya industri batu bata dan lain-lain.
- d. Industri kerajinan Rumah Tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari 4 orang

(termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar). Ciri industri ini adalah memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja yang berjumlah empat orang atau kurang dari empat orang, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya, misalnya industri makanan ringan.

3. Klasifikasi industri berdasarkan produksi yang dihasilkan:
 - a. Industri primer, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang tidak perlu pengolahan lebih lanjut. Misalnya: industri anyaman, industri konveksi, industri makanan dan minuman.
 - b. Industri sekunder, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang membutuhkan pengolahan lebih lanjut sebelum dinikmati atau digunakan. Misalnya: industri permintalan benang, industri ban, industri baja, industri tekstil.
 - c. Industri tersier, yaitu industri yang hasilnya tidak berupa barang atau benda yang dapat dinikmati atau digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung, melainkan berupa jasa layanan yang dapat mempermudah atau membantu kebutuhan masyarakat misalnya industri angkutan, industri perbankan, industri perdagangan dan industri pariwisata.

2.1.4. Manfaat *Home Industry*

Beberapa manfaat dan keutamaan nyata yang dapat diperoleh dari pertumbuhan industri rumah tangga atau *home industry* secara khusus untuk tingkat kesejahteraan masyarakat adalah sebagai berikut (Priyono, 2016):

1. Pembukaan lapangan kerja baru
2. Pembentuk dan pemkuat jaringan sosial budaya dan ekonomi lokal
3. Pendorong percepatan siklus finansial
4. Memperpendek kesenjangan sosial masyarakat
5. Mengurangi tingkat kriminalitas
6. Alat penganeekaragaman sumber daya alam dan manusia

Keberadaan *home industry* tentunya akan memberikan pengaruh dan membawa suatu perubahan terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat, baik yang berskala besar, sedang, maupun kecil. Perubahan tersebut bersifat holistik bagi kehidupan. Adanya industri di suatu daerah biasanya akan meningkatkan volume perdagangan, peningkatan kegiatan pembangunan, peningkatan volume dan frekuensi lalu lintas uang dan barang-barang dari daerah tersebut, ataupun penambahan jumlah uang yang beredar. Selain itu akan terlihat pula peningkatan kegiatan usaha pemberian jasa (bank, transportasi) (Priyono, 2016).

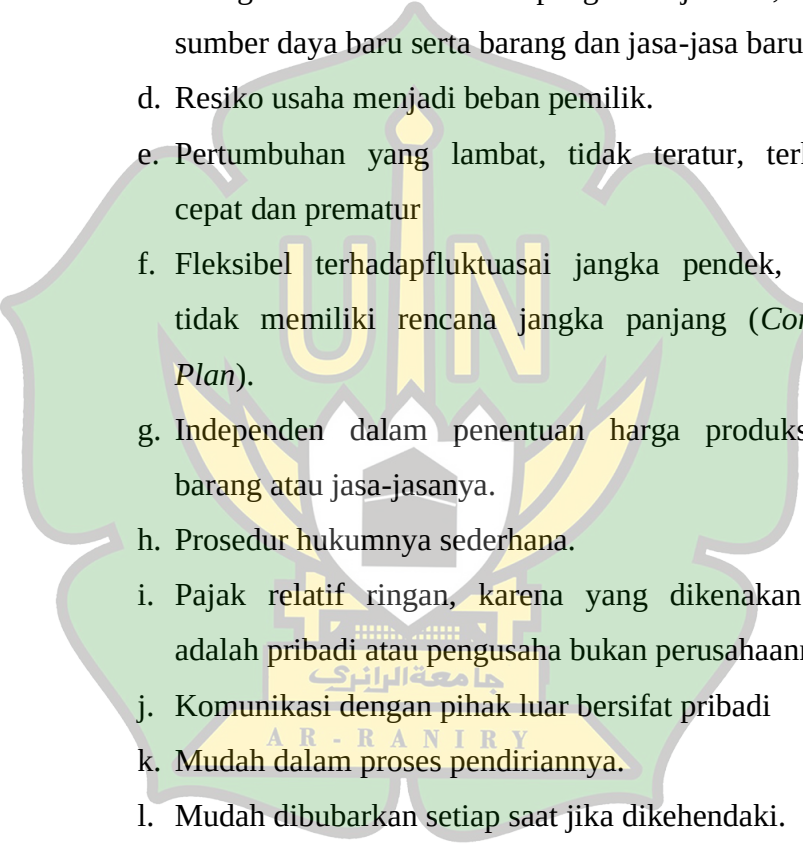
Home industry tetap mempunyai kedudukan yang penting dalam sektor perekonomian, selain dari segi ekonomi peran *home industry* juga memberi manfaat dari segi sosial yang sangat berperan aktif dalam perekonomian. Manfaat tersebut yaitu (Soerjono, 2015):

1. *Home industry* dapat menciptakan peluang usaha yang luas namun dengan pembiayaan yang relatif murah.
2. *Home industry* turut mengambil peranan dalam peningkatan dan mobilisasi tabungan domestik.
3. *Home industry* mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri besar dan sedang.

2.1.5. Keunggulan dan Kelemahan *Home Industry*

1. Keunggulan *Home industry*

Menurut Garunia (2017) bahwa ada kenyataannya *home industry* mampu tetap bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian yang mengakibatkan inflasi maupun berbagai faktor penyebab lainnya. Tanpa subsidi dan proteksi, *home industry* mampu menambah nilai devisa bagi negara. Sedangkan sektor informal mampu berperan sebagai *buffer* (penyangga) dalam perekonomian masyarakat lapisan bawah. Secara umum Skala kecil baik perorangan maupun kerjasama memiliki keunggulan dan daya tarik (Garunia, 2017) seperti:

- 
- a. Pemilik merangkap manajer yang bekerja sendiri dan memiliki gaya manajemen sendiri.
 - b. Perusahaan keluarga, dimana pengelolanya mungkin tidak memiliki keahlian manajerial yang handal.
 - c. Sebagian besar membuat lapangan kerja baru, inovasi, sumber daya baru serta barang dan jasa-jasa baru.
 - d. Resiko usaha menjadi beban pemilik.
 - e. Pertumbuhan yang lambat, tidak teratur, terkadang cepat dan prematur
 - f. Fleksibel terhadap fluktuasi jangka pendek, namun tidak memiliki rencana jangka panjang (*Corporate Plan*).
 - g. Independen dalam penentuan harga produksi atas barang atau jasa-jasanya.
 - h. Prosedur hukumnya sederhana.
 - i. Pajak relatif ringan, karena yang dikenakan pajak adalah pribadi atau pengusaha bukan perusahaannya.
 - j. Komunikasi dengan pihak luar bersifat pribadi
 - k. Mudah dalam proses pendiriannya.
 - l. Mudah dibubarkan setiap saat jika dikehendaki.
 - m. Pemilik mengelola secara mandiri dan bebas waktu.
 - n. Pemilik menerima seluruh laba.
 - o. Umumnya memiliki kecenderungan mampu untuk survive.

- p. Merupakan tipe usaha yang paling cocok untuk mengelola produk, jasa atau proyek perintisan, yang sama sekali baru atau belum pernah ada yang mencobanya, sehingga memiliki sedikit pesaing.
 - q. Terbentuknya peluang dengan adanya berbagai kemudahan dalam peraturan dan kebijakan pemerintah yang mendukung berkembangnya usaha kecil di Indonesia.
 - r. Diversifikasi usaha terbuka luas sepanjang waktu dan pasar konsumen senantiasa tergali melalui kreativitas pengelola.
 - s. Relatif tidak membutuhkan investasi yang terlalu besar, tenaga kerja yang tidak berpendidikan tinggi, serta sarana produksi lainnya yang tidak terlalu mahal.
 - t. Meskipun tidak terlihat nyata, masing-masing usaha kecil dengan usaha kecil yang lain saling ketergantungan secara moral dan semangat berusaha.
2. Kelemahan *Home industry*

Berbagai kendala yang menyebabkan kelemahan bagi pengelola suatu industri kecil diantaranya menyangkut faktor internal dari *home industry* itu sendiri serta beberapa faktor eksternal, seperti diantaranya (Garunia, 2017):

- a. Umumnya pengelola *small business* merasa tidak memerlukan ataupun tidak pernah melakukan studi

kelayakan, penelitian pasar, analisa perputaran uang tunai/kas, serta berbagai penelitian ini yang diperlukan suatu aktivitas bisnis.

- b. Tidak memiliki perencanaan sistem rencana jangka panjang, sistem akuntansi yang memadai, anggaran kebutuhan, modal, struktur organisasi dan pendelegasian wewenang. Serta alat-alat manajerial lainnya (perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian usaha) yang umumnya diperlukan oleh suatu perusahaan bisnis.
- c. Kekurangan informasi bisnis, hanya mengasu pada intuisi dan ambisi pengelola, lemah dalam promosi.
- d. Kurangnya petunjuk pelaksanaan teknis operasional kegiatan dan pengawasan mutu hasil kerja dan produk, serta sering tidak konsisten dengan ketentuan order/pesanan, yang mengakibatkan klaim atau produk yang ditolak.
- e. Terlalu banyak biaya-biaya yang di luar pengendalian serta utang yang tidak bermanfaat, juga tidak dipatuhinya ketentuan-ketentuan pembukuan standar.
- f. Pembagian kerja tidak proporsional, sering terjadi pengelola memiliki pekerjaan yang melimpah atau karyawan yang bekerja di luar batas jam kerja standar.

- g. Kesulitan modal kerja atau tidak mengetahui secara tepat beberapa kebutuhan modal kerja, sebagai akibat tidak adanya perencanaan kas.

2.1.6. Faktor Pendukung Home Industri

Faktor pokok yang mendukung terjadinya industrialisasi di suatu wilayah atau negara, yaitu sebagai berikut (Priyono, 2016):

1. Modal, digunakan untuk membangun aset, pembelian bahan baku, rekrutmen tenaga kerja, dan sebagainya untuk menjalankan kegiatan industri. Modal bisa berasal dari dalam negara dan dari luar negeri, yang disebut juga sebagai penanaman modal asing (PMA).
2. Tenaga kerja, yang jumlah dan standar kualitasnya sesuai dengan kebutuhan suatu perindustrian akan memperlancar industri tersebut dan mampu berkembang pada masa depan.
3. Bahan mentah atau bahan baku. Bahan baku merupakan salah satu unsur penting yang sangat memengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup, proses produksi dapat terhambat, bahkan terhenti. Pasokan bahan mentah yang cukup, baik dari dalam maupun luar negeri atau impor dapat melancarkan dan mempercepat perkembangan suatu industri.
4. Transportasi, yang memegang peranan penting dalam suatu industri untuk mengangkut bahan mentah ke lokasi industri, mengangkut dan mengantarkan tenaga kerja, mengangkut

barang jadi hasil output industri ke agen penyalur/distributor atau ke tahap produksi selanjutnya, dan sebagainya.

5. Sumber energi atau tenaga. Industri yang modern memerlukan sumber energi atau tenaga untuk menjalankan berbagai mesin produksi, menyalakan perangkat penunjang kegiatan bekerja, menjalankan kendaraan industri, dan sebagainya. Sumber energi dapat berwujud bahan bakar minyak (BBM), batubara, gas bumi, listrik, metan, baterai, dan sebagainya.
6. Marketing atau pemasaran hasil output produksi. Pemasaran produk hasil keluaran produksi harus dikelola oleh orang-orang yang tepat agar hasil produksi dapat terjual untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan sebagai pemasukan untuk pembiayaan kegiatan produksi berikutnya, memperluas pangsa pasar, memberikan dividen kepada pemegang saham, membayar pegawai, karyawan, buruh, dan lain-lain.
7. Kebudayaan masyarakat. Sebelum membangun dan menjalankan kegiatan industri, adat-istiadat, norma, nilai, kebiasaan, dan sebagainya yang berlaku di lingkungan sekitar harus dipelajari. Tidak sensitif terhadap kehidupan masyarakat sekitar dapat menimbulkan konflik dengan penduduk sekitar. Selain itu, ketidakmampuan membaca pasar juga dapat membuat barang hasil produksi tidak laku di pasaran karena tidak sesuai dengan selera konsumen, tidak

terjangkau daya beli masyarakat, boikot konsumen, dan lain-lain.

8. Teknologi. Dengan berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu akan dapat membantu industri untuk dapat memproduksi dengan lebih efektif dan efisien serta mampu menciptakan dan memproduksi barang-barang yang lebih modern dan berteknologi tinggi.
9. Pemerintah, memegang peranan cukup penting dalam perkembangan suatu industri karena segala peraturan dan kebijakan perindustrian ditetapkan dan dilaksanakan oleh pemerintah beserta aparatnya. Pemerintahan yang stabil mampu membantu perkembangan industri dalam segi keamanan, kemudahan-kemudahan, subsidi, pemberian modal ringan, dan sebagainya.
10. Dukungan masyarakat. Semangat masyarakat untuk membangun daerah atau negara akan membantu industri di sekitarnya. Masyarakat yang cepat beradaptasi dengan pembangunan industri, baik di desa maupun di kota sangat mendukung keberhasilan suatu industri.
11. Kondisi alam yang baik serta iklim yang bersahabat akan membantu industri memperlancar kegiatan usahanya. Indonesia memiliki iklim tropis tanpa banyak cuaca yang ekstrem sehingga kegiatan produksi rata-rata dapat berjalan dengan baik sepanjang tahun.

2.1.7. Faktor Penghambat Home Industri

Peran *home industry* sebagai basis Usaha Kecil dan Menengah(UKM) dalam pembangunan ekonomi nasional mempunyai pertumbuhan penyerapan dalam pendistribusian hasil – hasil dari pembangunan. Dalam pengembangan *home industry* mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah karena mampu bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi. Masyarakat itupun juga berkembang dan lebih bersaing dalam memasarkan produk. Hal ini juga ada hambatan dalam menjalankan *home industry* diantaranya (Rosid, 2017):

1. Minim Modal
Modal itu yang paling penting dalam menjalankan usaha. Setiap orang mampu menjalankan usaha karena adanya modal. Adapun yang rela meminjam modal demi mendirikan usaha yang ingin didirikannya. Tetapi *home industry* ini mampu mendirikan dengan keterbatasan modal yang mereka punyai tanpa meminjam uang kepada yang lainnya. Mereka lebih menggunakan modalnya sendiri karena lebih efektif jika meminjam modal dikemudian hari pengembaliannya disertai dengan bunga.
2. Terbatasnya Sumber Daya Manusia
Pada umumnya usaha kecil di pedesaan itu turun temurun bisa berasal dari keluarganya. Dalam proses pembuatannya juga masih tradisional. Dari segi pendidikan sangat rendah tetapi dari segi keterampilan sangat baik. Dalam manajemen

pengelolaan juga sangat mempengaruhi karena keterbatasan sumber daya manusianya, untuk jaringan teknologi relatif sulit sehingga untuk meningkatkan daya saing belum bisa menghasilkan.

3. Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar Masih Lemah

Jaringan usaha yang terbatas dan penetrasi pasar yang rendah di unit usaha keluarga. Jumlah yang dihasilkan juga terbatas oleh karena itu jaringan yang sulit mempengaruhi kualitas yang kurang kompetitif.

4. Sarana dan Prasarana juga terbatas

Berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang kurang memadai sehingga menyebabkan sarana prasarana yang tidak dapat berkembang dengan baik serta kurang mendukungnya kemajuan usaha.

Menurut Ranguti (2019) dalam proses pengembangan usahatani kopi, ada beberapa hal yang terjadi diluar ekspektasi. Hal tersebut menjadi hambatan dalam pengembangan usahatani kopi. Hambatan tersebut diantaranya:

1. Budidaya

Budidaya merupakan tahapan awal dalam menghasilkan output atau produksi. Hal pertama yang perlu dilakukan dalam proses budidaya adalah menyiapkan lahan, kemudian menyiapkan bahan tanaman, dan pemeliharaan yang meliputi pemupukan dan pemangkasan. Hasil akhir atau tahapan akhir

dalam proses budidaya adalah menghasilkan output yang besar dan berkualitas. untuk menghasilkan output yang besar dan berkualitas dibutuhkan teknik budidaya kopi yang tepat, akan tetapi teknik budidaya yang dilakukan oleh petani kopi.

2. Pengolahan Pasca Panen

Pada tahap pengolahan pasca panen merupakan tahapan kedua setelah budidaya kopi yang dilakukan telah menghasilkan output atau produksi. Tahap ini menjadi penting karena hasil akhir dalam proses pengolahan pasca panen menentukan nilai tambah atau nilai jual hasil panen.

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan tahapan akhir dalam proses pertanian, diterima tidaknya suatu hasil panen tergantung pada permintaan pasar. Pemasaran juga dapat memengaruhi budidaya dan pengolahan hasil panen, yang memaksa petani untuk mengolah dan merawat usahanya menjadi lebih baik agar diterima oleh konsumen atau pasar.

2.2. Kopi

2.1.1. Pengertian Kopi

Kopi merupakan sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan biji tanaman kopi. Kopi digolongkan kedalam family Rubiaceae dengan genus *Coffea*. Secara umum kopi hanya memiliki dua spesies yaitu *Coffea arabica* dan *Coffea robusta*.

Namun kopi juga biasa disebut minuman yang bisa membuat peminumnya hilang kantuk(Raharjo, 2017).

Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*). Kopi dapat digolongkan sebagai minuman *psikostimulant* yang akan menyebabkan orang tetap terjaga, mengurangi kelelahan, dan memberikan efek fisiologis berupa peningkatan energy (Asmak, 2018). Pemrosesan kopi sebelum dapat diminum melalui proses panjang yaitu dari pemanenan biji kopi yang telah matang baik dengan cara mesin maupun dengan tangan kemudian dilakukan pemrosesan biji kopi dan pengeringan sebelum menjadi kopi gelondong. Proses selanjutnya yaitu penyangraian dengan tingkat derajat yang bervariasi. Setelah penyangraian biji kopi digiling atau dihaluskan menjadi bubuk kopi sebelum kopi dapat diminum(Wenny, 2018).

2.3. Strategi Pemasaran Kopi

Menurut Yusuf (2019), strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Dengan kata lain strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan

keadaan persaingan yang selalu berubah. Uajng, (2019) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga. Strategi pemasaran yang berhasil umumnya ditentukan dari satu atau beberapa variabel marketing mix-nya. Jadi, perusahaan dapat mengembangkan strategi produk, harga, distribusi atau promosi.

Menurut Riri (2022) strategi Pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Menurut Nur (2022) strategi Pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling terkait. Kelima elemen tersebut adalah:

1. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Keputusan ini didasarkan pada faktor-faktor :
 - a. Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi
 - b. Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit
 - c. Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada trial-and-error di dalam menanggapi peluang dan tantangan
 - d. Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar yang terproteksi.

Pemilihan pasar dimulai dengan melakukan segmentasi pasar dan kemudian memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh pengusaha bubuk kopi arabika gayo specialty.

2. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama merek produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi, dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan personal yang mungkin terbentuk di antara pembeli dan penjual.
3. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
4. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
5. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing dan public relation.

Ada empat konsep yang mendasari pengembangan strategi pemasaran, antara lain (Ujang, 2019):

1. Segmentation (Segmentasi Pasar)

Segmentasi pasar yang terdiri dari sekelompok pelanggan yang memiliki sekumpulan kebutuhan dan keinginan yang serupa. Segmentasi adalah proses mengkotak-kotakan pasar (yang heterogen) ke dalam kelompok-kelompok “potential costumers” yang memiliki kesamaan kebutuhan dan/atau kesamaan karakter yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya. Karena sifatnya yang homogen, maka akan sulit bagi produsen untuk melayaninya, oleh karena itu pemasar harus memilih segmen-segmen tertentu saja dan meninggalkan bagian pasar lainnya. Bagian segmen yang dipilih pun harus disesuaikan dengan kemampuan dari produsen serta bagian yang dipilih ini merupakan bagian homogen yang memiliki ciri-ciri yang sama. Segmentasi pasar harus dilakukan sejak awal, yaitu ketika proses pertama dimulai, pada analisis peluang pasar.

2. Targeting (Penentuan Posisi Pasar)

Tujuan utama dilakukannya segmentasi pasar, targeting, dan positioning adalah menempatkan suatu produk atau pun merek didalam benak konsumen sehingga produk atau merek tersebut memiliki keistimewaan atau keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sebuah produk dipilih oleh konsumen karena keunikan ataupun perbedaan produknya. Segmentasi pasar mempunyai tujuan utama yang sama, yaitu: melayani

konsumen lebih baik dan memperbaiki posisi kompetitif perusahaan.

3. Positioning (Strategi Memasuki Pasar)

Pengelompokan yang baik harus dilakukan dengan prosedur yang tepat pula. Prosedur segmentasi yang baik adalah sebagai berikut (Yusuf, 2019):

- a. Kumpulkan informasi tentang produk, persaingan, dan konsumen.
- b. Pelajari konsumen yang ingin dilayani dan tentukan basis segmentasi yang akan digunakan. Semua jenis cara segmentasi tetap harus menjadi landasan berpikir, tetapi dalam pelaksanaannya, untuk analisis harus mengambil salah satu basis yang dikombinasikan dengan basis demografi.
- c. Aplikasikan metodologi untuk mengidentifikasi sejumlah segmen.
- d. Setelah data terkumpul, buatlah profil konsumen pada masing-masing segmen.
- e. Pilih target segment yang paling potensial, baik dari segi besar, daya beli maupun kemampuan perusahaan untuk melayaninya.
- f. Kembangkan program-program pemasaran yang konsisten dengan yang dipilih melalui program marketing mix

- g. Lakukan evaluasi dengan perbaiki program-program yang belum sejalan dengan kebutuhan segmen.

Menurut Nur (2022), segmentasi pasar memiliki 3 (tiga) macam pola yang berbeda, yaitu: preferensi homogen, preferensi tersebar dan preferensi berkelompok.

- a. Preferensi Homogen Pasar dimana konsumen memiliki pilihan barang dan jasa yang relative sama.
- b. Preferensi Tersebar Pada pola ini, pilihan pelanggan terhadap barang dan jasa lebih berbedabeda. Pilihan dari produk yang diminati oleh konsumen lebih beragam, yang disesuaikan dengan kepribadian masing-masing konsumen.
- c. Preferensi Terkelompok Preferensi Terkelompok merupakan pola yang menunjukkan bahwa konsumen memiliki preferensi yang berkelompok-kelompok. Konsumen yang berada dalam kelompok yang sama juga memiliki kesamaan preferensi. Artinya konsumen yang berada dalam kelompok yang sama cenderung memiliki selera yang sama terhadap suatu produk.

Bagi perusahaan yang pertama kali beroperasi di pasar memiliki 3 (tiga) pilihan untuk memasuki preferensi ini, antara lain (Nur, 2022):

- a. Perusahaan dapat menempatkan diri di tengah dengan harapan dapat menarik semua kelompok yang ada.

- b. Perusahaan dapat menempatkan produk pada segmen pasar yang terbesar dan dinamakan pemasaran terpusat.
- c. Perusahaan dapat mengembangkan beberapa merek dan masing-masing diposisikan pada segmen yang berbeda-beda.

4. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Dalam pemasaran sebuah produk atau jasa, perusahaan melakukan pemasaran strategik menggunakan bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran (marketing mix) menurut Ujang (2022) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Sedangkan menurut Nur (2022), bauran pemasaran adalah paduan strategi produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju.

Menurut Dini (2019), kombinasi aspek-aspek strategi pemasaran atau yang lebih dikenal dengan 4P dalam bauran pemasaran adalah :

- a. Product/ produk Produk tidak hanya pengertian fisik saja, melainkan juga perlengkapan, pemasangan, manfaat, instruksi pemakaian, pembungkus dan perawatanya. Produk adalah kumpulan atau kesatuan atribut-atribut yang secara bersamaan memuaskan kebutuhan seseorang baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, termasuk bungkus, warna, prestise, manfaat dan sebagainya.

- b. Price/ harga Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk dan jasa. Harga juga dapat mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang ingin dicapai perusahaan.
- c. Place/ saluran distribusi Saluran distribusi dimana terdapat seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan/ fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen.
- d. Promotion/ promosi Promosi adalah arus informasi / semua jenis kegiatan pemasaran untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar menciptakan pertukaran dalam pemasaran serta mendorong permintaan.

2.4. Ekonomi Keluarga

2.4.1 Pengertian Ekonomi Keluarga

Ekonomi adalah pengetahuan tentang peristiwa dan persoalan yang berkaitan dengan upaya manusia secara perorangan atau pribadi, kelompok, keluarga, suku bangsa, organisasi, Negara dalam kebutuhan yang tidak terbatas yang di hadapkan pada sumber daya yang terbatas. Ekonomi juga didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari usaha-usaha individu maupun kelompok dalam ikatan pekerjaan sehari – hari yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh pendapatan dan bagaimana pula mempergunakan pendapatan tersebut (Dini, 2022).

Ekonomi adalah aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, konsumsi barang dan jasa. Ekonomi secara umum atau secara khusus adalah aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Ekonomi juga dikatakan sebagai ilmu yang menerangkan cara-cara menghasilkan, mengedarkan, membagi serta memakai barang dan jasa dalam masyarakat sehingga kebutuhan materi masyarakat dapat terpenuhi sebaik-baiknya. Kegiatan ekonomi dalam masyarakat adalah mengatur urusan harta kekayaan baik yang menyangkut kepemilikan, pengembangan maupun distribusi (Burhanuddin, 2014).

Sedangkan keluarga pelaku ekonomi yang terdiri dari ayah, ibu, anak, dan anggota keluarga lainnya. Pendapat lain menyatakan bahwa keluarga adalah suatu satuan kekerabatan yang juga merupakan satuan tempat yang ditandai oleh adanya kerjasama ekonomi dan mempunyai fungsi untuk berkehidupan, bersosialisasi atau mendidik anak dan menolong atau melindungi yang lemah khususnya merawat orang tua mereka yang telah lanjut usia. Keluarga orang-orang yang memiliki ikatan sosial-biologis melalui pernikahan, kelahiran atau adopsi, hidup bersama, dan menggunakan sumber daya secara bersama-sama (*kolektif*) untuk mencapai tujuan bersama (Eko, 2015).

Ekonomi keluarga merupakan salah satu unit kajian ekonomi pada unit paling kecil (keluarga) dari sistem

ekonomi yang lebih besar, semisal perusahaan dan negara. Kajian ekonomi keluarga membahas tentang bagaimana keluarga menghadapi masalah kelangkaan sumber daya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan akan barang dan jasa, sehingga keluarga dituntut untuk mampu menentukan pilihan bagaimana macam kegiatan (atau pekerjaan) guna mencapai tujuan (Gunawan, 2015).

2.4.2 Status Sosial Ekonomi Keluarga

Menurut Soerjono (2016) status sosial merupakan tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya yang berhubungan dengan orang-orang lain, hubungan dengan orang lain dalam lingkungan pergaulannya, prestisenya dan hak-hak serta kewajibannya. Status sosial ekonomi berarti kedudukan suatu individu dan keluarga berdasarkan unsur-unsur ekonomi. Menurut proses perkembangannya, status sosial dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu:

1. *Ascribed status* yang diperoleh atas dasar keturunan. Kedudukan ini diperoleh atas dasar turunan atau warisan dari orang tuanya, jadi sejak lahir seseorang telah diberi kedudukan dalam masyarakat.
2. *Achieved status* yang diperoleh atas dasar usaha yang dilakukan secara sengaja. Status sosial pada ekonomi keluarga ini pada setiap lingkungan masyarakat dengan sengaja atau tidak sengaja terbentuk dengan sendirinya.

2.4.3 Aspek-Aspek dalam Ekonomi Keluarga

Kondisi ekonomi keluarga yang berbeda-beda di dalam bermasyarakat terdapat beberapa lapisan ekonomi yang berbeda yaitu ekonomi mampu, ekonomi sedang dan ekonomi keluarga tidak mampu (Gunawan, 2015).

1. Ekonomi Keluarga Mampu

Suatu kenyataan yang tidak bisa di sangkal lagi bahwa ekonomi merupakan faktor yang menentukan perilaku seseorang di dalam masyarakat dan juga lingkungannya. Di dalam masyarakat terdapat kelas-kelas ekonomi yang dapat dikatakan ekonomi keluarga mampu di bandingkan dengan ekonomi keluarga yang lainnya. Di dalam kehidupan sehari-hari ekonomi keluarga mampu berbeda dengan ekonominya dengan ekonomi keluarga di bawahnya (Gunawan, 2015).

Perbedaan-perbedaan inilah yang menyebabkan perbedaan antara kelas ekonomi keluarga mampu dan ekonomi keluarga lemah. Akhirnya menyebabkan perbedaan antara keluarga mampu dan keluarga kurang mampu berdasarkan tingkat ekonomi keluarganya. Salah satu fungsi keluarga adalah fungsi ekonomi, yaitu suatu keadaan bahwa keluarga merupakan suatu sosial yang mandiri, yang di situ anggota keluarganya mengkonsumsi barang-barang yang diproduksinya. Dalam konteks ini keluarga membutuhkan dukungan dana atau keuangan yang mencukupi kebutuhan produksi keluarga (Soerjono, 2016)).

Keluarga juga berfungsi sebagai pendidikan bagi seluruh keluarganya, memberikan pendidikan kepada anak-anak dan remaja, yang lebih pada masyarakat itu lebih memudahkan keluarga yang mempunyai ekonomi keluarga mampu di bandingkan dengan status ekonomi yang berada di bawahnya. Selain itu mereka mempunyai banyak kemudahan-kemudahan akibat dari dukungan perekonomian yang mapan di dalam mencukupi kebutuannya dan juga di dalam mendidik anak-anaknya. Ukuran atau kriteria yang bisa di pakai untuk menggolongkan anggota masyarakat ke dalam suatu lapisan adalah ukuran kekayaan, ukuran kekuasaan, ukuran kehormatan dan ukuran ilmu pengetahuan. Ukuran-ukuran di atas amat menentukan sebagai dasar sistem lapisan dalam masyarakat. Pada masyarakat tradisional orang yang membuka tanahlah yang mempunyai kelas paling tinggi, keturunan dan kerabat pembuka tanah di anggap masyarakat desa sebagai kelas tertinggi. Lapisan atas masyarakat tertentu dalam istilah sehari-hari di namakan elit. Dan biasanya lapisan golongan atas merupakan golongan kecil dalam masyarakat dan juga mengendalikan masyarakat. Kekayaan dapat dijumpai dalam masyarakat ini dan di anggap sebagai hal yang wajar (Eko, 2015).

2. Status Ekonomi Keluarga Sedang

golonganStatus yang banyak terdapat di lingkungan masyarakat adalah status golongan sedang. Status ini dapat hidup di tengah-tengah masyarakat yang bermacam-macam, didalam golongan ini seseorang tidak berlebihan di dalam membelanjakan hartanya juga tidak kekurangan di dalam mencukupi kebutuhan keluarganya. Status mereka dapat berkomunikasi baik dengan status di atasnya juga dapat berkomunikasi baik dengan status di bawahnya. Di dalam tingkatan ini jarang di temui masalah yang menonjol di dalam berkomunikasi dengan status yang lainnya (Gunawan, 2015).

Ukuran status keluarga sedang tidak terlalu menonjol di bandingkan status-status yang ada di atasnya di sebabkan status ini terlalu banyak di dalam lingkungan masyarakat . Status ini dapat di tentukan oleh lingkungan yang bersangkutan. Pada dasarnya status keluarga ini dapat memenuhi kebutuhannya seperti kebanyakan keluarga lainnya, hanya saja yang membedakanya adalah tingkatan fasilitas yang di gunakan berbeda dengan fasilitas ekonomi di atasnya. Tapi mereka di tinjau dari sudut kelayakan mereka masih layak untuk hidup dengan orang-orang pada umumnya (Soerjono, 2016).

3. Ekonomi Keluarga Tidak Mampu

Status keluarga yang ketiga adalah status ekonomi keluarga lemah, status ini dapat dikatakan status ekonomi keluarga

tidak mampu (miskin) biasanya status ini kebanyakan berasal dari pedesaan dan juga daerah pemukiman masyarakat yang tertinggal. Akibat dari kemiskinan sangatlah berdampak pada kehidupan manusia, terutama pada pendidikan dan juga kebutuhan mencukupi kebutuhan hidupnya. Kemiskinan sangatlah banyak menyebabkan anak-anak bekerja membantu keluarganya di dalam mencukupi kebutuhannya, padahal mereka masih diwajibkan di dalam mencari pendidikan. Akibat dari kemiskinan banyak anak-anak putus sekolah (Gunawan, 2015).

Akar kemiskinan di Indonesia tidak hanya harus di cari dalam budanya malas bekerja. Sementara itu keterbatasan wawasan, kurangnya keterampilan dan kurangnya kesehatan dan etos kerja yang buruk, semuanya merupakan faktor internal. Dan faktor external yaitu kesehatan yang buruk, rendahnya gizi masyarakat mengakibatkan rendahnya pendapatan dan terbatasnya sumber daya alam (Eko, 2015).

Ada sejumlah faktor dari dalam keluarga yang sangat di butuhkan oleh anak dalam proses perkembangan sosialnya, yaitu kebutuhan rasa aman, dihargai, disanyangi, dan kebebasan untuk menyatakan diri. Rasa aman meliputi perasaan aman secara material dan mental, perasaan aman secara material yaitu tercukupinya kebutuhan pakaian, makanan dan juga serana lain yang diperlukan sejauh tidak berlebihan sesuai dengan kemampuan orang tua. Rasa aman

secara mental yaitu berupa perlindungan emosional, ketegangan, membantu memecahkan masalah yang sedang dihadapi, dan memberikan bantuan dalam menstabilkan emosinya. Jadi iklim keluarga itu mengandung tiga unsur (Sadono, 2013).

- a. Karakteristik khas internal keluarga yang berbeda dengan keluarga lain.
- b. Karakteristik khas itu dapat memengaruhi perilaku individu dalam keluarga itu (termasuk remaja).
- c. Unsur kepemimpinan dan keteladanan dalam keluarga.

2.4.4 Faktor –Faktor yang Memengaruhi Ekonomi Keluarga

Kondisi ekonomi keluarga dapat dilihat melalui status sosial ekonomi dan beberapa indikator yang dapat memengaruhi yaitu (Sadono, 2013) :

1. Pekerjaan

Manusia adalah makhluk yang berkembang dan makhluk yang aktif. Manusia disebut sebagai makhluk yang suka bekerja, manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhan pokoknya yang terdiri dari pakaian, sandang, papan, serta memenuhi kebutuhan sekunder seperti pendidikan tinggi, kendaraan, alat hiburan dan sebagainya. Jadi, untuk menentukan status sosial ekonomi yang dilihat dari pekerjaan, maka jenis

pekerjaan dapat diberi batasan sebagai berikut(Sadono, 2013):

- a. Pekerjaan yang berstatus tinggi, yaitu tenaga ahli teknik dan ahli jenis, pemimpin ketatalaksanaan dalam suatu instansi baik pemerintah maupun swasta, tenaga administrasi tata usaha.
- b. Pekerjaan yang berstatus sedang, yaitu pekerjaan di bidang penjualan dan jasa.
- c. Pekerjaan yang berstatus rendah, yaitu petani dan operator alat angkut atau bengkel.

2. Pendidikan

Pendidikan berperan penting dalam kehidupan manusia, pendidikan dapat bermanfaat seumur hidup manusia. Dengan pendidikan, diharapkan seseorang dapat membuka pikiran untuk menerima hal-hal baru baik berupa teknologi, materi, sistem teknologi maupun berupa ide-ide baru serta bagaimana cara berfikir secara ilmiah untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan diri, masyarakat dan tanah airnya (Sadono, 2013).

3. Pendapatan

Cristoper dalam Sumardi mendefinisikan pendapatan berdasarkan kamus ekonomi adalah uang yang diterima oleh seseorang dalam bentuk gaji, upah sewa, bunga, laba dan lain sebagainya. Pendapatan tersebut biasanya dialokasikan untuk konsumsi,

kesehatan maupun pendidikan dan kebutuhan lainnya yang bersifat material (Sadono, 2013).

4. Jumlah Tanggungan Orang Tua

Jumlah tanggungan orang tua yaitu berapa banyak anggota keluarga yang masih bersekolah dan membutuhkan biaya pendidikan. Proses pendidikan anak dipengaruhi oleh keadaan keluarga sebagai berikut (Sadono, 2013):

- a. Ekonomi orang tua yang banyak membantu perkembangan dan pendidikan anak.
- b. Kebutuhan keluarga, kebutuhan keluarga yang dimaksud yaitu kebutuhan dalam struktur keluarga adanya ayah, ibu dan anak.
- c. Status anak, apakah anak tunggal, anak kedua, anak bungsu, anak tiri, atau anak angkat.

5. Pemilikan

Pemilikan barang-barang berhargapun dapat digunakan untuk ukuran tersebut. Semakin banyak seseorang memiliki sesuatu yang berharga seperti rumah dan tanah, maka dapat dikatakan bahwa orang itu mempunyai kemampuan ekonomi yang tinggi dan mereka semakin dihormati oleh orang-orang disekitarnya. Apabila seseorang memiliki tanah sendiri, rumah sendiri, sepeda motor, mobil, komputer, televise dan tipe biasanya mereka termasuk golongan orang

mampu atau kaya. Apabila seseorang belum mempunyai rumah dan menempati rumah dinas, penyakendaraan, televisi, tipe mereka termasuk golongan sedang. Sedangkan apabila seseorang memiliki rumah kontrakan, sepeda dan radio mereka termasuk golongan biasa (Sadono, 2013).

6. Jenis Tempat Tinggal

Menurut Karee Svalastoga dalam Sumardi untuk mengukur tingkat ekonomi seseorang dari rumahnya, dapat di lihat dari status rumah yang ditempati, kondisi fisik bangunan, dan besarnya rumah yang ditempati (Sadono, 2013).

2.4.5 Klasifikasi Status Sosial Ekonomi Keluarga

Klasifikasi status sosial ekonomi menurut Coleman dan Cressey dalam Sumardi (2017) :

1. Ekonomi Keluarga Mampu

Suatu kenyataan yang tidak bisa di sangkal lagi bahwa ekonomi merupakan faktor yang menentukan perilaku seseorang di dalam masyarakat dan juga lingkungannya. Di dalam masyarakat terdapat kelas-kelas ekonomi yang dapat dikatakan ekonomi keluarga mampu di bandingkan dengan ekonomi keluarga yang lainnya. Di dalam kehidupan sehari-hari ekonomi keluarga mampu berbeda dengan ekonominya dengan ekonomi keluarga

di bawahnya. Akhirnya perbedaan ini menyebabkan perbedaan antara keluarga mampu dan keluarga kurang mampu berdasarkan tingkat ekonomi keluarganya.

2. Status Ekonomi Keluarga Sedang

Status yang banyak terdapat di lingkungan masyarakat adalah status golongan sedang. Status golongan ini dapat hidup di tengah-tengah masyarakat yang bermacam-macam, didalam golongan ini seseorang tidak berlebihan di dalam membelanjakan hartanya juga tidak kekurangan di dalam mencukupi kebutuhan keluarganya.

3. Ekonomi Keluarga Tidak Mampu

Status keluarga yang ketiga adalah status ekonomi keluarga lemah, status ini dapat dikatakan status ekonomi keluarga tidak mampu (miskin) biasanya status ini kebanyakan berasal dari pedesaan dan juga daerah pemukiman masyarakat yang tertinggal. Akar kemiskinan di Indonesia tidak hanya harus di cari dalam budaya malas bekerja. Sementara itu keterbatasan wawasan, kurangnya keterampilan dan kurangnya kesehatan dan etos kerja yang buruk, semuanya merupakan faktor internal. Dan faktor external yaitu kesehatan yang buruk, rendahnya gizimasyarakat mengakibatkan rendahnya pendapatan dan terbatasnya sumber daya alam.

2.4.6 Kesejahteraan Ekonomi Keluarga

Kesejahteraan merupakan sesuatu yang bersifat obyektif, sehingga ukuran kesejahteraan bagi setiap individu berbeda atau keluarga berbeda sama lain. Tetapi pada prinsipnya kesejahteraan berkaitan erat dengan kebutuhan dasar. Apabila kebutuhan dasar terpenuhi, maka dikatakan bahwa tingkat kesejahteraan individu atau keluarga tersebut dapat terpenuhi. Sedangkan tidak terpenuhinya kebutuhan dasar, maka dikatakan bahwa individu atau keluarga tersebut berada dibawah kemiskinan (Sadono, 2013).

Menurut Badan Pusat Statistik (2002), pendapatan per kapita sering digunakan untuk mengukur tingkat kesejahteraan ekonomi masyarakat. Ekonomi masyarakat yang makmur ditunjukkan oleh pendapatan per kapita yang tinggi, dan sebaliknya ekonomi masyarakat yang kurang makmur ditunjukkan oleh pendapatan per kapita yang rendah. Tingkat kesejahteraan sosial pada penelitian diukur dengan pendekatan pengamatan terhadap kondisi pendidikan orangtua, pendapatan, konsumen dan pengeluaran (Sumardi, 2017).

2.5. Peran Home Industry Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Menurut UU No, 3 Tahun 2014 tentang perindustrian. Keberadaan industri kecil diharapkan adanya perubahan

dalam kehidupan sosialekonomi masyarakat yang berlanjut untuk berkembang lebih baik guna meningkatkan kesejahteraan hidup. Sehingga menimbulkan tatanan sosial yang baru yaitu kelompok masyarakat industri mikro dengan intelegensia sosial (Rizki, 2016).

Berdasarkan undang-undang No.20 Tahun 2008 bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini (Sopiah, 2018).

Home industry merupakan komoditas yang di pandang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi mikro di daerah, sehingga tidak heran apabila pemerintah menaruh perhatian khusus kepada industri industri kecil yang ada di pedesaan. Sangat di sadari bahwa pengembangan ekonomi masyarakat melalui kewirausahaan di sektor usaha kecil dan menengah terbukti membantu masyarakat dalam kehidupan perekonomian keluarganya dengan mengurangi tingkat angka pengangguran yang banyak terjadi di daerah pedesaan. Inilah salah satu cara karakteristik yang khas dari sektor industri kecil, dengan terus dikembangkan dan diberdayakan ekonomi masyarakat akan dapat membantu

persoalan kurangnya lapangan pekerjaan dan banyaknya angka pengangguran (Hery, 2019).

Tanda-tanda dari perekonomian yang baik adalah meningkatnya pendapatan, dengan meningkatnya pendapatan maka akan meningkatkan konsumsinya. Sementara apabila tingkat konsumsi baik, otomatis masyarakat bisa sejahtera baik dari segi sandang, papan, dan pangan. Jika sudah sejahtera maka orang akan meningkatkan jumlah produksi dan distribusi barang, sehingga akhirnya bisa meningkatkan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran. Home industri ini sangat membantu dalam membangun perekonomian masyarakat, terutama dalam perekonomian keluarga. Seperti halnya yang diungkapkan oleh salah satu responden mengatakan, sebelum membuka usaha kerupuk ubi keadaan ekonomi keluarga saya berkecukupan, alhamdulillah semenjak saya buka usaha ini keadaan ekonomi keluarga sedikit berubah kearah yang lebih baik..

Adanya home industri ini membuka lapangan pekerjaan bagi pengangguran. Hal ini pernah diungkapkan oleh seorang pekerja, berkembangnya usaha ini berdampak positif bagi masyarakat setempat karena dulunya kami tidak bekerja dan sekarang kami sudah memiliki pekerjaan. Dengan demikian roda perekonomian kami pun bisa berputar, kemudian kami sebagai pekerja seandainya punya modal lebih berkeinginan

untuk membuka usaha sendiri, dengan demikian kami bisa memperkerjakan beberapa orang pekerja.

Untuk meningkatkan perekonomian perlu adanya pemberdayaan usaha kecil bertujuan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan 3 usaha kecil menjadi usaha yang tangguh serta dapat berkembang menjadi usaha menengah, Meningkatkan peranan usaha kecil dalam pembentukan produk nasional, perluasan kesempatan kerja dan berusaha meningkatkan ekspor serta peningkatan dan pemerataan pendapatan untuk mewujudkan dirinya sebagai tulang punggung serta memperkuat struktur perekonomian nasional. Kemudian dengan adanya Home Industri dapat bermanfaat menciptakan peluang usaha yang luas, dapat turut mengambil peranan dalam pendekatan dan mobilisasi tabungan domestik, dan home industri mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri besar dan sedang, dikarenakan Home Industri menghadirkan produk yang relatif murah dan sederhana, yang biasanya tidak dihasilkan oleh industri besar dan sedang. Oleh karena itu, Home Industri perlu dikembangkan dengan baik agar dapat meningkatkan perekonomian.

2.6. Penelitian Terkait

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yulistio (2019)	Analisis Pengaruh Pendapatan <i>Home industry</i> Kopi Terhadap Perekonomian Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri)	Hasil penelitian diketahui bahwa peranan <i>home industry</i> kopi terhadap pendapatan masyarakat dalam satu bulan 2.500.000 hingga 4.500.000 sampai saat ini terus meningkat. Dengan modal awal 6.000.000 sampai dengan 8.000.000 sudah termasuk biaya listrik, wifi, dan bahan biji kopi sendiri. Berkembangnya <i>home industry</i> kopi itu sendiri juga berpengaruh pada petani kopilokal sendiri karena petani tidak jauh-jauh dalam menjual kopinya
2	Rizqi Yulida (2020)	Wirausaha <i>Home industry</i> Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wirausaha home indsutri mebel memiliki dampak yang baik bagi peningkatan ekonomi keluarga. Warga sekitar dapat membuka usaha kecil-kecilan di sekitar Industri Mebel tersebut yang berguna bagi para karyawan. Dengan berdirinya <i>home industry</i> mebel disekitar

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			lingkungan masyarakat yang mayoritas masih belum bekerja merupakan hal yang bagus dikarenakan dapat menyerap banyak tenaga kerja dari warga sekitar tersebut. Adanya <i>home industry</i> mebel tentunya juga mempunyai efek negatif yaitu diantaranya banyak limbah sisa produksi yang berupa serpihan atau kayu yang di tinggal begitu saja tanpa adanya proses produksi lagi sehingga tidak ada limbah yang tersisa. Selain limbah sisa produksi, lingkungan juga menjadi kurang sehat dikarenakan adanya debu yang berasal dari berbagai jenis kegiatan produksi yang dilakukan, padahal masyarakat berharap tidak ada limbah yang di hasilkan tetapi tetap saja hal itu tidak mungkin.
3	Tumi Lestari (2019)	Usaha Pengolahan Kopi Dalam Pemberdayaan Ekonomi	Hasil dari penelitian ini yakni dengan adanya usaha pengolahan kopi di Desa Simpang Banyak

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Keluarga Karyawan Di Desa Simpang Banyak Kecamatan Upupungkut Kabupaten Mandailing Natal	Kecamatan Ulupungkut Kabupaten Mandailing Natal dapat memperbaiki dan meningkatkan kondisi ekonomi keluarga karena usaha pengolahan kopi dapat membuka peluang kerja dengan meningkatkan hasil produksi dan pemasaran
4	Rizki Ananda (2016)	Peran <i>Home industry</i> Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mempertahankan <i>home industry</i> agar dapat menjalankan perannya. Meliputi beberapa aspek dari, keberlangsungan permodalan, keberlangsungan sumber daya manusia, dan keberlangsungan pemasaran. Para pemilik <i>home industry</i> yang ada dikelurahan kubu gadang mempunyai strateginya sendiri dalam mempertahankan <i>home industry</i> nya. Untuk memenuhi kebutuhan permodalan para pemilik <i>home industry</i> ada yang menggunakan dari modal sendiri, modal pinjaman. Dalam memenuhi

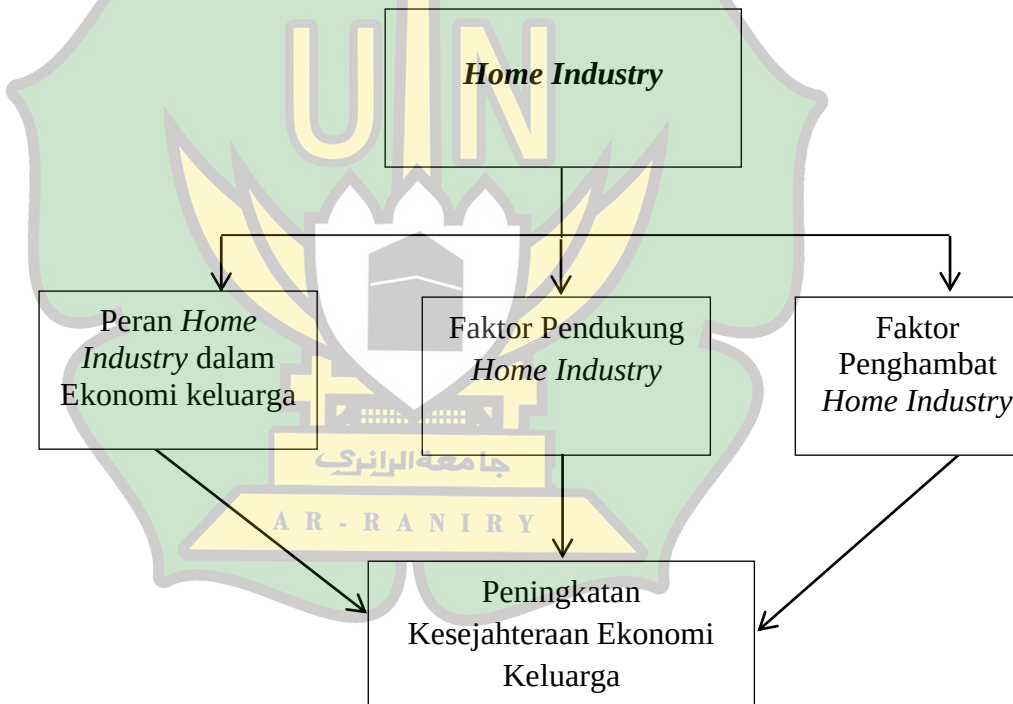
No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			kebutuhan sumber daya manusia pemilik <i>home industry</i> biasanya merekrut para ibu rumah tangga yang berada disekitar <i>home industry</i> itu berdiri, walaupun ada juga sebagian dari sanak saudaranya yang berasal dari daerah luar kelurahan kubu gadang. Bahan baku biasanya dibeli langsung dari kebunnya langsung, dan ada juga supplier yang mengantar secara langsung ke pemilik <i>home industry</i>. Dalam pemasaran ini pemilik <i>home industry</i> bekerja sama kepada pengampas, pengampas mengambil barang kepada pemilik <i>home industry</i> dan pengampas yang menjualnya langsung kepada konsumen. Tapi ada juga pemilik <i>home industry</i> yang langsung memasarkannya. Daerah pemasaran dari luar daerah sumbar seperti Pekanbaru, Jambi, Medan, Aceh, dan Palembang. Tetapi hanya

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			daerah transnya saja, sehingga untuk daya beli konsumen cukup rendah
5	Nazilatur Rahma (2021)	Peran <i>Home industry</i> Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Weru Lor Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon Dalam Presepektif Ekonomi Islam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Peran <i>Home industry</i> dalam meningkatkan ekonomi keluarga yaitu dengan menyerap tenaga kerja dan membuka lapangan pekerjaan untuk warga sekitar yang berada di desa Weru Lor dengan banyaknya para pekerja yang bekerja di <i>Home industry</i> dapat meningkatkan ekonomi keluarga. dan juga adanya pemerintah desa dan masyarakat dalam mendukung penuh adanya <i>Home industry</i> . 2) Dalam pandangan ekonomi islam bekerja merupakan salah satu prinsip dalam ekonomi islam. Bekerja sangat dianjurkan dan merupakan kewajiban bagi manusia agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya
6	Ella Novita (2019)	” Peran <i>Home Industry</i> Terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>home industry</i> sangat

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Ekonomi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada <i>Home Industry</i> Kerajinan Tapis Dan Bordi “Audy” Di Desa Sumberrejo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur)	berperan positif dalam membantu perekonomian keluarga masyarakat di desa sumberrejo, selain memperoleh keuntungan dapat menciptakan lapangan pekerjaan, memperluas jaringan usaha serta dapat selalu melestarikan kebudayaan daerah khas Lampung. Pendapatan yang dihasilkan dari bekerja sebagai pengrajin tapis dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari-hari, seperti kebutuhan dapur, biaya pendidikan anak, mampu menyerap tenaga kerja dan menekan sedikit angka pengangguran, dan dapat membantu sebagai pemasukan di saat belum ada pemasukan keuangan yang lain. Walaupun <i>home industry</i> AUDY ini berperan tetapi belum sepenuhnya karena tidak semua masyarakat desa sumberrejo yang kurang dalam ekonomi keluarga ingin belajar dan telaten dalam membuattapis

2.7. Kerangka Berfikir

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dapat memanfaatkan *home industry* dengan indikatornya peran *home industry*nya sendiri, faktor pendukung dan faktor penghambat. Maka dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Berfikir

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang dapat menjelaskan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi seseorang atau kelompok terhadap sesuatu. Peneliti juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bersifat mencari suatu kasus secara mendalam dan menggambarkan hipotesis dengan tulisan (kata-kata) (Sugiyono, 2015).

Dalam hal ini peneliti ingin mendeskripsikan peran *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar”. Kemudian menyelidiki dan memahami bagaimana *home industry* kopi dalam meningkatkan ekonomi keluarga dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkapkan dapat selesai.

3.2. Subjek dan Objek Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative

(mewakili). Sampel pada penelitian kualitatif dinamakan nara sumber, partisipan atau informan. Pada penelitian ini digunakan istilah informan (Sugiyono, 2015). Istilah sampel dikenal sebagai subjek atau objek yang bertujuan untuk memberi gambaran dari suatu kasus penelitian. Subjek dan objek serta informan akan ditentukan sesuai dengan maksud penelitian dengan menggunakan teknik *total sampel*.

Prosedur *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling* yaitu Teknik penentuan sampel dengan mengambil seluruh populasi menjadi sampel penelitian. Prinsip dasar *sampling* dalam penelitian kualitatif adalah saturasi data, yaitu *samplings* sampai pada suatu titik kejenuhan dimana tidak ada informasi baru yang didapatkan dan pengulangan telah dicapai.

- a. Subjek penelitian adalah pemilik dan pekerja di warung kopi Malem diwa.
- b. Objek dalam penelitian ini adalah peran *home industry* kopi untuk meningkatkan ekonomi keluarga.

Dalam penelitian ini peneliti sebagai pewawancara dan sumber data primer dalam hal ini pengelola *home industry* kopi dan pekerja sebagai narasumber/informan. Berikut data informan yang akan diwawancarai oleh peneliti:

Tabel 3.1
Data Informan

No	Informan	Usia	Pekerjaan
1	Muslim	48	Pemilik
2	Putra	36	Pekerja
3	Demish	35	Pekerja
4	Ihsan	38	Pekerja
5	Khairul	30	Pekerja

3.3. Lokasi Penelitian dan Dasar Pemilihan Lokasi

Lokasi penelitian dilakukan di Warung Kopi Malem diwa yang terletak di Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar. Alasan peneliti memilih warung kopi ini sebagai tempat penelitian dikarenakan pada awalnya Malem diwa hanya bergerak dalam bidang pengilingan kopi saja namun saat ini Malem diwa juga menjual produk kopi dengan berbagai jenis kopi dengan memiliki brand sendiri yaitu kopi Malem diwa, karena Malem diwa satu-satunya yang mengembangkan UMKM pengilingan kopi disamping bisnis usaha warung kopi di Kabupaten Aceh Besar dan berkembang hingga saat ini dan mampu memperkerjakan karyawan sebanyak 5 orang yang mampu meningkatkan ekonomi keluarga masing-masing pekerja.

3.4. Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini adalah data yang diambil dengan cara wawancara kepada informan pemilik *home industry* dan pekerjanya. Sebelum memulai wawancara, informan diberi penjelasan tentang cara menjawab wawancara yang diberikan peneliti. Jika informan mengalami kesulitan untuk memahami atau menjawab pertanyaan maka peneliti akan memberikan penjelasan yang dapat dipahami oleh responden.
- b. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer (Sugiyono, 2015). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada, yaitu Direktur Jenderal Perkebunan tahun 2021 tentang jumlah produksi kopi di Indonesia.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini melalui tiga tahap penelitian, yaitu:

a. Observasi atau pengamatan

Observasi yaitu pengamatan langsung kepada suatu objek yang akan diteliti. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data. Yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi (Sugiyono, 2015). Observasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah observasi nonpartisipatif, dimana dalam observasi ini peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan *home industry* kopi, namun hanya berperan mengamati kegiatan/tidak ikut dalam kegiatan.

b. Wawancara

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada *home industry* kopi Malem diwa yang merupakan metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pemilik dan anggota pekerja sebanyak 5 informan pelaku *home industry* kopi guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian. Penelitian kualitatif

sering menggabungkan teknik observasi dengan wawancara mendalam.

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu wawancara bebas tepimpin, dimana pewawancara (peneliti) membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang ditanyakan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang biasanya data tersedia seperti berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, foto dan dapat juga berbentuk file deserver, atau bahkan data yang tersimpan di website yang ada (Sugiyono, 2015). Untuk mendapatkan teori, dan bahan bacaan tambahan yang berkenaan dengan peran *home industry*, serta mendapatkan informasi lebih mendalam terkait bagaimana meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Peneliti menggunakan beberapa referensi yang bersumber dari buku, jurnal, dan artikel. Dokumen dalam penelitian

iniberupa data jumlah pekerja *home industry* di Malemdiwa, profil Malemdiwa, data usaha *home industry* kopi, dan dokumen lainnya seperti foto hasil wawancara dengan informan.

3.6. Pengabsahan Data

Metode analisis yang peneliti lakukan ialah menggunakan deskriptif kualitatif, dimana metode ini memaparkan dengan informasi factual yang diperoleh dari lapangan yang bersifat informasi dan keterangan baik itu dalam bentuk lisan maupun tulisan dan langkah-langkah yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Sugiyono, 2015). Demikian hal ini ditempuh dengan cara pengecekan perbandingan hasil yang diperoleh saat observasi terkait dengan hasil perbandingan tersebut peneliti menemukan titik terang dan bisa memberikan masukan kepada pemilik *home industry* kopi Malemdiwa terkait peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga.

3.7. Teknik Analisa Data

Analisis data bertujuan untuk menghasilkan suatu pemikiran dan pendapat dengan mengatur hasil, observasi, wawancara dan dokumen. Dalam findings berupa mencari dan menemukan tema, pola, konsep, (*insight* dan *understanding*), membuat penegasan yang memiliki arti (*statement of meanings*). Selanjutnya analisis data yang sudah

terkumpulkan itu sendiri merupakan upaya mencari, mengumpulkan dan menata secara sistematis cacatan hasil dari observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil pengamatan, wawancara, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Ada empat tahap dalam menganalisa data kualitatif menurut Morris (2012). Tahapan pertama adalah tahap pengumpulan data, lalu dilanjutkan dengan tahap *reduksi* data, tahap ketiga adalah tahap *display* data dan tahap terakhir adalah tahap penarikan kesimpulan atau tahap *verifikasi*.

1. Pengumpulan data

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data-data yang terkait dengan topik penelitian. Setelah data dikumpulkan melalui studi *pre-eliminatory*, observasi, catatan lapangan, wawancara dan lain-lain, peneliti dapat melakukan tahap kedua yaitu tahap reduksi data.

2. Reduksi data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Hasil dari rekaman wawancara yang didapatkan dari tahap sebelumnya yaitu tahap pengumpulan data, maka akan diformat menjadi bentuk verbatim wawancara. Selanjutnya hasil observasi dan temuan lapangan akan diformat menjadi tabel hasil observasi yang disesuaikan dengan metode observasi yang digunakan oleh peneliti.

3. Display data

Pada tahap ini, data akan diolah ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai dengan tema-tema yang telah dikelompokkan dan dikategorikan terlebih dahulu, serta memecahkan tema-tema tersebut dalam bentuk yang lebih nyata dan sederhana yang disebut dengan subtema yang diakhiri dengan memberikan kode pada subtema sesuai dengan verbatim wawancara sebelumnya.

4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi data

Tahap terakhir yaitu tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi data, peneliti akan menjelaskan hasil temuan penelitian dengan menjawab pertanyaan penelitian

berdasarkan aspek atau komponen dari *central phenomon* penelitian. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti akan ditarik menjadi suatu kesimpulan berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang tersedia sebelumnya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Home Industri Kopi Malem diwa

Malem diwa awalnya hanya membuka tempat pengilingan kopi saja yaitu di Jalan Mata Ie Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar, sampai saat ini Malem diwa mampu menggiling kopi sebanyak 50 Kg. dengan berbagai jenis kopi. Pada awalnya hanya menyediakan satu jenis kopi yaitu jenis kopi robusta, namun seiring berjalannya waktu permintaan terhadap kopi arabika semakin meningkat, Malem diwa juga menyediakan kopi arabika dengan berbagai macam jenis varietas biji. Malem diwa juga tidak hanya menjual kopi saja tetapi juga menjual banyak minuman lainnya seperti teh, coklat, jus dan lain-lain. Ciri khas Malem diwa adalah pada konsepnya yang sederhana dan masih mengedepankan ciri khasnya yang tradisional seperti tanpa layanan TV dikarenakan target pasarnya adalah penikmat kopi bukan karena layanan tv atau wifi.

Pemasaran kopi Malem diwa dilakukan dengan cara mengadakan kerjasama dengan pemilik warung-warung atau toko-toko sembako yang ada di wilayah desa Lambheu dan Gue Gajak. Selain itu Malem diwa juga secara aktif turut serta dalam kegiatan kuliner yang diadakan pemerintah. Tujuan mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut adalah untuk

memperkenalkan produk kopi bubuk hasil buatan Malem Diwa ini ke masyarakat. Produksi kopi bubuk dilakukan menggunakan mesin penggiling kopi sendiri.

4.2. Hasil Wawancara

Wawancara ini dilakukan selama 3 hari dari tanggal 21 Juli sampai dengan 23 Juli tahun 2022 dengan melakukan wawancara terhadap 5 informan tentang home industri kopi dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat. Adapun hasil penelitian sebagai berikut:

4.2.1. Informan

Dalam penelitian ini yang menjadi informan berjumlah 5 orang yaitu 1 pemilik home industri kopi, 2 Pelayan warung kopi Malem Diwa, 1 orang sebagai pengilingan kopi, dan 1 orang sebagai pengemasan produk kopi. Gambaran umum data informan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Gambaran Umum Data Informan

Data	Informan				
	I	II	III	IV	V
Nama (Inisial)	MU	PU	DE	IH	KH
Usia	48	36	35	38	30
Status	Pemilik	Pelayan	Pelayan	Pengilingan	Pengemasan

4.3. Hasil Wawancara

1. Peran Home Industri Kopi

a. Pembukaan Lapangan Pekerjaan Baru

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang bagaimana pembukaan lapangan kerja baru yang diciptakan oleh home industri kopi ini di lingkungan sekitar home industri Malem Diwa. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“awalnya home industri ini saya bangun pertama kali saya hanya bertiga saja yang bekerja yaitu saya sendiri sebagai pemilik, satu orang penggiling kopi dan satu orang lagi pengemasan produk dan seiring berjalan waktu selama 4 tahun Alhamdulillah berkembang hingga saat ini dan saya membuka warung kopi lagi untuk tambahn modal sampingan dan membukal lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang tinggal disini dengan menambah 2 pekerja yang kerja di warung kopi saya”. (Informan MU)

“Malem Diwa ini selama 3 tahun dibuka usaha pengilingan kopi ini hanya membukal lapangan pekerjaan untuk dua orang yaitu kami berdua saja, setelah maju baru bapak kembali bukalowongan kerja untuk pelayan di warung kopinya”. (Informan KH dan IH).

“kami bekerja di Malem Diwa setelah 3 tahun dibuka itupun karena sudah semakin berkembang kemudian dibukalah warung kopi sebelahnya dek dan dibukalah lowongan kerja sebagai pekerja atau pelayan di warung kopi saja tidak dilibatkan ke dalam home industri kopinya”. (Informan PU dan DE).

Berdasarkan hasil wawancara kelima informan tentang pembukaan lapangan kerja baru selama adanya home industri ini maka dapat disimpulkan bahwa awalnya berdiri home industri ini hanya terdiri dari tiga orang yaitu dirinya sebagai pemilik dan dua pekerja yaitu pengiling kopi dan pengemasan produk saja namun setelah berjalan selama 3 tahun, informan MU membuka warung kopi sebagai pemasukan sampingan yang juga membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang tinggal disekitarnya dengan menambah 2 pekerja sebagai pelayan di warung kopi Malem Diwa.

b. Pembentuk dan penguat jaringan sosial budaya dan ekonomi lokal

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang bagaimana dapat menguat

jaringan sosial dan ekonomi lokal. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“Malem Diwa ini satu-satunya warungkopi daerah aceh besar yang mampu mengiling sendiri kopi dan memiliki brand sendiri, kami juga membangun jaringan sosial antara pemasok yang dikirim langsung dari takengon, kemudian kami memproduksinya dengan dikemas dengan baik lalu disalurkan melalui agen. kami juga membantu ekonomi lokal dengan membuka lapangan pekerjaan walaupun hanya 4 pekerja tetapi kami juga membuka peluang masyarakat yang ingin menjadi agen penjualan produk kopi kami”. (Informan MU).

“Malem Diwa untuk membangun jaringan sosial banyak bekerja sama dengan pemasok bahan baku dari takengon dan penyalur atau agen untuk memasarkan produk kopi kami. Malem diwa juga sangat membantu ekonomi kami sebagai pekerja dan juga masyarakat sekitar dengan mebuka lapangan pekerjaan buat kami”. (Informan KH dan IH).

“kami lebih terlibat di warungkopi saja kalau bagaimana jaringan sosial yang dibangun kurang tau dek, tapi klu secara ekonomi sangat membantu sekali

kami berdua sudah dua tahun disini dan masyarakat juga boleh menjadi agen dalam menjual kopinya karena dengan jadi agen masyarakat mendapatkan keuntungan”. (Informan PU dan DE).

Berdasarkan hasil wawancara kelima informan tentang bagaimana dapat menguat jaringan sosial dan ekonomi lokal maka dapat disimpulkan bahwa Malem Diwa ini satu-satunya warung kopi daerah Aceh Besar yang mampu mengiling sendiri kopi dan memiliki brand sendiri, mereka membangun jaringan sosial dengan bekerjasama antara pemasok, produksi dan penyalur. Malem Diwa juga membantu ekonomi lokal dengan membuka lapangan pekerjaan walaupun hanya 4 pekerja dan juga membuka peluang masyarakat yang ingin menjadi agen penjualan produk kopinya.

c. Pendorong percepatan siklus finansial

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang bagaimana home industri Malem Diwa dalam mempengaruhi siklus finansial pekerja atau masyarakat. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“kalau percepatan siklus finansial bagi pekerja dan untuk saya sendiri sangat memberikan keuntungan

finansial yang lumayan. Untuk siklus finansial pekerja yang saya tahu mereka menjadi lebih baik terbukti dari pertama kali saya buka usaha sampai dengan sekarang belum ada yang keluar karena masalah finansial. Bagi pekerja saya. Saya mudahkan mereka untuk mengambil pinjaman tanpa jaminan sama saya tetapi saya hanya memotong gaji mereka saja selama mereka masih bekerja sama saya. Tetapi siklus finansial untuk masyarakat sekitar saya kurang tahu”. (Informan MU).

“siklus finansial kami menjadi lebih baik dari sebelumnya. Karena kadang kami menerima bonus jika adanya peningkatan penjualan produk. Kami juga dibolehkan mengambil pinjaman atas izin bapak”. (Informan KH dan IH).

“peningkatan finansial kami lumayan baiklah dek, karena bekerja disini kadang kami menerima bonus jika adanya peningkatan penjualan produk. Kami juga dibolehkan mengambil pinjaman atas izin bapak tetapi sesuai dengan gaji juga”. (Informan PU dan DE).

Berdasarkan hasil wawancara kelima informan tentang home industri Malem diwa dalam mempengaruhi siklus finansial pekerja atau masyarakat maka dapat disimpulkan bahwa bagi

Malem Diwa sangat memberikan keuntungan finansial yang lumayan. untuk siklus finansial pekerja menjadi lebih baik..Pekerja juga dimudahkan untuk mengambil pinjaman tanpa jaminan dengan memotong gaji selama bekerja. Tetapi siklus finansial untuk masyarakat sekitar tidak diketahui.

2. Faktor Pendukung Home Industri Kopi

a. Modal

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang sumber modal yang diperoleh Malem Diwa dalam membangun usaha home industri kopi. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“kalau untuk sumber modal dek kan saya hanya menggunakan modal sendiri lalu keuntungan yang saya dapat, saya gunakan untuk modal mengembangkan usaha seperti beli mesin press kopi, dan membuka warungkopi”. Informan MU)

“kalau untuk sumber modal, yang kami sebagai pekerja yang kami tahu bapak menggunakan modal sendiri lalu keuntungan yang beliau dapat, digunakan untuk modal mengembangkan alat-alat usaha seperti beli mesin press kopi, dan membuka warungkopi”.(Informan KH, IH,PU dan DE).

b. Tenaga Kerja

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang tenaga kerjayang ada di Malem Diwa dalam membangun usaha home industri kopi. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“kalau untuk tenaga kerja seperti tadi saya bilang awalnya saya hanya 2 orang penerimaan tenaga kerja setelah saya mengembangkan usaha saya sekarang bertambah jadi 2 orang”. (Informan MU)

“owh dek kalau untuk tenaga kerja hanya dua orang saja untuk membantu pengilingan kopi dan pengepresan kopi”.(Informan KH dan IH)

“kami bekerja di warung kopi menambah karyawan sebanyak dua orang saja yaitu kami tidak ada penambahan lagi”.(Informan PU dan DE)

c. Bahan Baku

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang bahan baku yang kopi yang diperoleh Malem Diwa dalam membangun usaha home industri kopi. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“dalam memperoleh bahan baku kopi saya ambil dari Kabupaten Takengon langsung menggunakan tranporatsi L300 kecil yang kemudian diolah oleh Malem Diwa. adapun jenis kopinya ada berbagai jenis kopi. Untuk pemilihan jenis kopi saya melakukannya sendiri dek, karena pekerja saya belum memahami jenis kopinya”.(Informan MU)

“kalau bahan baku dari takengon di datangkan kemudian ketika sampai langsung kami olah dan pisahkan jenis kopinya dan itu yang melakukannya bapak sendiri”.(Informan KH dan IH)

“setahu kami dari takengon datang bahan bakunya karena kami kurang terlibat jadi tidak tahu pastinya”.(Informan PU dan DE)

d. Marketing

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang bagaimana malem diwa dalam memasarkan produk kopi. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“Malem Diwa didalam marketing atau cara memasarkan produk kopi dengan brand sendiri. Saya hanya mengandalkan media sosial seperti facebook,

instagram, whats appp untuk memperkenalkan produk kami, menyalurkan produk melalui agen-agen, dan juga mengikuti festival atau event kuliner yang dilakukan pemerintah sekalian mempromosikan produk”. (Informan MU).

“Malemdiwa dalam memperkenalkan kopi, kami hanya mengandalkan teman-teman sosial yang berada di facebook, instagram dan whatssapp, dan juga menyalurkan produk kopi melalui agen”.(Informan KH dan IH).

“kamidalam memasarkan produk kopi melalui media sosialjuga dan juga melalui agen itu saja”. (Informan PU dan DE).

e. Teknologi

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang teknologi yang digunakan malem diwa dalam home industri kopi ini. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“kalau penggunaan teknologi dalam pengembangan home industri ini, yaseperti mengiling kopi sayamenggunakan mesin pengilingan kopi yang dalam sehari bisa sampai 50 KG kopi di giling kemudian ada

mesin press untuk pengemasan produk agar lebih baik lagi produk yang kami jual, danada mesin espresso yang membuat produk kopi saya lebih nikmat lagi.itu saja dek teknologi yang ada di malemdiwa”. (Informan MU).

“kalau teknologi seperti pengilngan menggunakan mesin pengiling kopi tidak secara manual, begitupun pengemasan sudah adamesin press dan mesin espresso”.(Informan KH dan IH).

“teknologiada mesin pengilinggan, mesin pres untuk pengemasan produk kopi dan mesin espreso”. (Informan PU dan DE).

f. Peran Pemerintah

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang peran pemerintah dalam mebangun home industri kopi. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“Malem Diwa kalau dibilang dek sejak berdiri sampai dengan sekarang tidak ada peran pemerintah, semuanya modal sendiri saja”. (Informan MU).

“setahu saya tidak ada ya hanya saja bapak suka ikutevent kuliner yang diadakan pemerintah itu saja”.(Informan KH dan IH).

“tidak ada”. (Informan PU dan DE).

g. Dukungan Masyarakat

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang dukungan masyarakat untuk home industri kopi. Berikut hasil wawancara kelima informan:

““untuk respon masyarakat disini yang saya lihat sangat baik mereka menyukai rasa dari kopi yang kami tawarkan hanya saja tidak begitu ramai dibandingkan dengan warung kopi modern saat ini”. (Informan MU).

“kalau dukungan masyarakat bail-baik saja dek, masyarakat sangat mendukung”.(Informan KH dan IH).

“baik-baik saja”. (Informan PU dan DE).

Berdasarkan hasil wawancara kelima informan tentang faktor pendukung home industri Malem Diwa maka dapat disimpulkan bahwa untuk sumber modal hanya menggunakan modal sendiri lalu keuntungan

yang diperoleh digunakan untuk modal mengembangkan usaha seperti beli mesin press kopi, dan membuka warungkopi. Untuk saat ini hanya ada 4 tenaga kerja, adapun bahan baku yang digunakan dari Kabupaten Takengon langsung. Untuk pemilihan jenis kopi informan sebagai pemilik langsung terlibat dalam pemilihan jenis kopi. yang kemudian diolah oleh Malem Diwa menggunakan teknologi mesin seperti mesin penggilingan, mesin pres dan mesin espresso. Malem Diwa didalam marketing atau cara memasarkan produk kopi dengan brand sendiri melalui media sosial dan penyalur agen. Untuk peran pemerintah saat ini tidak ada dan respon masyarakat disini sangat baik mereka menyukai rasa dari kopi yang ditawarkan hanya saja tidak begitu ramai dibandingkan dengan warung kopi modern saat ini.

3. Faktor Penghambat Home Industri Industri Kopi

a. Minim Modal

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang minim modal untuk home industri kopi. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“kalau adek tanyak apakah saya masih butuh modal, saya sangat butuh modal karena saat ini saya hanya

punya dua mesin yaitu satu mesin pengiling dan mesin pengemasan. Mesin pengiling yang saya punya saat ini hanya untuk pengilingan 50 kg kopi dalam sehari”. (Informan MU).

“kalau modal saya rasa butuh lah dek untuk pengembangan usaha kopi ini”. (Informan KH dan IH).

“kalau modal usaha home industri ini pasti dibutuhkan sekai”. (Informan PU dan DE).

b. Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar Masih Lemah

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang jaringan usaha dan kemampuan pasar untuk produk kopi. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“kalau untuk pemasaran memang masih terbatas karena kami tidak terlalu memasarkan produk ini. Saya hanya mengandalkan agen dan media sosial saja karena untuk mempromosikan butuh modal seperti itu. Padahal saya sangat menjaga rasa dari kopi yang kami produksi dengan saya langsung terlibat dalam pemilihan jenis kopi dan rasanya sehingga sampai saat ini masih terjaga kualitas dari kopi di Malem Diwa”. (Informan MU).

“Malem Diwa dalam mempromosikan produk ini hanya mengandalkan agen dan media sosial dan jarang juga mengikuti event kuliner kopi”.(Informan KH dan IH).

“kalau pemasaran hanya lewat agen dan promosi lewat media sosial saja”. (Informan PU dan DE).

c. Sarana dan Prasarana juga terbatas

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan pekerja di Malem Diwa tentang sarana dan prasarana yang terbatas. Berikut hasil wawancara kelima informan:

“kalaupun produksi kopi yang dihasilkan disini sangat baik karena bahan baku yang kami pakai juga sangat baik. disini ada kopi premium dan ada kopi dengan beberapa jenis kopi yaitu luwak, robusta dan kopi berry dan masih banyak lagi. Kopi ini andalan kami. Tapi dek, sarana yang kami miliki seperti mesin giling ini hanya bisa mengiling kopi sebanyak 50 kg dalam sehari selebihnya tidak bisa andai ada modal untuk membeli mesin pengilingan kopi lagi pasti kami bisa mengiling lebih dari 50 kg/hari.”. (Informan MU).

“kalau sarana terbatas,pasti iya dek. Karena mesin giling hanya bisa 50 kg sehari. Kalau lebih harus dilanjutkan besoknya”.(Informan KH dan IH).

“kalau keterbatas paling modal usaha dan saran pengilingan saja karena sayang ketika masuk pengilingan kopi dari luar malem diwa harus terbatas”.
(Informan PU dan DE).

Berdasarkan hasil wawancara kelima informan tentang home industri Malem diwa dalam sarana dan prasarana yang terbatas maka dapat disimpulkan bahwa malem diwa memiliki penghambat usaha yaitu kurangnya modal untuk mempromosikan atau mengiklankan produk kopinya, pemasaran kopi yang lemah hanya mengandalkan agen dan media sosial. Malem diwa juga terbatas akan mesin pengiling yang hanya bisa mengiling kopi 50 kg/hari.

4.4. Pembahasan

1. Peran Home Industri Kopi

Berdasarkan hasil wawancara kelima informan tentang peran home industri kopi maka diketahui bahwa awalnya berdiri home industri ini hanya terdiri dari tiga orang yaitu dirinya sebagai pemilik dan dua pekerja yaitu pengiling kopi dan pengemasan produk saja namun setelah berjalan selama 3

tahun, Malem Diwa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Diwa. Malem Diwa ini satu-satunya warung kopi daerah aceh besar yang mampu mengiling sendiri kopi dan memiliki brand sendiri, mereka membangun jaringan sosial dengan bekerjasama antara pemasok, produksi dan penyalur. Adapun peran home industri dalam meningkatkan ekonomi keluarga bagi pemilik Malem Diwa dengan meningkatnya penjualan kopi maka pemilik dapat mengembangkan industri kopinya lebih berkembang dan maju seperti mampu membeli mesin pengemasan, memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga lebih baik dan membantu kesejahteraan pekerjanya. Malem diwajuga membantu ekonomi lokal dengan membuka lapangan pekerjaan walaupun hanya 4 pekerja dan juga membuka peluang masyarakat yang ingin menjadi agen penjualan produk kopinya.yang tinggal disekitarnya dengan menambah 2 pekerja sebagai pelayan di warung kopi Malem. Malem diwa sangat memberikan keuntungan finansial yang lumayan.untuk siklus finansial pekerja menjadi lebih baik..Pekerja juga dimudahkan untuk mengambil pinjaman tanpa jaminan dengan memotong gaji selama bekerja.

Penelitian yang dilakukan Linda (2022) menunjukkan bahwa dengan keberadaan Home Industri mampu membeli bahan baku kopi dari Petani dengan harga yang pantas, Petani bisa menjual hasil panen tanpa mengeluarkan biaya pengangkutan disamping itu mereka juga bisa bekerja di

Home Industri sehingga pendapatan Petani menjadi meningkat. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Home Industri berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Home industry merupakan komoditas yang di pandang mempunyaipermanan penting dalam pembangunan ekonomi mikro di daerah, sehinggatidak heran apabila pemerintah menaruh perhatian khusus kepada industriindustri kecil yang ada di pedesaan. Sangat di sadari bahwa pengembangan ekonomi masyarakat melalui kewirausahaan di sektor usaha kecil dan menengah terbukti membantumasyarakat dalam kehidupan perekonomian keluarganya dengan mengurangitingkat angka pengangguran yang banyak terjadi di daerah pedesaan. Inilah salah satu cara karakteristik yang khas dari sektor industri kecil, dengan terusdikembangkan dan diberdayakan ekonomi masyarakat akan dapat membantupersoalan kurangnya lapangan pekerjaan dan banyaknya angka pengangguran (Hery, 2019).

Banyak manfaat dan keutamaan yang diperoleh dari industri rumah tangga, dalam skala makro industri rumah tangga adalah salah satu pilar utama pendukung kekuatan perekonomian suatu negara, industri rumah tangga secara langsung dapat mengurangi tingkat pengangguran, mempercepat siklus financial (perputaran keuangan) dalam suatu komunitas masyarakat, yang artinya Home Industri

dapat memicu laju pertumbuhan pendapatan negara, memperpendek kesenjangan sosial, juga dapat mengurangi dampak kriminalitas. Industri yang ada dipedesaan memiliki peran penting untuk mendapatkan perhatian karena dapat memperkecil angka pengangguran, meningkatkan taraf hidup masyarakat pedesaan, dan dapat mengurangi laju pertumbuhan penduduk (Hendarawati, 2018).

Peran home industri sebagai suatu usaha yang bergerak dibidang tertentu berarti memiliki kemampuan dalam memperluas lapangan pekerjaan serta dapat meningkatkan perkonomian masyarakat, dapat mengurangi angka pengangguran dengan menyerap tenaga kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dari peran suatu home industri yaitu menyerap tenaga kerja, memanfaatkan bahan baku lokal, dan mampu menumbuhkan usaha baru (Ghozali, 2018).

2. Faktor Pendukung Home Industri Industri Kopi

Berdasarkan hasil wawancara kelima informan tentang faktor pendukung home industri Malemdiwa maka dapat disimpulkan bahwa untuk sumber modal hanya menggunakan modal sendiri lalu keuntungan yang diperoleh digunakan untuk modal mengembangkan usaha seperti beli mesin press kopi, dan membuka warungkopi. Untuk saat ini hanya ada 4 tenaga kerja, adapun bahan baku yang digunakan dari Kabupaten Takengon langsung menggunakan transportasi

BUS kecil Untuk pemilihan jenis kopi informan sebagai pemilik langsung terlibat dalam pemilihan jenis kopi. yang kemudian diolah oleh Malem diwa menggunakan teknologi mesin seperti mesin penggilingan, mesin pres dan mesin espresso. Malem diwa didalam marketing atau cara memasarkan produk kopi dengan brand sendiri melalui media sosial dan penyalur agen. Untuk peran pemerintah saat ini tidak ada dan respon masyarakat disini sangat baik mereka menyukai rasa dari kopi yang ditawarkan hanya saja tidak begitu ramai dibandingkan dengan warung kopi modern saat ini.

Dalam pengkajian keberlangsungan usaha tersebut, yaitu keberlangsungan permodalan, sumber daya manusia, keberlangsungan produksi dan pemasaran adalah definisi dari keberlangsungan usaha, dengan tiga kata kunci, memenuhi kebutuhan, dalam menjalankan permodalan supaya sirkulasi modal tetap berjalan dengan lancar para pemilik home industri mempunyai strategi. Strategi merupakan alat mencapai suatu tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya (riski, 2016).

Ekonomi adalah pengetahuan tentang peristiwa dan persoalan yang berkaitan dengan upaya manusia secara perorangan atau pribadi, kelompok, keluarga, suku bangsa, organisasi, Negara dalam kebutuhan yang tidak terbatas yang

di hadapkan pada sumber daya yang terbatas. Ekonomi juga didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari usaha-usaha individu maupun kelompok dalam ikatan pekerjaan sehari – hari yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh pendapatan dan bagaimana pula mempergunakan pendapatan tersebut (Adiwarman, 2012).

Ekonomi adalah aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, konsumsi barang dan jasa. Ekonomi secara umum atau secara khusus adalah aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Ekonomi juga dikatakan sebagai ilmu yang menerangkan cara-cara menghasilkan, mengedarkan, membagi serta memakai barang dan jasa dalam masyarakat sehingga kebutuhan materi masyarakat dapat terpenuhi sebaik-baiknya. Kegiatan ekonomi dalam masyarakat adalah mengatur urusan harta kekayaan baik yang menyangkut kepemilikan, pengembangan maupun distribusi (Burhanuddin, 2014).

3. Faktor Penghambat Home Industri Industri Kopi

Berdasarkan hasil wawancara kelima informan tentang home industri Malem diwa dalam sarana dan prasarana yang terbatas maka dapat disimpulkan bahwa malem diwa memiliki penghambat usaha yaitu kurangnya modal untuk mempromosikan atau mengiklankan produk kopinya, pemasaran kopi yang lemah hanya mengandalkan agen dan

media sosial. Malem diwa juga terbatas akan mesin pengiling yang hanya bisa mengiling kopi 50 kg/hari.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) Kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyaikemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkankepuasan Menurut Kotler dan Keller (2009), adalah perasaansenang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika persepsi konsumen terhadap kualitas produk baik, maka konsumen akan puas, begitu juga sebaliknya.

Keberadaan *home industry* tentunya akan memberikan pengaruh dan membawa suatu perubahan terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat, baik yang berskala besar, sedang, maupun kecil. Perubahan tersebut bersifat holistik bagi kehidupan. Adanya industri di suatu daerah biasanya akan meningkatkan volume perdagangan, peningkatan kegiatan pembangunan, peningkatan volume dan frekuensi lalu lintas uang dan barang-barang dari daerah tersebut, ataupun penambahan jumlah uang yang beredar. Selain itu akan terlihat pula peningkatan kegiatan usaha pemberian jasa (bank, transportasi)(Priyono, 2016).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Peran home industri kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar dapat membuka lapangan kerja baru bagi warga sekitar home industri tersebut sehingga warga memiliki pendapatan sendiri dan dapat mensejahterakan keluarga dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Home industri kopi juga dapat kerjasama dengan pemasok kopi dan agen penyalur produk kopi malem diwa sehingga mensejahterakan ekonomi keluarga.
2. Faktor pendukung *home industry* kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar yaitu memiliki sumber modal usaha sendiri yang berasal dari pemilik saja, memiliki tenaga kerja yang dapat membantu menjalankan home industri kopi, berkembangnya home industri ini juga dipengaruhi bahan baku yang diperoleh dengan kualitas baik sehingga produk yang dihasilkan juga berkualitas dikarenakan teknologi yang digunakan juga sudah lebih baik seperti mesin penggiling, mesin pres dan mesin

espresso sehingga dalam pemasaran berjalan dengan baik.

3. Faktor penghambat home industri industri kopi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di Kabupaten Aceh Besar yaitu lebih terkendala pada minim modal usaha dalam mengembangkan usaha, dan sarana prasarana dalam pengilangan kopi sangat terbatas..

5.2. Saran

1. Diharapkan peranan home industri Malem diwa memperhatikan kesejahteraan ekonomi masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan atau memberikan pelatihan pengilangan kopi agar menambah pengetahuan dalam usaha kopi bagi masyarakat sekitar.
2. Diharapkan kepada pekerja dan mempertahankan kualitas produksi kopi agar dapat menambah produksi kopi dan meningkatkan ekonomi keluarga
3. Diharapkan peran home industri kopi ini dalam meningkatkan ekonomi bisa mendapatkan bantuan modal usaha dari pemerintah agar dapat dimanfaatkan untuk memberikan pelatihan bagi masyarakat sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, A. (2012), *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta:Rajawali Pers.
- Asmak, (2018). *Teknologi Pengolahan Kopi Terkini*. Yogyakarta: Deepublish.
- Burhanuddin, A. (2014). *Ekonomi Islam*, Jakarta:Rajawali Pers.
- Candra, (2018). *Pembangunan Ekonomi Daerah: Dinamika dan Strategi Pembangunan*. Jakarta: UB Press.
- Dirjen Perkebunan Indonesia, Jumlah Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2021. <https://www.pertanian.go.id/home/index.php?show=repo&fileNum=212>.
- Dini, (2022). *Strategi Pemasaran di Era Digital*, Jakarta: Haura Utama.
- Ella, N. (2019), Peran *Home Industry* Terhadap Ekonomi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada *Home Industry* Kerajinan Tapis Dan Bordi “Audy” Di Desa Sumberrejo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur), *Jurnal Ekonomi Syariah*, Lampung: UIN Lampung.
- Garunia, (2017), *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Obor.
- Gunawan, (2015), Pemetaan Potensi Industri Kreatif Unggulan. Untuk Meningkatkan Petumbuhan Ekonomi. *Jurnal Industri Services*.
- Harun, (2018), *Kopi Mana Kopi: Cerita Sejarah Kopi Hingga Cara Menyeduhnya*. Jakarta: Ratna Media Utama.
- Hery, (2019). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: PT. Grasindo.

- Kemenperin, (2019). *Analisis Perkembangan. Industri Edisi III-2018*. Jakarta Selatan: PUSDATIN KEMENPERIN.
- Muliawan, (2008), *Jasa Unggul Manajemen Home Industri*. Yogyakarta: Banyu.
- Nazilatur, R. (2021), Peran *Home industry* Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Weru Lor Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon Dalam Presepektif Ekonomi Islam, *Skripsi Ekonomi Syariah*, Cirebon: IAIN Syekh Nurjati.
- Nur, (2022), *Strategi Pemasaran*, Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif.
- Priyono, (2016), *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Raharjo, (2017), *Berkebun Kopi*. Jakarta: Swadaya.
- Rangkuti, (2019), *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ricklefs, (2015), *Sejarah Indonesia modern, 1200-2004*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Riri, (2022), *Strategi Pemasaran*, Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rizqi,A. (2016), Peran *Home industry* Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Kasus *Home industry* Keripik di Kelurahan Kubu Gadang), *Jurnal Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Riau: Universitas Riau.
- Rizqi,Y. (2020), Wirausaha *Home industry* Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga, *Jurnal Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Semarang: Universitas Semarang.

- Robert, (2020), *Ekonomi Industri*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Rosid, (2017). Pengantar Teori Ekonomi : Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro, Jakarta : Pt. Raja Grafindo
- Sadono, (2013), *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Tiga*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Silvia, (2019), Peran Home Industri Gerabah Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Rendeng Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro, *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Soerjono, (2015), *Sosiologi Sesuatu Pengantar*. Jakarta: Grafindo.
- Sugiyono, (2015), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, (2016), *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia (Beberapa Isu Penting)*. Jakarta: Salemba Medika.
- Ujang, (2019). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, Bogor: IPB PRESS.
- Wenny, (2018), *Teknologi Pengolahan Kopi*. Jakarta: MNC Publishing.
- Yusuf, (2019), *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: CV. Sah Media.
- Yulistio, (2019), “Analisis Pengaruh Pendapatan *Home industry* Kopi Terhadap Perekonomian Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri)”, *Skripsi Ekonomi*, Kediri: Universitas Kediri.

Lampiran 1

PANDUAN WAWANCARA

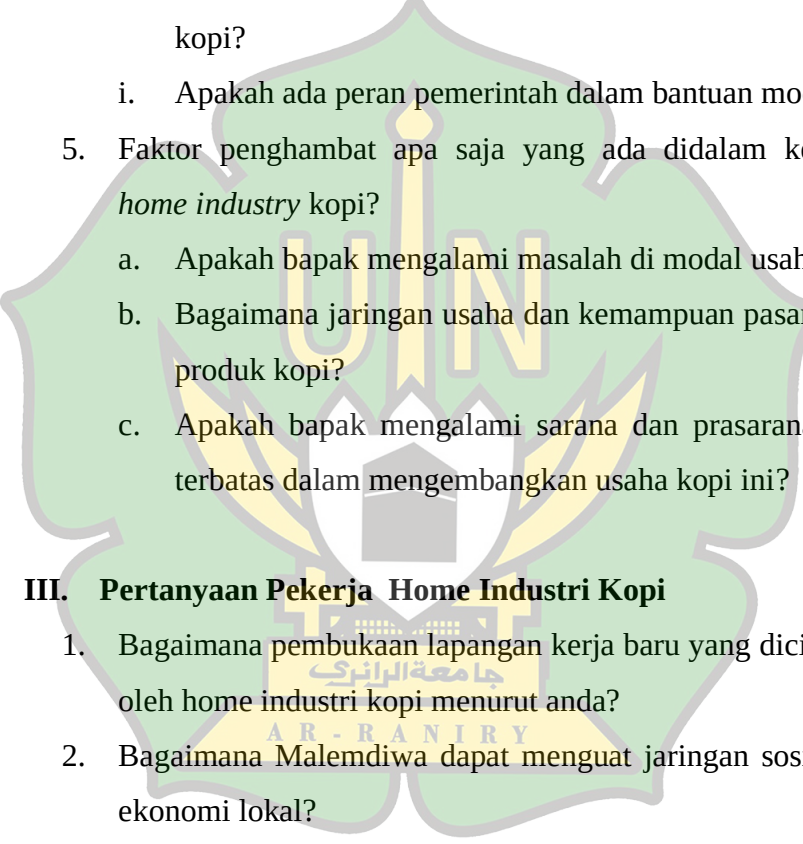
PERAN *HOME INDUSTRY* KOPI TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN EKONOMI KELUARGA KABUPATEN ACEH BESAR

I. Identitas Informan

1. Nama Informan (inisial):
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :

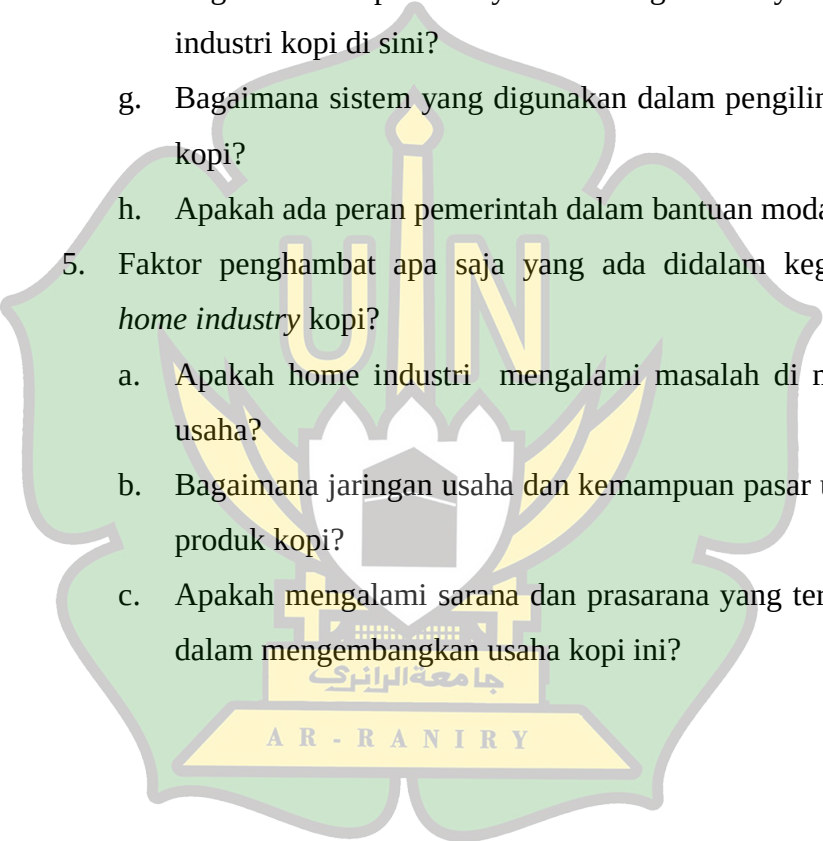
II. Pertanyaan Pemilik Home Industri Kopi

1. Bagaimana pembukaan lapangan kerja baru yang diciptakan oleh home industri kopi ini di lingkungan sekitar anda?
2. Bagaimana Malem diwa dapat menguat jaringan sosial dan ekonomi lokal?
3. Bagaimana home industri Malem diwa dalam mempengaruhi siklus finansial pekerja atau masyarakat?
4. Faktor pendukung
 - a. Sumber modal bapak dalam mendirikan *home industry* kopi ini?
 - b. Berapa jumlah karyawan bapak saat ini?
 - c. Bagaimana bapak memperoleh bahan baku?
 - d. Bagaiman transportasi yang digunakan dalam membawa bahan baku kopi ke industri ini?

- 
- e. Sarana dan prasarana yang dimiliki saat ini?
 - f. Bagaimana sistem penjualan kopi yang bapak terapkan?
 - g. Bagaimana respon masyarakat dengan adanya home industri kopi di sini?
 - h. Bagaimana sistem yang digunakan dalam pengilingan kopi?
 - i. Apakah ada peran pemerintah dalam bantuan modal?
5. Faktor penghambat apa saja yang ada didalam kegiatan *home industry* kopi?
- a. Apakah bapak mengalami masalah di modal usaha?
 - b. Bagaimana jaringan usaha dan kemampuan pasar untuk produk kopi?
 - c. Apakah bapak mengalami sarana dan prasarana yang terbatas dalam mengembangkan usaha kopi ini?

III. Pertanyaan Pekerja Home Industri Kopi

- 1. Bagaimana pembukaan lapangan kerja baru yang diciptakan oleh home industri kopi menurut anda?
- 2. Bagaimana Malem diwa dapat menguat jaringan sosial dan ekonomi lokal?
- 3. Bagaimana home industri Malem diwa dalam mempengaruhi siklus finansial anda?
- 4. Faktor pendukung
 - a. Sumber modal bapak dalam mendirikan *home industry* kopi ini?

- 
- The watermark logo of Ar-Raniry University is a green shield-shaped emblem. It features a central yellow banner with the text 'AR - RANIRY' in black. Above the banner is a stylized yellow and white building with a dome and minaret. The background of the shield is green with a subtle pattern. The university's name is written in Arabic script 'جامعة الرانيري' above the banner and in English 'AR - RANIRY' below it.
- b. Berapa jumlah karyawan bapak saat ini?
 - c. Bagaimana memperoleh bahan baku?
 - d. Sarana dan prasarana yang dimiliki saat ini?
 - e. Bagaimana sistem penjualan kopi yang diterapkan?
 - f. Bagaimana respon masyarakat dengan adanya home industri kopi di sini?
 - g. Bagaimana sistem yang digunakan dalam pengilingan kopi?
 - h. Apakah ada peran pemerintah dalam bantuan modal?
5. Faktor penghambat apa saja yang ada didalam kegiatan *home industry* kopi?
- a. Apakah home industri mengalami masalah di modal usaha?
 - b. Bagaimana jaringan usaha dan kemampuan pasar untuk produk kopi?
 - c. Apakah mengalami sarana dan prasarana yang terbatas dalam mengembangkan usaha kopi ini?

Lampiran 2

DOKUMENTASI



Gambar 1. Peneliti Bersama Pemilik *Home Industry* Kopi



Gambar 2. Mesin Pengilingan dan Mesin Kopi Espresso



Gambar 3. Bahan Baku dan Produk Olahan Kopi

