

**ANALISIS *DIAMOND STRATEGY* UNTUK  
MENGEMBANGKAN USAHA MUSLIM *DIFABEL KANTA*  
HANDICRAFT SURABAYA**

**SKRIPSI**

Oleh:

**BELLA PUTRI ARISTA DEWI**

**NIM : G04216015**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**SURABAYA**

**2020**

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Bella Putri Arista Dewi

NIM : G04216015

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis *Diamond Strategy* Untuk Mengembangkan  
Usaha Muslim *Difabel* Kanta Handicraft Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Surabaya, 25 Juni 2020

Saya yang menyatakan,



Bella Putri Arista Dewi  
NIM. G04216015

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang disusun oleh Bella Putri Arista Dewi NIM. G04216015 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dilakukan Munaqosah.

Surabaya, 25 Juni 2020

Dosen Pembimbing,



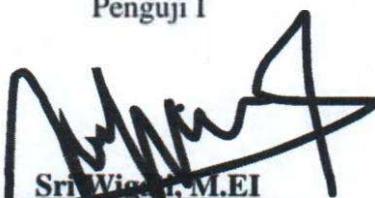
Sri Wigati M.EI.  
NIP. 197302212009122001

## PENGESAHAN

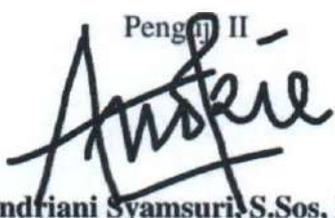
Skripsi yang ditulis oleh Bella Putri Arista Dewi NIM. G04216015 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Jumat tanggal 10 Juli 2020, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

### Majelis Munaqosah Skripsi

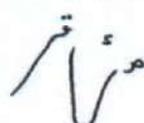
Penguji I

  
Sri Wicaksono, M.EI  
 NIP. 197302212009122001

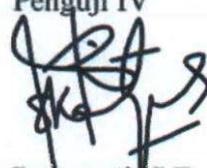
Penguji II

  
Andriani Syamsuri, S.Sos, MM  
 NIP. 197608022009122002

Penguji III

  
Siti Musfiqoh, M.EI  
 NIP. 197608132006042002

Penguji IV

  
Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM  
 NIP. 199305032019032020

Surabaya, 10 Juli 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri UIN Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

   
Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.  
 NIP. 196212141993031002



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
 E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
 KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bella Putri Arista Dewi  
 NIM : G04216015  
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
 E-mail address : bellaputri653@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

*Analisis Diamond Strategy Untuk Mengembangkan Usaha Muslim Difabel*

Kanta Handicraft Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Januari 2021  
 Penulis

(Bella Putri Arista Dewi)  
 nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Analisis *Diamond Strategy* Untuk Mengembangkan Usaha Muslim *Difabel* Kanta Handicraft Surabaya**” ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah terkait dengan bagaimana pengembangan usaha yang dilakukan oleh muslim *difabel* Kanta Handicraft Surabaya dan bagaimana analisis *diamond strategy* untuk mengembangkan usaha muslim *difabel* Kanta Handicraft Surabaya. Adapun yang menjadi latar belakang penulisan ini bahwa seorang penyandang *difabel* yang memiliki keterbatasan fisik mampu mendirikan usahanya hingga tahap pengembangan. Hal ini bukan perkara mudah bagi penyandang *difabel*. Oleh sebab itu, dibutuhkan perencanaan strategi yang matang untuk mengembangkan usahanya dengan menggunakan konsep *diamond strategy*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan *in-depth interview* sebagai *tools*. Adapun teknik pengumpulan data dengan wawancara dengan informan baik secara langsung maupun media online, observasi langsung pada tempat informan, dokumentasi yang berupa foto terkait kegiatan usaha yang dilakukan Kanta Handicraft sebagai bukti pelengkap dalam penelitian, dan triangulasi metode yang digunakan peneliti guna menggali kebenaran dari informan pemilik usaha. Dalam menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga tahapan yaitu reduksi data, *display* data, lalu penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian berdasarkan wawancara dengan informan serta dukungan *literature* penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan usaha yang dilakukan oleh muslim *difabel* Kanta Handicraft sudah sesuai dengan bisnis Islam dengan tidak melupakan hal-hal yang diatur dalam agama Islam. Berdasarkan hasil wawancara, muslim *difabel* telah mengembangkan usahanya dengan sikap yang sebagaimana seorang muslim lakukan dengan tidak menyimpang dari aturan Islam yang Rasulullah Saw ajarkan. Selain itu, muslim *difabel* dalam mengembangkan usahanya juga memiliki strategi yang sudah sesuai dengan teori *diamond strategy*. Dimana, strategi yang dimiliki dalam pengembangan usaha Kanta Handicraft sudah menjawab serangkaian pertanyaan yang mencakup *arenas*, *vehicles*, *differentiators*, *staging*, dan *economic logic*. Namun, dari kelima elemen *diamond strategy*, strategi yang dilakukan oleh Kanta Handicraft masih terdapat beberapa kekurangan yang menyebabkan beberapa elemen yang ada dalam *diamond strategy* tidak dapat berjalan maksimal.

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan pengembangan usaha yang dilakukan muslim *difabel* untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan agar lebih baik. Dan menggunakan *diamond strategy* sebagai strategi bisnisnya untuk pengembangan usahanya. Karena, konsep *diamond strategy* dapat menemukan secara rinci dan mendalam terkait strategi bisnis yang harus dijalankan muslim *difabel* Kanta Handicraft dalam pengembangannya. Sehingga, mampu meminimalisir kekurangan yang ada dalam strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh muslim *difabel* Kanta Handicraft Surabaya.

**Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Muslim *Difabel*, *Diamond Strategy*, Kanta Handicraft Surabaya.**

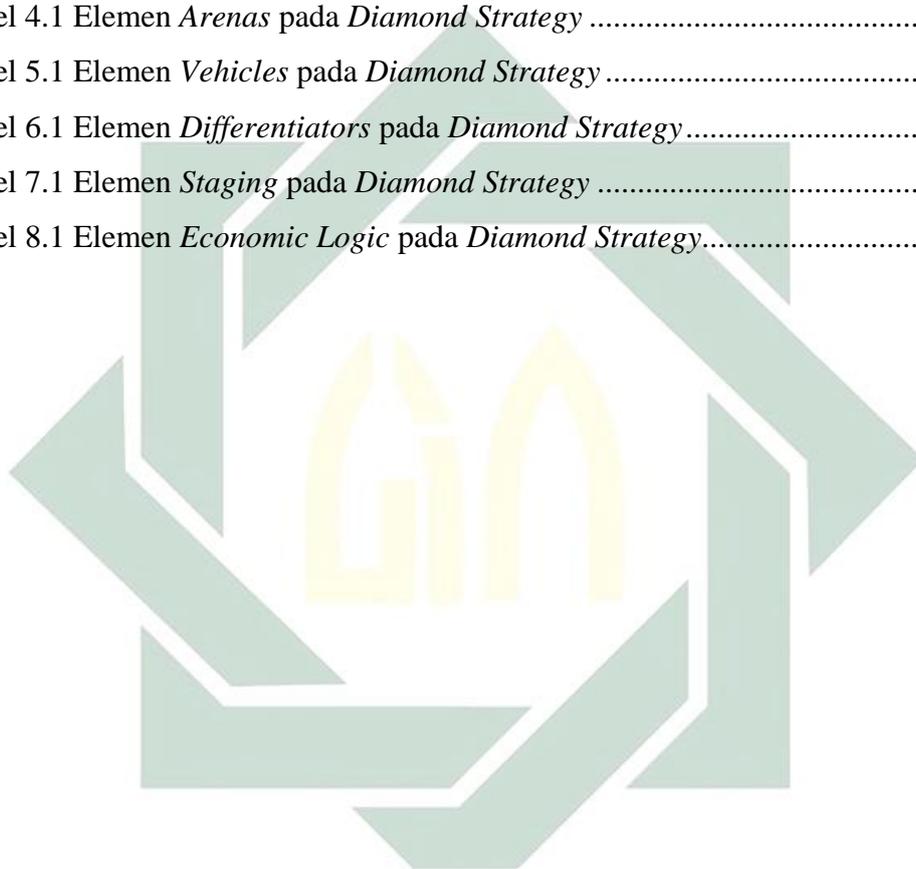


1. Jenis dan Sumber Data .....	27
2. Teknik Pengumpulan Data .....	30
3. Teknik Pengolahan Data .....	33
4. Teknik Analisis Data .....	35
I. Sistematika Pembahasan .....	38
<b>BAB II <i>DIAMOND STRATEGY</i> DAN PENGEMBANGAN USAHA .....</b>	<b>40</b>
A. Pengembangan Usaha .....	40
1. Pengertian Pengembangan Usaha .....	40
2. Pengembangan Usaha Berdasarkan Bisnis Islam.....	41
B. <i>Diamond Strategy</i> .....	53
1. <i>Arenas</i> .....	54
2. <i>Vehicles</i> .....	58
3. <i>Differentiators</i> .....	59
4. <i>Staging</i> .....	60
5. <i>Economic Logic</i> .....	61
C. Usaha Kecil dan Menengah .....	62
<b>BAB III STRATEGI DAN PENGEMBANGAN USAHA YANG DILAKUKAN OLEH KANTA HANDICRAFT SURABAYA .....</b>	<b>65</b>
A. Gambaran Umum Kanta Handicraft Surabaya .....	65
1. Sejarah dan Profil Kanta Handicraft Surabaya.....	65
2. Produk yang Dihasilkan Kanta Handicraft Surabaya.....	70
3. Visi dan Misi Kanta Handicraft Surabaya.....	72
4. Struktur Organisasi Kanta Handicraft Surabaya .....	72
5. Proses Produksi Kanta Handicraft Surabaya.....	73
B. Pengembangan Usaha yang Dilakukan Kanta Handicraft Surabaya .....	74
C. Strategi Pengembangan yang Dijalankan Kanta Handicraft Surabaya.....	85
<b>BAB IV ANALISIS <i>DIAMOND STRATEGY</i> UNTUK MENGENGEMBANGKAN USAHA MUSLIM <i>DIFABEL</i> KANTA HANDICRAFT SURABAYA .....</b>	<b>99</b>
A. Analisis Pengembangan Usaha yang Dilakukan Muslim <i>Difabel</i> Kanta Handicraft Surabaya .....	99
1. Niat Karena Allah Swt .....	103



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Informan Pemilik Usaha Melalui Wawancara .....	29
Tabel 2.1 Data Informan Pelanggan Kanta Handicraft Melalui Wawancara .....	30
Tabel 3.1 Pengembangan Usaha yang Dilakukan Oleh Kanta Handicraft Sebelum dan Sesudah.....	99
Tabel 4.1 Elemen <i>Arenas</i> pada <i>Diamond Strategy</i> .....	119
Tabel 5.1 Elemen <i>Vehicles</i> pada <i>Diamond Strategy</i> .....	127
Tabel 6.1 Elemen <i>Differentiators</i> pada <i>Diamond Strategy</i> .....	130
Tabel 7.1 Elemen <i>Staging</i> pada <i>Diamond Strategy</i> .....	134
Tabel 8.1 Elemen <i>Economic Logic</i> pada <i>Diamond Strategy</i> .....	137













kecil sangat banyak bermunculan di tengah kehidupan masyarakat, karena jumlah kerja dan modal yang digunakan relatif kecil.

Industri di Jawa Timur memang banyak sekali macamnya, khususnya di kota Surabaya. Kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta, dimana kota Surabaya memiliki berbagai jenis industri dengan ciri tertentu yang berbeda dengan kota lainnya. Sehingga, perekonomian di kota Surabaya tentu saja memiliki karakteristik tersendiri yang berbeda pula dengan kota lain. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi di kota Surabaya cukup pesat. Dalam hal ini, industri kecil di kota Surabaya dapat dikategorikan dalam beberapa hal seperti industri meubel, industri makanan dan minuman, industri kerajinan (tas, sepatu, bordir, alat-alat rumah tangga, dll), dan industri bahan bangunan.

Salah satu sektor industri kecil yang banyak berkembang di kota Surabaya adalah industri kerajinan. Industri kerajinan ini sangat banyak di kota Surabaya, sehingga tidak salah jika industri ini banyak diminati oleh pelaku usaha yang ingin mengembangkan kemampuannya dalam berinovasi. Hal ini dikarenakan, dalam proses pengerjaannya yang cukup sederhana dan produk yang dihasilkan memiliki nilai seni yang indah dan juga nilai guna yang tinggi bagi konsumen. Selain itu, industri semacam ini mampu menciptakan peluang bisnis baru bagi sebagian masyarakat kota Surabaya. Karena, dengan membuat berbagai macam kreasi dan karya seni kerajinan yang diciptakan dapat menambah penghasilan serta keuntungan.

Di kota Surabaya tepatnya di jalan Kandangan Jaya 3 No.3 Kecamatan Benowo Surabaya, terdapat salah satu industri kerajinan yang memiliki prospek bagus yaitu usaha industri Kanta Handicraft Surabaya. Usaha industri ini merupakan usaha yang bergerak di bidang pengolahan tekstil yang membuat tas, dompet, dan souvenir dari bahan kain dan sisa dari kain perca. Produk yang dihasilkan oleh penyandang *difabel* ini tidak hanya membuat produk bentuk itu saja, namun beraneka ragam bentuk sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Selain itu, produk yang dihasilkan memiliki kualitas baik dan nilai seni serta produk yang dihasilkan juga bermanfaat bagi konsumen.

Meskipun pemilik usaha industri adalah seorang penyandang *difabel*, tidak menutup kemungkinan bahwa usaha ini tidak mampu berjalan. Bahkan dengan keterbatasan fisik yang dialami oleh penyandang *difabel* yakni Muhamad Ahmadi mampu menciptakan produk-produk unik, menarik yang sama seperti buatan manusia normal pada umumnya. Sehingga, masyarakat salah besar jika menilai penyandang *difabel* tidak bisa apa-apa dan hanya bisa bergantung hidup kepada orang lain. Dengan berdirinya usaha industri milik penyandang *difabel* merupakan suatu pembuktian bahwasanya seseorang yang memiliki cacat fisik bukan berarti tidak memiliki kemampuan kognitif seperti manusia normal. Namun, dengan kecacatan fisik yang dialaminya menjadikan Muhamad Ahmadi memiliki daya pikir lebih tinggi untuk bisa mendirikan hingga tahap pengembangan.

Mengembangkan usaha bagi penyandang *difabel* bukan perkara yang mudah. Banyak hal yang harus dihadapi dalam persaingan usaha yang kian ketat. Sehingga permasalahan-permasalahan dalam suatu perusahaan mulai bermunculan, seperti dalam industri kecil Kanta Handicraft Surabaya. Kanta Handicraft memiliki berbagai permasalahan dalam pengembangan, antara lain adanya permasalahan dari segi Sumber Daya Manusia (SDM). Dimana, dalam hal ini usaha Kanta Handicraft masih rendah akan kualitas SDM yang ada. Hal ini dikarenakan, terbatasnya jumlah tenaga kerja yang dimiliki dalam menyelesaikan proses produksi. Sehingga, seringkali ketika Kanta Handicraft mendapat pesanan dalam jumlah besar, perusahaan mengalami kesulitan untuk memenuhi permintaan dalam kurun waktu tertentu. Rendahnya SDM juga berpengaruh pada pemasaran usaha Kanta Handicraft dimana pemasaran yang dilakukan masih secara *offline* dan masih belum memanfaatkan teknologi yang ada. Hal ini menunjukkan, bahwa pentingnya pengetahuan teknologi terkait teknologi informasi dapat menunjang usaha yang sedang ditekuninya untuk berkembang.

Permasalahan lain yang muncul dalam usaha industri Kanta Handicraft yaitu pemilik usaha tidak memiliki alat transportasi pribadi khusus bagi penyandang *difabel*. Hal ini akan menyulitkan pemilik usaha ketika beraktivitas di luar rumah seperti membeli bahan-bahan untuk produksi. Sehingga, mengharuskan pemilik usaha untuk menggunakan alat transportasi umum seperti ojek online atau angkot. Mahalnya tarif transportasi, memicu terjadinya pengeluaran secara terus menerus jika

tidak diperhitungkan. Hal ini mengakibatkan usaha Kanta Handicraft akan sulit berkembang jika pengeluaran yang terjadi tidak dapat diminimalisir.

Selain pengaruh SDM, teknologi informasi dan tidak dimiliki alat transportasi yang terjadi dalam perkembangan usaha Kanta Handicraft, inovasi produk juga sangat berpengaruh dalam menentukan berhasilnya usaha. Peningkatan kualitas produk dalam setiap usaha tidak lepas dari pengembangan inovasi produk yang dihasilkan, dimana usaha yang memiliki keunggulan dipasar akan dapat memenangkan sebuah persaingan. Usaha yang dapat melakukan inovasi produk sesuai dengan keinginan konsumen merupakan usaha yang dapat melangkah lebih maju dibanding pesaingnya. Seperti usaha Kanta Handicraft yang dibangun oleh Muhamad Ahmadi ini memiliki pesaing salah satunya pesaing tas berbahan resleting. Pesaing Kanta Handicraft ini sama-sama menghasilkan produk dengan desain dan inovasi produk yang baik. Selain itu jarak lokasi yang berdekatan, menuntut Kanta Handicraft untuk selalu menginovasikan produk yang dijualnya.

Melihat permasalahan yang ada pada industri Kanta Handicraft di atas, hendaknya memiliki strategi yang jelas dalam mengatasi permasalahan tersebut. Hal ini dikarenakan, bahwa perkembangan industri Kanta Handicraft Surabaya memiliki potensi besar untuk melakukan pengembangan usaha kedepannya. Dan dalam menjalankan pengembangan usaha, pemilik industri Kanta Handicraft juga hendak mengikuti peraturan Islam agar terhindar dari sistem penjualan kapitalis





Terkait dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam membentuk suatu usaha atau bisnis yang baru atau dalam mengembangkan usaha bagi kaum *difabel* yang memiliki keterbatasan fisik, penting sekali dalam melakukan perencanaan bisnis yang tepat agar dapat mencapai suatu tujuan. Salah satu strategi yang banyak diterapkan oleh perusahaan atau industri kecil yang baru di rintis adalah *Diamond Strategy*, karena strategi ini memiliki elemen-elemen yang sangat penting dalam proses perumusan sebuah strategi. Strategi ini sangat cocok bila diterapkan oleh seseorang yang baru merintis usahanya atau sedang dalam proses pengembangan usaha, seperti pada usaha yang sedang dikembangkan oleh *difabel* Muhamad Ahmadi ini. Elemen dari *Diamond Strategy* ini ada *arenas, vehicles, differentiators, staging, dan economic logic*. Dilihat dari kelima elemen *Diamond Strategy* tersebut, akan diteliti apakah dapat diterapkan dalam industri Kanta Handicraft yang sedang berkembang ini.

Berkaitan dengan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Analisis *Diamond Strategy* Untuk Mengembangkan Usaha Muslim *Difabel* Kanta Handicraft Surabaya”**.

## **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang muncul di dalamnya sebagai berikut:











pengembangan industry kecil keripik yang dihasilkan adalah dengan memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal dan peningkatan teknologi tepat.<sup>12</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuniarso Tri D S memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu membahas strategi pengembangan dalam usaha. Akan tetapi, dalam penelitian yang dilakukan oleh Wahyuniarso lebih memfokuskan strategi yang digunakan dengan menggunakan analisis SWOT dalam mengembangkan usahanya. Sedangkan dalam penelitian ini, lebih memfokuskan strategi yang dilakukan muslim *difabel* dalam pengembangannya dengan menggunakan konsep *diamond strategy*.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Hafni Zahara ini bertujuan untuk mengetahui upaya pengembangan usaha ekonomi kreatif kerajinan bordir Aceh dalam bidang produksi, pemasaran, dan kemampuan beradaptasi dengan pasar yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan bordir di Kabupaten Aceh Utara. Dari tujuan tersebut didapatkan hasil berupa pengembangan produk yang dilakukan oleh pengusaha ekonomi kreatif kerajinan bordir Aceh selalu melakukan inovasi produk. Selanjutnya dalam bidang promosi dan pemasaran, pengusaha melakukan dengan kegiatan pemasaran secara online. Sehingga, pengusaha mampu beradaptasi dengan pasar karena, pengusaha mampu menciptakan produk sesuai dengan keinginan konsumen.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Wahyuniarso Tri D S, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang", (Skripsi--Universitas Negeri Semarang, 2013), 75.

<sup>13</sup> Hafni Zahara, "Upaya Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Kerajinan Bordir Aceh di Kabupaten Aceh Utara", *Jurnal Agrifo*, Vol. 1 No. 1 (April 2016), 29.

Penelitian yang dilakukan oleh Hafni Zahara memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu membahas pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan dalam bidang bordir. Akan tetapi, dalam penelitian yang dilakukan oleh Hafni Zahara lebih memfokuskan upaya pengembangan usaha hanya dalam bidang produksi, pemasaran, dan kemampuan beradaptasi dengan pasar. Sedangkan dalam penelitian ini, lebih memfokuskan pengembangan usaha yang dilakukan oleh muslim *difabel* dan strategi yang digunakan berdasarkan konsep *diamond strategy*.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Joesyiana ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar pada usaha tas rajut industri pengembangan kreativitas tali kur dan strategi pengembangan industri rumah tangga khususnya tas rajut di Kota Pekanbaru. Dari tujuan tersebut didapatkan hasil bahwa struktur pasar pada usaha tas rajut industri pengolahan kreativitas tali kur di kota Pekanbaru adalah pasar oligopoli sedang. Sedangkan strategi pengembangan yang diterapkan dalam usaha tas rajut industri pengolahan kreativitas tali kur di kota Pekanbaru berada pada kuadran 1 yaitu strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (Strength-Opportunities) yang meningkatkan keahlian SDM, aktivitas ekonomi dan difersifikasi produk.<sup>14</sup> Penelitian yang dilakukan Kiki Joesyiana memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu membahas strategi

---

<sup>14</sup> Kiki Joesyiana, "Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha *Tas Rajut* Industri Pengolahan Kreativitas Tali Kur)", *Jurnal Valuta*, Vol.3 No.1 (April 2017), 171.

pengembangan pada usaha kerajinan. Akan tetapi, dalam penelitian yang dilakukan Kiki Joesyiana lebih memfokuskan strategi pengembangannya menggunakan analisis SWOT. Sedangkan dalam penelitian ini, strategi yang dilakukan oleh muslim *difabel* dalam pengembangan usaha dengan konsep *diamond strategy*.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Imsar ini bertujuan untuk menganalisis strategi-strategi yang berpengaruh dalam pengembangan usaha Ukok Durian. Dari tujuan tersebut didapatkan hasil bahwa Ukok Durian dalam menetapkan strategi produk mulai dari penyempurnaan kualitas, ciri khas, dan model dari produk. Sedangkan pada strategi harga, Ukok Durian menetapkan harga mulai dari memposisikan produk melalui harga dan kualitas serta potongan harga khusus bagi konsumen. Lalu pada strategi tempat, Ukok Durian menetapkan tempat mulai dari pemilihan lokasi yang strategis, nyaman, dan memenuhi kelengkapan tempat usahanya. Dan untuk strategi promosi, Ukok Durian menetapkan strateginya mulai dari pemasangan baliho, branding, slogan, dan promosi online. Dilihat dari beberapa strategi yang telah dilakukan, usaha Ukok Durian juga memiliki kelemahan yaitu pada bidang promosi yang tidak diterapkan secara khusus dan tidak memanfaatkan teknologi. Namun disamping kelemahan yang ada pada usaha Ukok Durian, terdapat kekuatan yaitu dengan mengembangkan usaha melalui kualitas produk, peningkatan pelayanan, dan



usaha yang menggunakan konsep *diamond strategy*. Akan tetapi, dalam penelitian yang dilakukan oleh Hario Sulistianto lebih fokus pada bagaimana manajemen memeriksa komponen kerangka *diamond strategy* dan implementasi pada usaha bimbel Primagama. Sedangkan dalam penelitian ini, hanya membahas pada analisis *diamond strategy* pada pengembangan usaha yang dilakukan oleh Kanta Handicraft.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Bahri yang bertujuan untuk mengetahui konsep berwirausaha Nabi Muhammad Saw, konsep berwirausaha dengan metode vertikal (*hablumminallah*) dan dimensi horizontal (*hablumminannas*), transaksi-transaksi ekonomi syariah yang halal dalam Islam, serta faktor-faktor penyebab terlarangnya sebuah transaksi dalam Islam. Dari tujuan tersebut didapatkan hasil bahwa kewirausahaan dalam Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah mu'amalah. Diketahui bahwa konsep berwirausaha Nabi Muhammad Saw dilakukan dengan cara *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, *fathanah*. Konsep berwirausaha dimensi vertikal dengan berpegang teguh pada Allah Swt yaitu berkaitan dengan berwirausaha semata-mata karena Allah Swt, berwirausaha adalah ibadah, takwa, tawakal, dzikir dan syukur. Dimensi horizontal berkaitan dengan sesama yaitu hubungan baik dengan karyawan, hubungan harmonis dengan pelanggan, membangun jaringan dengan lingkungan bisnis dan masyarakat. Sedangkan dalam bertransaksi ekonomi syariah yang dihalalkan yaitu *Ba'i Al Murabahah*, *Syarikat*,

Wadi'ah. Penyebab terlarangnya transaksi dalam Islam yaitu *haram li-zatihi, haram li gairihi* (gharar, ikhtiar, bai'an najsy, riba, maysir dan risywah).<sup>17</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Bahri memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai cara mengembangkan dilihat dalam ekonomi Islam. Akan tetapi, dalam penelitian yang dilakukan oleh Bahri lebih membahas konsep berwirausaha secara luas dan detail terkait konsep berwirausaha dengan metode dimensi vertikal (*hablumminallah*) dan dimensi horizontal (*hablumminannas*). Sedangkan dalam penelitian ini hanya membahas bagaimana menjadi wirausaha muslim dalam mengembangkan usaha sesuai dengan syariat Islam.

Dari beberapa penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, dimana mengenai tema yang diteliti sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan dalam suatu perusahaan/usaha yang dilakukan oleh wirausaha muslim. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek dan informan yang diteliti. Penelitian yang akan peneliti lakukan lebih memfokuskan pada pengembangan usaha yang muslim *difabel* lakukan dan strategi yang dimiliki dengan menggunakan metode *diamond strategy*. Adapun juga tempat pada objek penelitian juga berbeda dengan sepuluh penelitian di atas.

---

<sup>17</sup> Bahri, "Kewirausahaan Islam: Penerapan Konsep Berwirausaha dan Bertransaksi Syariah dengan Metode Dimensi Vertikal (*Hablumminallah*) dan Dimensi Horizontal (*Hablumminannas*)", *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 1 No. 2 (November 2018), 85.







dari strategi. *Diamond Strategy* ini digunakan untuk menganalisa, menginterasikan, meringkas dan mengkomunikasikan produk, bisnis dan strategi korporasi dengan tujuan untuk mengumpulkan dan mempertimbangkan semua bagian dari strategi secara keseluruhan dengan menjawab serangkaian pertanyaan yang terkait mencakup *arenas* yang mengacu pada tempat bisnis yang akan dijalankan, *vehicles* yang mengacu pada cara yang digunakan dalam menghadapi persaingan sehingga dapat mencapai suatu tujuan, *differentiators* yang mengacu pada bagaimana usaha dapat memenangkan pasar, *staging* mengacu pada bagaimana usaha dapat menerapkan strateginya dengan cepat, dan *economic logic* yang mengacu pada bagaimana usaha dapat menghasilkan keuntungan.

### 3. Usaha Kecil dan Menengah

Usaha Kecil dan Menengah merupakan usaha yang masih dalam skala kecil hingga menengah yang memiliki kekayaan bersih paling besar Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta usaha yang berdiri sendiri. Menurut keputusan RI No. 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Kecil adalah “Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik



























yang nantinya akan menjelaskan mengenai teori tentang *Diamond Strategy*, pengembangan usaha, pengembangan usaha dalam bisnis Islam, dan UKM.

Bab III Data Penelitian, bab ini berjudul strategi dan pengembangan usaha yang dilakukan Kanta Handicraft. Pada bab ini, berisi gambaran umum tentang usaha *difabel* yaitu Kanta Handicraft yang meliputi profil dari usaha muslim *difabel*, sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi, produk yang dihasilkan, proses produksi usaha Kanta Handicraft, dan permasalahan yang diangkat terkait analisis *Diamond Strategy* dan pengembangan usaha yang dilakukan oleh Kanta Handicraft.

Bab IV Analisis Data, bab ini berjudul Analisis *Diamond Strategy* untuk Mengembangkan Usaha Muslim *Difabel* Kanta Handicraft Surabaya. Pada bab ini, memuat analisis data dari hasil penelitian antara lain, Pengembangan Usaha yang Dilakukan Oleh Kanta Handicraft, Pengembangan Usaha dalam Bisnis Islam yang Dilakukan Oleh Kanta Handicraft dan Analisis *Diamond Strategy* untuk Mengembangkan Usaha Muslim *Difabel* Kanta Handicraft Surabaya.

Bab V Penutup, pada bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian yang berisi tentang kesimpulan yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian dan saran bagi pemilik usaha muslim *difabel* untuk pengembangan usahanya dengan melihat hasil analisis di atas dan bagi penulis selanjutnya yang akan membahas tentang *diamond strategy*.



Menurut Steinfeld, pengembangan usaha adalah aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha merupakan suatu cara atau proses yang menjadi tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha untuk memperbaiki kegiatan usaha yang berjalan saat ini untuk masa yang akan datang dengan membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa produk yang dijual agar dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan perusahaan.

## 2. Pengembangan Usaha Berdasarkan Bisnis Islam

Islam merupakan agama yang *kaffah*, yang mana mengatur segala perilaku kehidupan manusia. Tidak hanya mengaitkan tentang urusan agama saja, namun urusan sosial dan ekonomi juga terdapat dalam aturan Islam. Salah satu hal yang berkaitan dengan ekonomi umat Islam ini adalah mengharuskan umat Islam agar bekerja dan berbisnis dengan jalan yang benar dan menjauhi segala hal yang dilarang oleh Allah Swt.

Pada zaman Rasulullah Saw telah mengajarkan kepada umat Islam untuk berdagang atau berwirausaha. Banyak diantara para sahabat Nabi yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan

















































Dinas Sosial Jember yang dilaksanakan di luar kota yakni Kota Bangil, Pasuruan. Selama satu tahun beliau ditempa, Muhamad Ahmadi semakin lincah dalam menjahit meski tanpa dimilikinya jari yang sempurna. Sehingga, Muhamad Ahmadi memiliki semangat tinggi dan akhirnya ditempatkan magang di Tiara Handicraft Surabaya pada tahun 2004 silam. UKM Tiara Handicraft merupakan UKM yang memberdayakan kelompok *difabel* dan wanita putus sekolah yang sulit mendapat pekerjaan. Di UKM itu pula Muhamad Ahmadi menemukan sosok wanita hidup yang mau menemaninya di setiap harinya yaitu Supiah istri dari Muhamad Ahmadi saat ini.

Setelah mengabdikan dirinya ke Tiara Handicraft Surabaya, pada tahun 2010 Muhamad Ahmadi dan Supiah memutuskan keluar dari UKM tersebut. Dan memutuskan pada tahun 2013 membuka usaha di Kota Jember yakni kota kelahiran Muhamad Ahmadi. Karena, dengan membuka usaha di Jember beliau akan dekat dengan kedua orang tuanya. Namun usaha yang dibangun tersebut tidak berlangsung lama, hanya berjalan 5 bulan saja, karena menurutnya di desa semua orangnya rata-rata jadi petani. Jadi perputaran uang untuk berkembangnya usaha nantinya akan sulit. Sehingga, Muhamad Ahmadi dan Supiah ini memutuskan kembali untuk memulai usaha di Kota Surabaya.

Pada saat kembali ke Kota Surabaya, Muhamad Ahmadi dan Supiah mendapat tawaran dari Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

Wahana Visi di Banyu Urip Surabaya, untuk mengajari ibu dari keluarga tidak mampu untuk menjahit. Namun, hal itu hanya berlangsung selama dua tahun. Sejak itulah usaha yang dimulai di Jember pada tahun 2013 yang sempat tidak bisa berkembang bangkit lagi di Surabaya yaitu Kanta Handicraft. Dalam merintis usahanya, Muhamad Ahmadi dan Supiah memutuskan tempat usahanya yaitu di tempat kos milik saudara Supiah. Dengan tempat yang sempit, Muhamad Ahmadi dan Supiah memulainya dari nol dan tentu melalui perjuangan yang besar untuk bisa sampai sekarang ini. Dengan modal niat, *action*, dan ilmu yang dimilikinya, tidak menutup kemungkinan untuk Muhamad Ahmadi dalam memulai usahanya. Asal mula dari nama Kanta itu sendiri berasal dari Supiah yang iseng membuka internet menemukan nama Kanta yang memiliki arti cantik, hasrat dan keinginan. Oleh karena itu, usaha rumahan yang dirintisnya diberi nama Kanta Handicraft hingga saat ini.<sup>89</sup>

Dalam memulai usahanya, Muhamad Ahmadi hanya bermodalkan hasil dari gaji yang diterima saat Muhamad Ahmadi mengajar menjahit di Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) sebesar 2,5 juta rupiah dan pinjaman dari Pelindo. Karena saat ini beliau merupakan binaan dari Pelindo. Oleh sebab itu, beliau meminjam sedikit untuk modal usahanya. Pelindo disini merupakan Perusahaan PT Pelabuhan Indonesia yang memiliki program untuk memberikan pelayanan

---

<sup>89</sup> Salman Muhiddin, "Orang Normal Kini Minta Dicarikan Pekerjaan", dalam <https://www.google.com/amp/s/radardepok.com/2017/02/orang-normal-kini-minta-dicarikan-pekerjaan/amp/>, diakses pada 12 Mei 2020.

terutama bagi penyandang *difabel*, orang tua, ibu yang sedang mengandung yang membutuhkan modal usaha. Selain itu, dalam binaan Pelindo Muhamad Ahmadi juga mendapatkan banyak relasi yang dapat meningkatkan eksistensi usahanya. Saat ini, hasil produksi yang dihasilkan oleh Kanta Handicraft yaitu berupa tas, dompet dan souvenir dari bahan kain dan pemanfaatan kain perca.

Kini produk yang telah dibuat oleh Muhamad Ahmadi dan Supiah ini sudah menyebar di sejumlah sentra Usaha Kecil Menengah (UKM) termasuk di Balai Kota Surabaya, BAPPEMAS, BK3S, hingga sentra UKM Bungurasih. Dengan hasil omzet dalam satu sentra bisa mencapai 1 juta lebih dalam setiap bulannya. Jika dirata-rata omzet Muhamad Ahmadi ini mencapai Rp. 15.000.000 dengan laba bersih yang didapat Rp 5.000.000 setiap bulannya. Hasil omzet ini bisa lebih tinggi dari hari-hari biasanya ketika Kanta Handicraft mendapat pesanan dengan jumlah besar dari konsumen.

Dengan demikian, seiring berjalannya waktu, Kanta Handicraft sudah dipercaya untuk melayani pelanggan dalam jasa menjahit, membuat produk berupa souvenir untuk acara nikah hingga membuat peralatan rumah tangga dari bahan kain untuk wilayah Surabaya dan sekitarnya. Sehingga, melihat prospek bisnis yang semakin baik untuk kemajuan usahanya, dengan pangsa pasar hingga daerah ibukota, memberikan Kanta Handicraft untuk selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik, produk yang kreatif, dan terciptanya



- e. Pameran Inacraft yang disponsori oleh Inacraft pada tahun 2018 yang diselenggarakan di Jakarta Convention Center.

Dari hasil Kanta Handicraft yang mengikuti pameran-pameran tersebut, usaha Kanta Handicraft Surabaya mendapatkan pangsa pasar diberbagai daerah. Khususnya untuk wilayah ibukota yakni Jakarta yang selalu memesan produk kerajinan hasil Kanta Handicraft. Tak kalah juga untuk Kota Surabaya tepatnya di pasar turi, PGS hingga sentra-sentra UKM, Kanta Handicraft juga selalu mendapat pesanan di setiap minggunya. Tidak salah bahwa posisi Kanta Handicraft sebagai industri rumah tangga milik *difabel* ini memiliki target market yang disukai oleh semua kalangan, karena mampu mengikuti selera masa kini.

## 2. Produk yang Dihasilkan Kanta Handicraft Surabaya

Kanta Handicraft merupakan sebuah usaha industri rumah tangga yang bergerak dalam kegiatan usaha produksi *handicraft* yang meliputi karya aksesoris atau perlengkapan rumah tangga. Dengan mengolah bahan-bahan dari tekstil dan memanfaatkan kain perca, Kanta Handicraft dapat menghasilkan bermacam-macam produk *handicraft* atau karya-karya baru yang di desain secara unik, menarik dan variatif. Sehingga dapat memberikan kesan khas untuk para konsumen yang membeli produk *handicraft* dari usaha Kanta dan juga dapat mendatangkan konsumen khususnya di Kota Surabaya sendiri hingga luar kota.





























































adanya pengembangan usaha, menghasilkan usaha Kanta Handicraft saat ini mampu menjadi usaha yang dapat bersaing dengan produk-produk lain.

Dengan melakukan inovasi produk, pengembangan usaha Kanta Handicraft saat ini menghasilkan berbagai macam model-model terbaru yang tentunya dapat menarik para konsumennya. Hal ini dengan tujuan agar para konsumen tidak merasa bosan dengan produk-produk yang dihasilkan oleh Muhamad Ahmadi dan Supiah. Karena, Kanta Handicraft sendiri merupakan usaha industri rumah tangga yang bergerak dibidang pengolahan tekstil. Sehingga, Kanta Handicraft harus menghasilkan produk-produk baru dengan berbagai macam model yang dihasilkannya. Selain itu, Kanta Handicraft dalam melakukan pengembangan juga menetapkan harga dengan memberikan harga relatif murah agar mampu bersaing dengan produk lain. Dengan memberikan harga berbeda dengan produk pesaing bukan berarti kualitas dan bahan yang digunakan buruk. Namun, Kanta Handicraft justru memakai bahan yang baik dengan kualitas nomor satu dalam pengembangannya.

Pengembangan usaha yang dilakukan Kanta Handicraft selain hal di atas juga memberikan pelayanan yang baik seperti sikap dan hal yang disampaikan oleh pengelola Kanta Handicraft kepada konsumen untuk selalu ramah, bertutur kata yang baik dan sopan serta menghargai pembeli dengan tujuan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan dalam usaha Kanta Handicraft.

Dari pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh Kanta Handicraft dalam mengembangkan usaha, tentunya pelaku usaha harus mengetahui hal-hal dalam pengembangan yang akan dilakukan agar tidak melakukan suatu hal yang menyimpang yang dapat membuat usaha tidak berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Merujuk pada Bab II yang telah dibahas mengenai pengembangan usaha berdasarkan bisnis Islam, telah dibahas hal-hal yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dengan melihat cara dalam mengembangkan usaha menurut aturan Islam. Hal tersebut dilihat dari pengembangan dalam Islam. Karena, Islam telah memberikan pengantar kepada umat muslim untuk menjalankan aktivitas ekonomi terutama dalam kegiatan berdagang, yaitu dengan cara menjalankan segala jenis pekerjaan sesuai dengan aturan agama Islam atau dengan kata lain harus berlandas dengan nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Allah Swt dan juga Rasulullah Saw.

Pada kegiatan pengembangan usaha Kanta Handicraft, terdapat beberapa nilai dalam pengembangan usaha berdasarkan bisnis Islam. Hal ini, tentu dapat mendukung keberlangsungan Kanta Handicraft dalam upaya meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha agar dapat mewujudkan penyandang *difabel* yang mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Keterkaitan antara pengembangan usaha dalam bisnis Islam dengan kegiatan pengembangan usaha yang dilakukan oleh Kanta Handicraft memberikan pengetahuan terhadap pelaku usaha seperti penyandang *difabel* untuk menjalankan usaha dengan berpedoman pada nilai-nilai







Hal ini juga dibuktikan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pelanggan Kanta Handicraft yang menyatakan bahwa selama membeli produk hasil Kanta Handicraft tidak pernah komplain terkait mutu kualitas yang dihasilkan Kanta Handicraft dan pelanggan juga mengungkapkan bahwa kejujuran yang dimiliki oleh pemilik usaha yakni Muhamad Ahmadi dan Supiah ini memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan Kanta Handicraft.

Untuk menjaga kepuasan pelanggan dalam pengembangan usahanya, sikap ini harus selalu ada dalam jiwa pemilik usaha Kanta Handicraft agar konsumen dari Kanta Handicraft selalu memberikan kepercayaan terhadap usaha Kanta.

Berdasarkan aspek kejujuran yang telah dilakukan oleh Kanta Handicraft, peneliti menyimpulkan bahwa, kejujuran yang dilakukan dalam pengembangan usaha Kanta Handicraft telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

b. Tanggung Jawab (Amanah)

Amanah merupakan sifat wajib yang dimiliki oleh Rasulullah Saw yang memiliki arti dapat dipercaya dan memiliki sifat tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban bagi orang yang mendapat amanah tersebut. Apalagi sebagai pelaku bisnis, tentunya harus memiliki sikap amanah yang dapat dipercaya dan tanggung jawab dalam aktivitas ekonomi yang





menggali kebenaran dari pernyataan pemilik usaha, dimana konsumen mengungkapkan bahwa Kanta Handicraft sudah membuat produk sesuai dengan selera masa kini/mengikuti *trend* yang ada. Sehingga, pelanggan tidak enggan untuk membeli produk hasil penyandang *difabel* ini.

Selain itu, dengan kecerdasan yang dimiliki, Kanta Handicraft juga melakukan patokan harga yang berbeda dengan produk lain agar usahanya dapat berkembang dengan baik. Sehingga, dengan melakukan inovasi dalam produk dan patokan harga, Kanta Handicraft akan mampu menghadapi persaingan dalam dunia bisnis.

Inovasi produk dan pelabelan harga yang dilakukan oleh Kanta Handicraft dapat meningkatkan eksistensi usaha kedepannya. Selain itu, dalam menginovasi produk yang dilakukan Kanta Handicraft, produk yang dihasilkan juga bukan tergolong produk yang dilarang oleh aturan Islam. Karena, produk yang dihasilkan dari inovasi tersebut merupakan produk yang memiliki manfaat, sehingga produk tersebut tidak termasuk dalam produk yang diharamkan dalam aturan Islam. Dan patokan harga yang dilakukan bukan untuk tujuan mematikan produk pesaing, namun untuk tahap pengembangan usaha yang dilakukan, sehingga dalam hal ini tidak ada penyimpangan dari aturan Islam yang telah ditetapkan.







perjudian. Sehingga dalam aturan Islam, pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas ekonominya harus mengetahui hal-hal yang diharamkan hukumnya ketika dilakukan.

Larangan transaksi yang sifat barangnya tidak mengandung kejelasan sangat berpotensi untuk membahayakan salah satu pihak yang bertransaksi. Dalam hal ini, Kanta Handicraft dalam melakukan pengembangan usaha tidak pernah sekali pun menjual produk yang cacat atau menjual produk yang mengandung ketidakjelasan pada mutu kualitasnya ketika dijual. Produk cacat ketika dijual, akan sangat merugikan pihak yang membeli ketika penjual tidak menjelaskan produk yang dijualnya mengandung ketidakjelasan pada mutu kualitasnya.

Namun, tidak untuk pemilik usaha Kanta Handicraft yang semena-mena menjual produk cacat. Karena, menurutnya produk cacat itu tadi adalah produk gagal yang harus diperbaiki lagi sehingga menjadi produk yang baik kualitasnya dan bisa diperjualkan bukan malah menjual produk cacat yang dapat merugikan konsumennya ketika membeli produknya.

Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada konsumen atau pelanggannya, yang menyatakan bahwa produk yang dijual oleh Kanta selalu produk yang baik dan bagus. Sehingga, Kanta Handicraft tidak pernah menjual produk cacat.

Karena, pelanggan dari Kanta tidak mau rugi dalam membeli suatu produk.

Jadi, peneliti menyimpulkan bahwa usaha Kanta Handicraft dalam melakukan pengembangan usaha tanpa adanya unsur ketidakjelasan pada produk yang dijualnya. Karena, produk yang dihasilkan merupakan produk yang baik mutu kualitasnya. Sehingga, para pelanggan dari Kanta Handicraft tidak dirugikan dalam membeli produk *handicraft* yang dihasilkannya.

c. *Riba* (Tambahan)

*Riba* memiliki arti penambahan yang diisyaratkan oleh orang yang meminjam. Oleh sebab itu, Islam melarang umat muslim untuk melakukan transaksi dalam hal apapun yang mengandung riba. Karena dalam Alquran, telah ditegaskan bahwa riba hukumnya haram ketika dilakukan. Maka, sebagai umat muslim tentunya dalam melakukan suatu aktivitas ekonomi harus berlandaskan pada nilai-nilai Islam.

Berdasarkan hasil penelitian, Kanta Handicraft dalam melakukan pengembangannya tidak melakukan penambahan kepada konsumen meskipun konsumen memiliki kekurangan dalam pembayaran atau tidak sama sekali membayarnya. Karena pemilik usaha tahu, ketika memberikan penambahan kepada konsumen yang memiliki kekurangan dalam













perusahaan dibidang pemasaran dapat digunakan secara efektif dan efisien.

Pemasaran yang dilakukan oleh Kanta Handicraft yang berkaitan dengan segmentasi pasar usaha yang ditentukan memiliki tujuan agar pemilik usaha dalam memasarkan usahanya lebih terarah dan tepat sasaran. Segmentasi pasar dalam pengembangan usaha merupakan faktor terpenting dalam pemasaran produk Kanta Handicraft kedepannya.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti berhasil mendapatkan data tentang segmentasi pasar yang telah ditentukan pada pengembangan. Hasil dari ulasan tersebut adalah Kanta Handicraft dalam mengembangkan usahanya memilih segmentasi pasar di pasar-pasar grosir dan pameran. Namun, pemilik usaha lebih mengutamakan segmentasi pasar di pasar grosiran. Karena menurutnya segmentasi pasar untuk produk souvenir di pasar-pasar grosir perputaran uangnya cepat sedangkan segmentasi untuk produk tas dan dompet di pameran perputaran uangnya melambat. Untuk segmen pembeli produk dari Kanta, tidak hanya kalangan menengah kebawah atau menengah ke atas tetapi Muhamad Ahmadi dan Supiah memilih untuk semua kalangan yang suka ataupun butuh produk *handicraft*-nya tanpa membedakan.



dan dompet. Namun Kanta Handicraft juga memiliki produk utamanya yaitu souvenir dengan 3 bentuk mulai dari *washlap*, tas blacu, dan *clmek*. Yang sesuai dengan segmen pasarnya di pasar grosiran. Karena, produk souvenir adalah produk yang sering dipesan oleh pelanggan untuk acara nikah, oleh sebab itu produk souvenir diutamakan oleh pemilik usaha sebab banyaknya pemesanan souvenir dalam jumlah besar. Sedangkan untuk produk tas sama dompet hanya produk sekunder yang dipesan pada saat orang-orang yang ingin membeli produk tas dan dompet dari Kanta Handicraft.

Dengan telah ditentukannya segmentasi pasar sekaligus sasaran yang tepat untuk pemasaran produk pada usaha Kanta Handicraft, maka usaha Kanta Handicraft juga mampu menentukan kategori produk apa yang akan dijual kepada calon konsumen atau pelanggannya. Dengan penentuan kategori produk yang akan dipasarkan sesuai dengan segmen pasar yang dipilih, dapat membantu usaha Kanta Handicraft dalam menjalankan usaha nantinya terutama dalam mengatur biaya operasional.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penentuan kategori produk yang telah ditentukan oleh Kanta Handicraft sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan segmentasi pasar yang dituju.





calon konsumen mengetahui produk yang dijualnya. Dalam hal ini, teknologi yang digunakan oleh usaha Kanta Handicraft dalam pemasaran hanya melalui *facebook* dan *whatsapp* saja. Karena menurut Muhamad Ahmadi dan Supiah sebagai pemilik usaha menjelaskan bahwa mereka tidak memahami teknologi informasi yang ada di era modern ini. Oleh sebab itu, pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya hanya memakai *facebook* dan *whatsapp* dan juga saat ini pemilik usaha baru belajar untuk pemasaran online di *instagram*.

Tidak dimilikinya wawasan terkait teknologi informasi menjadikan suatu kendala dalam pengembangan usahanya. Selain itu, pemilik usaha juga tidak dapat memanfaatkan teknologi untuk kemajuan usahanya. Hal ini, sudah disadari oleh pemilik usaha Kanta Handicraft. Sehingga, untuk pengembangan kedepannya pemilik usaha ingin mencari mentor untuk membantu belajar teknologi dan memahami canggihnya teknologi informasi yang ada agar dapat diterapkan untuk pengembangan usaha kedepannya.

Berdasarkan dari penggunaan teknologi, peneliti menyimpulkan bahwa kurangnya wawasan pengetahuan teknologi Kanta Handicraft memberikan kesulitan bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya. Sehingga, membuat pemilik usaha





atau menginovasi produk yang ada dan membuat model-model terbaru dengan harapan, semua yang diinginkan dapat terwujud.

Dengan cara selalu memperbaiki atau menciptakan produk yang inovatif, usaha Kanta Handicraft dapat mencapai target yang diinginkan yaitu memiliki tempat usaha untuk produksi sendiri tanpa harus membayar sewa kos yang ditematinya setelah beberapa tahun. Selain itu, Kanta Handicraft juga memiliki cara dengan melakukan kerjasama dengan Dinas Perdagangan dan Dinas Koperasi untuk memperluas usahanya. Maka, penting sekali bagi pemilik usaha untuk selalu melakukan upgrade skill agar produk yang diciptakan dapat bersaing di tengah ramainya persaingan.

Dalam menciptakan produk yang inovatif, juga dibutuhkan sekali tenaga kerja yang berkompeten dengan kreativitas yang tinggi. Oleh karena itu, pemilik usaha Kanta Handicraft harus memiliki karyawan yang memiliki keahlian khusus untuk membantu pengembangan usaha Kanta Handicraft kedepannya. Selain itu juga, pemilik usaha Kanta Handicraft juga harus memiliki tempat produksi sendiri agar memudahkan tenaga kerja untuk bekerja memproduksi produk-produk tanpa diikuti rasa khawatir lagi karena tempat yang digunakan pemilik usaha saat ini masih tempat kos yang sempit.

Dengan demikian, setiap usaha haruslah memiliki cara dalam pengembangan usaha dengan pasti agar target yang dituju dapat tercapai. Bukan berarti harus dengan cara membuka cabang usaha













Untuk memperluas usahanya, hal yang dilakukan oleh Kanta Handicraft saat ini dengan cara *word of mouth* untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan bahwa produk yang dijual merupakan produk hasilnya. Selain itu, dengan melakukan strategi *word of mouth* dapat menciptakan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan jumlah pelanggannya. Oleh sebab itu, Kanta Handicraft memilih cara *word of mouth* dalam melakukan perluasannya. Hal lain dalam melakukan perluasan, Kanta Handicraft juga memberikan kartu nama usaha kepada pembeli. Hal ini memberikan tujuan untuk jangka kedepannya ketika pembeli ingin memesan produk *handicraft* dengan mudah konsumen menghubunginya.

Dengan 2 cara yang dilakukan Kanta Handicraft, terdapat juga tahapan untuk perluasan produknya yakni Kanta Handicraft dengan terlebih dahulu menetapkan *vehicles*-nya yaitu berupa menginovasi tiap produk yang ada dan membuat model-model terbaru. Lalu setelah menginovasi produk untuk menarik konsumen, secara tidak langsung akan timbul *differentiators* dimana, produk yang dihasilkan akan memiliki kekhasan tersendiri dari Kanta Handicraft. Setelah itu Kanta Handicraft memperluas usahanya dengan menentukan lokasi atau *arenas* yang ditujunya.

Berdasarkan strategi yang dilakukan oleh Kanta Handicraft, peneliti menyimpulkan bahwa strategi *staging* yang dilakukan melalui penentuan *vehicles* terlebih dahulu lalu *differentiators* dan diikuti





Produksi (HPP) yang dikeluarkan dalam setiap produk yang dibuat. Dengan mengambil keuntungan untuk satu produk yang dijual yaitu 35% dari harga jual untuk produk tas dan dompet, serta 25% dari harga jual untuk produk souvenir, menghasilkan keuntungan sebesar Rp 5.000.000 setiap bulannya untuk pendapatan bersih. Sehingga, pendapatan yang didapat Kanta Handicraft sudah mencapai keuntungan maksimal. Namun, setelah adanya pandemi covid-19 keuntungan yang didapat Kanta Handicraft semakin menurun hingga tidak menentu karena tidak adanya pembeli yang membeli atau bahkan memesan produknya.

Disamping itu, Kanta Handicraft juga menetapkan keunggulan produk dan kualitas sebagai tujuan dalam penetapan harga. Hal ini merupakan contoh industri rumah tangga yang menargetkan perusahaannya sebagai perusahaan yang unggul dalam kualitas produknya. Sehingga, Kanta Handicraft dalam menetapkan harga memiliki 2 harga untuk setiap segmentasi pasar yang dipilihnya. Dengan demikian, pengambilan keuntungan yang sedikit dengan volume penjualan yang besar dalam pengembangan usahanya, keuntungan yang dihasilkan menjadi dua kali lebih besar. Dengan begitu, usaha Kanta Handicraft dapat tumbuh dengan pesat sekaligus operasional juga dapat berjalan lancar.

Berdasarkan pengambilan keputusan dalam mengambil keuntungan yang dilakukan oleh Kanta Handicraft, peneliti



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil kajian dan analisis di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengembangan usaha yang dilakukan oleh Kanta Handicraft sejauh ini sudah baik. Hal ini juga dilihat dari sisi bisnis Islam, secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada dan juga tidak melupakan hal-hal yang diatur oleh agama Islam. Seperti dilihat dalam beberapa aspek:
  - a. Aspek niat karena Allah Swt, Kanta Handicraft sudah memiliki niat untuk menjadi *difabel* yang bermanfaat bagi lingkungan dalam pengembangan usahanya, sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa niat karena Allah Swt sudah dilakukan.
  - b. Aspek berinteraksi dengan akhlak yang didalamnya terdapat sifat-sifat dalam diri seorang pelaku usaha, diantaranya:
    - 1) Dalam aspek kejujuran (*shiddiq*), Kanta Handicraft telah melakukan kejujuran dalam bahan yang dipakai untuk produk yang dipasarkan dan tidak melakukan pengurangan dalam mutu dan kualitasnya pada produk *handicraft*.
    - 2) Dalam aspek tanggung jawab (*amanah*), Kanta Handicraft selalu berusaha untuk selalu menepati janji kepada pelanggannya yang memesan produknya.

- 3) Dalam aspek cerdas (*fathanah*), pemilik usaha Kanta Handicraft dalam memanfaatkan akal pikirannya dengan cara membuat produk terbaru, mengikuti *trend* serta memberi harga relatif cukup murah pada produknya. Sehingga, hal ini memiliki manfaat dan tidak termasuk dalam produk yang diharamkan dalam aturan Islam.
  - 4) Dalam aspek komunikatif (*tabligh*), Kanta Handicraft dalam melayani pelanggannya mengedepankan keramahan dengan penggunaan bahasa yang baik agar pelanggan nyaman ketika membeli produk.
- c. Aspek menjaga aturan syariah, terdapat batasan-batasan yang harus ditaati dan hal yang harus dihindari dalam melakukan pengembangan usaha. Dalam hal ini, Kanta Handicraft dalam melakukan pengembangan usaha tidak mengandung unsur *Maghrib* (*Maysir*, *Gharar*, dan *Riba*). Karena Kanta Handicraft dalam melakukan penjualan secara transparan tanpa ada suatu hal yang ditutupi terkait produk yang dijual dan produk yang dijual juga tanpa adanya kekurangan/kecacatan. Sehingga, tidak merugikan pembeli pada saat membeli produk Kanta. Selain itu, tidak adanya sistem penambahan yang terjadi pada usaha Kanta pada saat konsumen membayar setengah dari harga yang ditentukan. Sehingga, dalam hal ini Kanta Handicraft sudah

terhindar dari unsur *maysir* dan *gharar* dan juga *riba* dalam pengembangan usaha.

d. Dalam aspek selalu tepat waktu karena terlatih dalam shalat, Kanta Handicraft selalu berusaha disiplin waktu memperhitungkan setiap waktu yang ada menyelesaikan proses produksi. Dan hal ini dapat dikatakan sudah terlatih dalam menjalankan ibadah shalatnya dengan tepat waktu.

2. Analisis *Diamond Strategy* untuk mengembangkan usaha Kanta Handicraft menghasilkan suatu kesimpulan yang menunjukkan bahwa usaha Kanta Handicraft telah memiliki strategi yang sesuai dengan teori *diamond strategy*. Dari kelima elemen *diamond strategy*, Kanta Handicraft mampu mempertimbangkan beberapa hal dalam pengembangan usahanya. Namun, dalam strategi yang dilakukan oleh Kanta Handicraft masih terdapat beberapa hal yang kurang dalam konsep *diamond strategy*. Sehingga, menyebabkan beberapa elemen yang ada dalam *diamond strategy* tidak dapat berjalan maksimal. Seperti pada elemen *arenas* dan *vehicles*, usaha Kanta Handicraft masih belum memanfaatkan penggunaan teknologi dalam pengembangannya dan kurangnya Sumber Daya Manusia dalam pengembangan usaha yang dijalankannya. Hal ini memicu pada pengembangan yang dilakukan usaha Kanta Handicraft Surabaya.







- Dianti, Fajar. “Penerapan Diamond Strategy Pada Usaha Kecil dan Menengah di Surabaya”. Skripsi--Universitas Airlangga, Surabaya, 2014.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka, Cet. Ketiga.
- Departemen Agama RI. 2001. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Alquran*. Jakarta: Lentera Hati.
- , 2013. *Alquran dan Terjemahannya*. t.tp: Pustaka Al-Mubin.
- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Jawa Timur. 2018. *Laporan Kinerja Tahun 2018*.
- Fredrickson, James W. and Donald C. Hambrick. “Are you sure you have a strategy?”, *The Academy of Management Executive*, No. 4, Vol. 15, November, 2001.
- Grundy, Tony Laura Brown. 2002. *Strategic Management: Project Managing Your Business Strategy*. t.tp: Thomson Learning.
- Hosen, Nadratuzzaman. “Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi”, *Al-Iqtishad*, No. 1, Vol. I, Januari, 2009.
- Huberman dan Milies. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Husna, Nurul. “Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo”. Skripsi—Universitas Negeri Makassar, 2017.
- Imsar. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan”, *Jurnal Tansiq*, No. 2, Vol. 1, Januari-Juni, 2018.
- Joesyiana, Kiki. “Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha *Tas Rajut* Industri Pengolahan Kreativitas Tali Kur)”, *Jurnal Valuta*, No.1, Vol.3, April 2017.
- Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kementrian Agama RI. 2008. *Alquran dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro.
- , 2011. *Alquran Tajwid Warna*. Jakarta: As-Samad.
- Keller dan Philip Kotler. 2016. *Marketing Management Edisi 15*. Ebook: Pearson.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

- Malahayati. 2010. *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogja Great.
- Mardani. 2014. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSA, 10.
- Prastowo, Andi. 2010. *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- , 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial dan Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Republik Indonesia, “Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”.
- Rival, Veitzal. 2013. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sanggono, Bambang. 2004. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Simanjuntak, Boston Jeremy Gerardo. “Pelaksanaan Diamond Strategy Pada Jawa Pos Televisi (JTV)”. Skripsi--Universitas Airlangga, Surabaya, 2018.
- Soejoedono, Abd Rachman, Partomo dan Tiktik Sartika. 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Subagyo, P Joko. 2004. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Subhan, Arief *et al.* 2016. *SKJ: Islam Untuk Kesejahteraan Masyarakat*. Banten: Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia.
- , 2009. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- , 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. 2008. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sula, Syakir dan Kertajaya. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.

- Sulistiani, Dwi. “Analisis SWOT Sebagai Strategi Perusahaan dalam Memenangkan Persaingan Bisnis”, *Jurnal El-Qudwah*, 2014.
- Sulistianto, Hario. “Implementasi *Diamond Strategy Framework* pada Bimbingan Belajar Primagama”, *Jurnal Tanri Abeng University*, No. 1, Vol. 1, Mei, 2018.
- Sumantri, Rinol. “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Usaha Kuliner Etnis Minang di Kota Palembang”. Disertasi--Universitas Airlangga, Surabaya, 2019.
- Surya, M. Panca. “Perancangan Sistem Informasi Pembelian dan Penjualan Berbasis Visual Basic 6.0 pada UKM Sentosa Jaya”. Thesis—Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, 2014.
- Suwartono. 2014. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Suwiknyo, Dwi. 2010. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sutrisno, Edy. 2010. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tanjung, Azrul, dkk. 2013. *Meraih Surga Dengan Berbisnis*. Jakarta: Gema Insani.
- Tri D S, Wahyuniarso. “Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang”. Skripsi--Universitas Negeri Semarang, 2013.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 dan 6 tentang *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widi, Restu Kartika. 2010. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yaniawati, R. Poppy dan Rully Indrawan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Yusanto, Muhammad Ismail. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zahara, Hafni. “Upaya Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Kerajinan Bordir Aceh di Kabupaten Aceh Utara”, *Jurnal Agrifo*, No. 1, Vol. 1, April, 2016.
- Ahmadi, Muhamad. Pemilik Usaha Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara*. Surabaya, 04 Februari 2020.

Ahmadi, Muhamad dan Supiah. Pemilik Usaha Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara*. Surabaya, 04 Februari 2020.

Ahmadi, Muhamad. Pemilik Usaha Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara*. Surabaya, 27 Februari 2020.

Ahmadi, Muhamad. Pemilik Usaha Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara*. Surabaya, 12 Maret 2020.

Ahmadi, Muhamad. Pemilik Usaha Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara*. Surabaya, 01 April 2020.

Ahmadi, Muhamad. Pemilik Usaha Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara Via Daring*. Bojonegoro, 22 April 2020.

Handayani, Pri. Pelanggan Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara Via Daring*. Bojonegoro, 07 Mei 2020.

Riani, Dian Ika. Pelanggan Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara Via Daring*. Bojonegoro, 13 Mei 2020.

Supiah. Pemilik Usaha Kanta Handicraft Surabaya. *Wawancara Via Daring*. Bojonegoro, 02 Mei 2020.

<https://www.kompasiana.com/dede.hamdani/54f79adea33311201b8b456b/are-you-sure-you-have-a-strategy-donald-c-hambrick-and-james-w-fredrickson>. Diakses pada hari Kamis, 26 Maret 2020 pukul 12.25 WIB.

<https://www.google.com/amp/s/radardepok.com/2017/02/orang-normal-kini-minta-dicarikan-pekerjaan/amp/>. Diakses pada hari Selasa, 12 Mei 2020 pukul 13.20 WIB.