

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan ialah kata dasar dari kembang yang berarti proses atau cara.¹

Menurut Ardito Bhinadi pengembangan merupakan suatu proses yang bersifat menyeluruh yakni proses aktif antara fasilitator dengan masyarakat yang diberdayakan melalui peningkatan pengetahuan, ketrampilan, pemberian berbagai kemudahan, serta pemberian peluang untuk mencapai akses sumber daya yang unggul dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan Wahjudin Sumpeno mendefinisikan pengembangan merupakan upaya yang dilakukan untuk penyempurnaan suatu tatanan yang bertujuan supaya tatanan dapat berkembang secara mandiri.²

Unit usaha ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilaksanakan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan bagian anak perusahaan atau bukan cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik secara langsung atau tidak langsung, dari UMKM yang sesuai sebagaimana dalam undang-undang.³

¹ Kamus Bahasa Indonesia

² Chandra Kusuma Putra dkk, *Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa (Studi pada Desa Wonorejo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang)*, *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 6, 3

³ Undang-Undang Ri Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM), Pasal 1 ayat (2).

Beberapa pengertian pengembangan usaha menurut para ahli,antara lain:

a. Mahmud Mach Foedz

Pengembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Brown dan Petrello

Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

c. Steinfeld

Pengembangan usaha adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha.⁴

2. Tujuan pengembangan ekonomi

Wrihatnolo mengemukakan bahwa tujuan pengembangan adalah menciptakan masyarakat yang maju, mandiri dan sejahtera.⁵ Selanjutnya Mukerji menambahkan mengenai tujuan pengembangan yakni membangun

⁴ Widaningsih, Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan* (Malang: POLINEMA PRESS, 2018), 90.

⁵ Aziz Muslim, *Dasar-Dasar Pengembangan Masyarakat*, (Yogyakarta: Penerbit Samudera Biru, 2012), 28

pandangan yang progresif, kemandirian, dedikasi terhadap tujuan dan kerjasama terhadap diri masyarakat baik secara individu maupun kelompok.⁶

Melalui penjelasan akan adanya tujuan pengembangan ekonomi dapat disimpulkan bahwa tujuan dari adanya pengembangan ekonomi adalah mewujudkan kehidupan masyarakat yang mandiri serta mampu mengidentifikasi dan menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi khususnya dalam bidang ekonomi dalam rangka mencapai kemandirian.

3. Teknik mengembangkan usaha

Teknik pengembangan usaha bisa dilaksanakan melalui beberapa cara antara lain:

a. Perluasan skala usaha

Dalam hal ini ada beberapa yang biasa digunakan ketika dalam memperluas skala usaha antara lain:

- 1) Memperbanyak kapasitas tenaga, mesin dan memperbanyak jumlah modal untuk investasi. Dalam memperluas produksi, pebisnis seyogyanya memperkirakan tentang prospek pemasarannya.
- 2) Memperbanyak jenis jasa atau barang yang didapatkan. Pengembangan yang sejenis ini baik dilaksanakan berfungsi menurunkan biaya jangka panjang bersamaan menaikkan skala ekonomi.
- 3) Memperbanyak lokasi usaha di wilayah usaha baru.

⁶ Fredian Tony Nasdian, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 36.

b. Perluasan cakupan usaha

Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilaksanakan melalui jenis usaha baru yang dikembangkan di lokasi yang baru, serta dengan jenis produk yang bervariasi dan baru.

c. Perluasan melalui kerja sama, penggabungan dan ekspansi baru, ada beberapa jenis perusahaan dengan cara ini, yaitu:1) *Join venture*

Join venture ialah gambaran kerja sama antara negara yang berbeda menjadi satu perusahaan dari beberapa perusahaan untuk membentuk pemusatan upaya-upaya yang lebih padat.

2) *Merger*

Merger ialah proses penggabungan dan perseroan dalam satu perusahaan. Salah satu perusahaan akan tetap berdiri dengan nama yang sama, akan tetapi perusahaan lainnya akan hilang, dan kekayaan menjadi pemilik perusahaan yang baru.

3) Sindikat

Sindikat ialah kerja sama dari beberapa orang yang mempunyai modal guna membangun perusahaan yang besar.

4) Kartel

Kartel adalah kesepakatan tertulis dengan beberapa perusahaan yang sejenis guna menyusun dan mengendalikan macam-macam hal untuk maksud meraih keuntungan dan menekan persaingan.⁷

⁷ Iwan Shalahuddin, *Prinsip-prinsip Kewirausahaan*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 129-130.

4. Tingkatan dalam mengembangkan usaha

a. Tingkat Produk

Dalam tingkatan produk usaha yang dikembangkan merupakan produk yang dikembangkan atau teknologi baru. Walaupun tingkat pengembangan produk bisa bervariasi dari perusahaan ke perusahaan.

b. Tingkat Komersial

Pada tingkat komersial merupakan organisasi penjualan. Organisasi penjualan bisa mencakup dari mitra, agen, distributor, pemegang lisensi, *franchises*, atau cabang skala nasional atau internasional.

c. Tingkat Korporasi

Jika organisasi hendak menentukan gambaran kedepannya dalam menciptakan atau membeli kompetensi organisasi tertentu. Titik pusatnya ialah bukan untuk produk maupun komersial tingkat tetapi pada korporasi tingkatan usaha.

d. Tingkat Keamanan ketika memproses menjualkan produk.

e. Penjualan produk melalui kualitas yang baik dan melabel dengan harga yang terjangkau.

5. Aspek-aspek yang diperhatikan dalam mengembangkan usaha

Perlu diperhatikan pada aspek Pengembangan usaha yang terdiri dari aspek strategi, manajemen pemasaran, dan penjualan, antara lain:

a. Aspek strategi

- 1) Mengamati jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan melalui konsumen.
- 2) Membuat pasar baru.

- 3) Membuat pembaruan pada produk melalui karakteristik yang dapat membuat pembeli lebih tertarik.
- b. Aspek manajemen pemasaran
- 1) Menguasai serta menembus pangsa pasar.
 - 2) Mengelola peluang pasar yang ada dengan teliti.
 - 3) Mempromosikan produk melalui hubungan ekonomi yang luas, antara lain: impor produk ke luar negeri.
 - 4) Menciptakan strategi pemasaran yang bisa menjadikan produk kita dibeli oleh konsumen, antara lain: memasang iklan, brosur, dan lain-lain.
- c. Aspek penjualan
- 1) Memberikan saran mengenai perancangan dan menanamkan kebijakan perdagangan dalam proses jual dan proses tindak lanjut penjualan.
 - 2) Memperbayak volume produk yang akan dijual.⁸

B. Kemandirian

1. Pengertian Kemandirian

Istilah “kemandirian” berasal dari kata dasar “diri”, maka pembahasan tentang kemandirian tidak bisa lepas dari pembahasan mengenai perkembangan diri itu sendiri, yang dalam konsep Carl Rogers di sebut dengan istilah *self*. Istilah kemandirian membuktikan adanya kemampuan diri dalam rasa percaya akan menyelesaikan masalah tanpa bantuan dari orang lain, individu yang bisa menyelesaikan masalah yang dihadapinya,

⁸ Widaningsih. Ariyanti, 93-94.

mampu mengambil keputusan sendiri, memiliki gagasan dan kreatif tanpa mengabaikan lingkungan di sekitarnya. Menurut beberapa ahli “kemandirian” memperlihatkan pada kemampuan psikososial yang mencakup kebebasan dalam bertindak, tidak tergantung atas kemampuan orang lain, tidak terpengaruh lingkungan, dan bebas mengelola kebutuhannya sendiri.

2. Bentuk-bentuk Kemandirian

Menurut Robert Havighurst, dikutip Desmita adalah kemandirian dapat dibedakan dengan 4 bentuk kemandirian antara lain:

a. Kemandirian Emosi

Kemandirian emosi adalah kemampuan mengontrol emosi sendiri dan tidak tergantungnya kebutuhan emosi pada orang lain.

b. Kemandirian Ekonomi

Merupakan kemampuan mengelola ekonomi sendiri dan tidak bergantung kebutuhan ekonomi pada orang lain.

c. Kemandirian Intelektual

Kemandirian intelektual adalah kemampuan guna mengelola masalah apa saja yang dihadapi.

d. Kemandirian Sosial

Dalam hal ini merupakan kemampuan guna melangsungkan hubungan korelasi bersama orang lain dan tidak bergantungnya atas tingkah orang lain.⁹

⁹ Desmita, *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2014),185 -186.

3. Kemandirian Ekonomi

Kemandirian ekonomi pesantren adalah kemampuan pesantren untuk mengatur operasional pesantren melalui kegiatan ekonomi tanpa bergantung pada pihak lain. Salah satu indikator sebuah pesantren memiliki kemandirian ekonomi adalah hasil unit usaha memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kegiatan edukasi dan operasional di pesantren sehingga kesinambungan pesantren tidak terlalu tergantung pada kontribusi uang partisipasi dari santri dan bantuan pihak lain.¹⁰ Menurut Priambodo sebagaimana yang dikutip oleh Djazimah, menyatakan secara konseptual kemandirian ekonomi memiliki parameter atau ukuran-ukuran tertentu diantaranya:

- a. Kemandirian ekonomi kelompok ditandai oleh adanya usaha atau pekerjaan yang dikelola secara ekonomis.
- b. Kemandirian juga berangkat dari rasa percaya diri kelompok tersebut dalam melakukan aktivitas ekonomi, seperti usaha dagang, wirausaha dalam bentuk home industri pengelolaan perusahaan dan lain sebagainya.
- c. Kemandirian ekonomi ditandai oleh kegiatan ekonomis yang ditekuni dalam jangka waktu lama sehingga memungkinkan mempunyai kekuatan secara ekonomis untuk maju dan berkembang.
- d. Kemandirian ekonomi juga ditandai oleh sikap berani dari kelompok orang untuk mengambil resiko dalam aktifitas ekonomis, misalnya bermimpi besar dan berusaha keras untuk mewujudkan mimpi-mimpi tersebut, berani meminjam uang sebagai modal usaha

¹⁰ Bank Indonesia. *Identifikasi Key Success Factor Lembaga Pesantren*, (Jakarta : [BI] Bank Indonesia, 2015), 13-14

dengan perhitungan rasional dan realistis, serta berani mengambil keputusan yang bersifat bisnis dalam setiap peluang yang ada.¹¹

Tujuan pengembangan kemandirian ekonomi pesantren tidak hanya untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif tetapi juga untuk melahirkan sumber daya insani yang berakhlak mulia dan andal dalam bidang ekonomi.¹²

C. Ekonomi pesantren

1. Pengertian Ekonomi Pesantren

Ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam pemenuhan kebutuhannya dengan segala sumber daya yang tersedia. Dengan keaslian sifat asalnya, ekonomi islam merupakan satu sistem yang dapat mewujudkan keadilan ekonomi bagi seluruh umat yang dimana sumbernya berasal dari al-qur'an, hadits ijma dan qiyas.¹³ Ekonomi Pesantren merupakan sebuah ajaran atau *doctrine*, yang tercantum dalam ekonomi islam sehingga menjadikan norma atau tata aturan yang berasal dari Allah Swt yang mengenai batasan ketika kegiatan ekonomi sebagai variabel yang secara langsung atau tidak langsung ikut mempengaruhi dalam perekonomian.¹⁴

2. Pemberdayaan Ekonomi Pesantren

Pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata 'power' (kekuasaan atau keberdayaan).oleh sebabnya, ide utama pemberdayaan bersinggungan

¹¹ Siti Djazimah, *Potensi Ekonomi Pesantren*, Jurnal Penelitian Agama, Vol. 13 (2004), 427

¹² Bank Indonesia. *Direktori Program Pengembangan Kemandirian Ekonomi Pesantren*, (Jakarta : [BI] Bank Indonesia, 2020), 7

¹³ Vetizel Rivai, Andi Buchari, *Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!*,(PT Bumi Aksara, 2009),1-2

¹⁴ Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2016), 4.

dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan seringkali menjadikan seseorang dapat melaksanakan apa yang menjadi daya minat mereka.¹⁵

Adapun ayat yang menjelaskan tentang pemberdayaan ekonomi yaitu dalam Al-Qur'an Surat Al-Jaatsiyah (45) ayat 13, yang berbunyi:

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Dan Dia menundukkan untukmu apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripadanya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berpikir”¹⁶

Dari ayat al-qur'an tersebut dijelaskan bahwa Allah sudah menyiapkan semua fasilitas yang ada di langit maupun bumi untuk kelangsungan hidup insani dimana manusia diperkenankan secara baik memberdayakan dengan memanfaatkan fasilitas yang sudah Allah sediakan. Mengalokasikan secara baik pada sumber daya yang tersedia.

3. Manfaat Kegiatan Kemandirian Ekonomi Pesantren

Manfaatnya ialah mewujudkan pengetahuan dan pengalaman santri dalam kegiatan usaha guna meningkatkan kemandirian ekonomi Pesantren pada pemberdayaan ekonomi Pesantren, baik dari sisi operasional, menambah modal maupun manajemen usahanya. Sehingga ketika santri sudah menyelesaikan pendidikannya di Pesantren, santri mempunyai bekal dalam memberdayakan ekonomi dengan baik pada sumber daya yang tersedia di wilayahnya sendiri.¹⁷

¹⁵ Irwan, Zain dan Hasse, *Agama Pendidikan Islam Dan Tanggung Jawab Sosial Pesantren*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 148.

¹⁶QS. al-Jaatsiyah (45): 13

¹⁷ Ruslan Abdul Ghofur, *Pola Pemberdayaan UMKM Dalam Meningkatkan Ekonomi Pesantren*, (IAIN Raden Intan Lampung, 2016), 49