



**SIASAT USAHA INDUSTRI KECIL DALAM MENGHADAPI
DOMINASI INDUSTRI BESAR
(Studi Kasus pada Industri Kecil Klaster Bordir dan Konveksi Desa
Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)**

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Sosiologi dan Antropologi

Oleh

Nama : Luthfiatul Muasyaroh

NIM : 3401415027

JURUSAN SOSIOLOGI DAN ANTROPOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Sripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Unnes pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 23 Mei 2019

Dosen Pembimbing



Asma Luthfi, S.Th.I., M.Hum

NIP. 197805272008122001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosiologi dan Antropologi



Kuncoro Bayu Prasetyo, S. Ant., M.A

NIP. 197706132005011002

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 19 Juni 2019

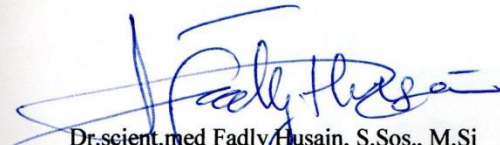
Penguji I



Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A.

NIP. 196308021988031001

Penguji II



Dr.scient.med Fadly Husain, S.Sos., M.Si

NIP. 197701312008121001

Penguji III



Asma Luthfi, S.Th.I., M.Hum

NIP. 197805272008122001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A.

NIP. 196308021988031001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang,

2019



Luthfiatul Muasyaroh

NIM. 3401415027

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- Akan ada solusi untuk setiap masalah. Hidup terlalu singkat jika hanya untuk mengeluh . Berusaha, percaya diri, dan berdoa (Mario Teguh)
- Jangan menunggu hari esok apa yang bisa kamu kerjakan hari ini.

PERSEMBAHAN

1. Untuk orang tua saya, Bapak Muhdhoni dan Ibu Indakhah, Kakak-kakak saya (Roikhatul Jannah, Zaenal Arifin, Muhammad Ridlwan, dan Durrotun Nafisah) yang selalu mencurahkan kasih sayang, memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun materiil yang tiada henti..
2. Teman-teman angkatan 2015 Jurusan Sosiologi dan Antropologi yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
3. Teman-teman Kos Huru Hara yang selalu memberikan semangat dan dukungan
4. Universitas Negeri Semarang, almamater tercinta.

SARI

Muasyaroh, Luthfiatul. 2019. *Siasat Usaha Industri Kecil dalam Menghadapi Dominasi Industri Besar. (Studi Kasus Pada Industri Kecil Klaster Bordir dan Konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)*. Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. Dosen Pembimbing Asma Luthfi, S.Th.I., M. Hum

Kata Kunci: Dominasi, Industri Kecil, Siasat

Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus merupakan desa produktif klaster bordir dan konveksi. Banyaknya industri yang berdiri di Desa Padurenan, memiliki potensi dalam persaingan usaha yang berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Adanya persaingan usaha ini menyebabkan industri kecil rentan mengalami kebangkrutan bisnis, akan tetapi industri kecil yang ada memiliki beberapa siasat usaha agar tetap bertahan (*survive*).

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui kondisi usaha industri kecil klaster bordir dan konveksi 2) mengetahui bentuk persaingan usaha konveksi, 3) mengetahui hambatan yang dialami industri kecil dalam persaingan usaha, 4) mengetahui siasat usaha industri kecil dalam pengembangan usaha yang berdaya saing. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi partisipan, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi untuk memastikan keabsahan dari data yang diperoleh. Metode analisis yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan konsep strategi usaha: dimensi moral dan dimensi rasional oleh Scott dan Popkin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kondisi industri kecil terdiri dari berbagai macam karakteristik yakni industri konveksi dengan pendirian usaha yang sudah lama, industri konveksi yang baru didirikan, industri konveksi dengan pangsa pasar yang sudah luas, dan industri konveksi dengan pangsa pasar yang masih sempit. 2) Banyaknya usaha yang berdiri memiliki potensi dalam persaingan usaha. Bentuk-bentuk persaingan usaha yang ada di lingkungan industri kecil klaster bordir dan konveksi berupa Perbedaan harga dan perluasan pangsa pasar, 3) Hambatan yang dialami industri kecil dalam menghadapi persaingan usaha yaitu rendahnya modal yang dimiliki industri kecil yang menyebabkan terbatasnya hasil produksi, sulitnya mencari sumber daya manusia, terbatasnya sarana prasarana dalam menjalankan kegiatan produksi meliputi lokasi produksi, bahan baku, dan alat-alat produksi, dan jangkauan pasar belum luas 4) Siasat usaha yang dilakukan industri kecil agar usaha yang dijalankan tetap bertahan (*survive*) meliputi mengikuti trend pasar yang sedang laku di pasaran, optimalisasi penggunaan bahan baku, promosi *online* melalui media internet serta promosi *offline* melalui penjualan perorangan dan pameran, sikap terbuka terhadap konsumen dan tenaga kerja, serta pemanfaatan jaringan sosial.

Saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini , yaitu 1) bagi Pemerintah Desa Padurenan untuk memberikan pelatihan, pemberdayaan, dan pengawasan secara berkala kepada industri kecil untuk meningkatkan keterampilan, kualitas, dan kuantitas, serta memberikan kemudahan dalam mengakses modal bagi pelaku industri kecil, 2) bagi pemilik industri kecil untuk giat mengikuti pelatihan berwirausaha agar meningkatkan kompetensi dan keterampilan kerja, meningkatkan promosi baik *online* maupun *offline*, serta memperluas jaringan sosial untuk meningkatkan produktivitas.

ABSTRACT

Muasyaroh, Luthfiatul. 2019. *Small Business Industry Strategy in Facing the Domination of Large Industries. (Case Study on Small Industries of Embroidery Clusters and Convection of Padurenan Village, Gebog District, Kudus Regency)*. Find project. Departement of Sociology and Anthropology , Faculty of Social Science, Universitas Negeri Semarang. Asma Luthfi, S.Th.I., M. Hum

Keywords: Domination, Small Industry, Strategy.

Padurenan Village, Gebog District, Kudus Regency is a productive village of embroidery and convection clusters. The amount of industry that stands in Padurenan Village has potential in business competition which influences business continuity. The existence of this business competition causes small industries susceptible to business bankruptcy, but the existing small industries have several business strategies to survive.

This study aims to 1) Find out the condition of small-scale embroidery and convection industry 2) Find out the forms of convection business competition, 3) Find out the obstacles experienced by small industries in business competition, 4) Find out the strategies of small industrial businesses in developing competitive businesses. This study uses a qualitative method. The collecting of the data uses interview, participant observation, and documentation. The data validity technique uses triangulation to ensure the validity of the data obtained. The methods of analyzing the data use data collection, data reduction, data presentation, and conclusion. This study uses the concept of business strategy: Scott's moral dimensions and Popkin's rational dimensions.

The results show that 1) The condition of small industries consisted of various characteristics, they are the old established convection industry, the newly established convection industry, the convection industry with a broad market share, and the convection industry with a limited market share. 2) The number of businesses that stand has potential in business competition. The forms of business competition in the small industry environment of embroidery clusters and convection that are price differences and extension of market share, 3) Barriers experienced by small industries in facing business competition, they are low capital of business of small industries that cause limited production, the difficulty in finding human sources, the limitation of infrastructure in carrying out production activities include production location, basic material, and production equipment, and the extent of market isn't broad yet 4) The strategies business that have conducted by small industries to survive the business are following market trends that sell well in the market, optimizing the use of basic materials, online promotion through internet media and off-line promotions through individual and exhibition sales, open attitudes towards consumers and labor, and utilization of social networks.

The suggestions that the researcher convey in this study are, namely 1) for the Padurenan Village Government to provide periodic training, empowerment, and supervision to small industries to improve skills, quality and quantity, and provide facility in accessing capital for small industry actors, 2) for small industry owners to actively participate in entrepreneurship training in order to improve their competence and work skills, improve promotion both online and offline, and expand social networks to increase productivity

PRAKATA

Segala puji syukur penulis berikan hanya bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang judul “Siasat Usaha Industri Kecil dalam Menghadapi Dominasi Industri Besar (Studi Kasus Pada Industri Kecil Klaster Bordir dan Konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus) sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Negeri Semarang. terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan uluran tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rohman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
2. Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M. A, Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
3. Kuncoro Bayu Prasetyo, S.Ant., M.A., Ketua Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang telah mengarahkan penulis memperoleh dosen pembimbing sesuai dengan topic skripsi.
4. Asma Luthfi, S. Th.I., M.Hum., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi

5. Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Nurul Fatimah, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Wali yang senantiasa membimbing, menasehati, dan memberikan saran serta masukan kepada penulis selama menempuh pendidikan S1.
7. Seluruh Bapak Ibu Dosen Jurusan Sosiologi dan Antropologi yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmunya selama penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas Negeri Semarang.
8. Semua pihak dari lokasi penelitian di Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman Jurusan Sosiologi dan Antropologi yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
10. Semua pihak terkair yang ikut serta dan mendukung dalam penelitian maupun penyusunan skripsi.

Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi penulis khususnya, dan bagi semua pihak pada umumnya.

Semarang, 2019


Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
SARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Batasan Istilah	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	15
A. Deskripsi Teoritis	15
B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	23
C. Kerangka Berpikir.....	35

BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Dasar Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Fokus Penelitian	38
D. Sumber Data Penelitian.....	38
E. Alat dan Teknik Pengumpulan Data	47
F. Validitas Data.....	57
G. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Desa Padurenan: Desa Produktif Klaster Bordir dan Konveksi.....	64
1. Kondisi Geografis dan Demografis Desa Padurenan.....	64
2. Kondisi Sosial-Ekonomi Masyarakat Desa Padurenan.....	68
3. Area Bisnis Industri Klaster Bordir dan Konveksi	74
B. Kondisi Industri Kecil di Desa Padurenan	77
1. Industri Kecil “Pandawa Collection”	77
2. Industri Kecil “Al-Muwaffil Collection”	88
3. Industri Kecil “MaxThink”	91
4. Industri Kecil “AMJ Collection”	97
C. Bentuk-Bentuk Persaingan Usaha di Desa Padurenan.....	101
1. Harga	101
2. Pangsa Pasar.....	105
D. Hambatan yang Dialami Industri Kecil dalam Persaingan Usaha	107
1. Modal	107
2. Sumber Daya Manusia	113
3. Sarana dan Prasarana.....	117
4. Pemasaran	120

E. Siasat Usaha Industri Kecil dalam Pengembangan Usaha yang Berdaya Saing	121
1. Mengikuti Trend Pasar	121
2. Optimalisasi Penggunaan Bahan Baku	125
3. Promosi <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	128
4. Sikap Terbuka Terhadap Konsumen dan Tenaga Kerja	133
5. Pemanfaatan Jaringan Sosial.....	136
6. Dimensi Moral dan Dimensi Rasional dalam Siasat Usaha Industri Kecil Klaster Bordir dan Konveksi.....	140
BAB V PENUTUP.....	154
A. Simpulan	154
B. Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN.....	162

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Berpikir.....	35
Bagan 2. Alur Analisis Data	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kajian Tentang Siasat Usaha Industri Kecil	32
Tabel 2. Kajian Tentang Persaingan Usaha	33
Tabel 3. Kajian Tentang Aspek Budaya dalam Pengembangan Usaha	34
Tabel 4. Data Informan Utama	41
Tabel 5. Data Informan Pendukung	43
Tabel 6. Data Jumlah Penduduk.....	65
Tabel 7. Mata Pecaharian Masyarakat	73
Tabel 8. Proses Produksi Industri Kecil Pandawa Collection.....	79
Tabel 9. Pembagian Kerja Tenaga Kerja	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gapura Desa Padurenan	67
Gambar 2. Proses Produksi Industri Kecil	75
Gambar 3. Proses Produksi Industri Kecil Pandawa Collection	80
Gambar 4. Produk Industri Kecil Pandawa Collection	85
Gambar 5. Proses Produksi Industri Kecil Al-Muwaffil Collection	89
Gambar 6. Produk Industri Kecil Al-Muwaffil Collection	90
Gambar 7. Proses Produksi Industri Kecil MaxThink	93
Gambar 8. Produk Industri Kecil MaxThink	96
Gambar 9. Proses Produksi Industri Kecil AMJ Collection	99
Gambar 10. Produk Industri Kecil AMJ Collection.....	101
Gambar 11. Info Lowongan Pekerjaan	115
Gambar 12. Model Baju	124
Gambar 13. Model Baju Tiruan	124
Gambar 14. Aktivitas Pemotongan Kain	126
Gambar 15. Promosi Produk Industri Kecil	129
Gambar 16. Pameran Produk Industri Kecil	132
Gambar 17. Berbagi Pengetahuan Antar Tenaga Kerja Tentang Finishing.....	135

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	162
Lampiran 2. Pedoman Observasi	164
Lampiran 3. Pedoman Wawancara	165
Lampiran 4. Daftar Pelaku Industri Bordir dan Konveksi Desa Padurenan	176
Lampiran 5. Daftar Informan Penelitian	180
Lampiran 6. Surat Izin Penelitian.....	182

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Indonesia kini semakin pesat yang salah satunya ditandai dengan perkembangan industri ke berbagai sektor dan wilayah. Sektor industri merupakan sektor yang mampu menggerakkan pembangunan ekonomi nasional maupun menjadi tulang punggung kejayaan negara di samping sektor pertanian maupun pertambangan. Berbagai bentuk sektor industri seperti industri furniture, makanan, konveksi, maupun alat-alat pertanian telah banyak berkembang di Indonesia. Di wilayah perkotaan, perkembangan ekonomi dalam sektor industri sudah semakin maju, industri dijadikan sebagai bisnis yang cukup menjanjikan, sehingga banyak masyarakat desa yang berpindah ke kota untuk mencari pekerjaan atau urbanisasi (Sudarmiani, 2016). Perusahaan-perusahaan dengan skala besar dan gaji yang relatif tinggi mampu menjadi daya tarik masyarakat untuk bekerja di bidang industri.

Lain halnya dengan wilayah pedesaan yang masyarakatnya lebih banyak bekerja pada sektor pertanian, mulai tahun 1980-an terjadi peralihan pekerjaan dari sektor pertanian ke sektor industri. Hal ini ditunjukkan adanya penurunan kesempatan kerja di bidang pertanian dan meningkatkan peranan kerja di luar sektor pertanian (Rahmawati, 2014). Peningkatan dalam aktivitas non pertanian

dapat dilihat melalui masuknya industrialisasi di pedesaan. Sekarang ini, berbagai bentuk industri banyak berdiri di pedesaan yang ditandai dengan berdirinya pabrik-pabrik guna memenuhi produk untuk kebutuhan konsumen. Pabrik-pabrik yang berdiri ini, mampu menarik masyarakat sebagai tenaga kerja untuk beralih pekerjaan. Selain menciptakan lapangan kerja di pedesaan, kontribusi langsung industri di pedesaan juga mampu mendorong munculnya pekerjaan-pekerjaan baru di sektor lain bagi masyarakat desa.

Hadirnya industri telah memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesempatan kerja bagi masyarakat. Banyaknya industri besar, industri menengah, industri kecil sampai industri rumahan yang muncul di suatu daerah, akan menyebabkan terserapnya tenaga kerja, mengurangi urbanisasi, serta penggerak perekonomian rakyat yang tangguh (Fitriati, 2015;6). Sektor industri mampu menjadi penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional setelah Indonesia mengalami krisis moneter pada tahun 1998 dan mengalami dampak krisis ekonomi pada periode 2008-2009 yang terjadi di Eropa dan Amerika Serikat. Berkembangnya sektor industri ini, mendorong masyarakat untuk aktif dan juga lebih bisa produktif (Rodhiyah, 2015).

Untuk mendorong laju pertumbuhan ekonomi, setiap daerah berusaha menyumbangkan produk unggulan di bidang industri maupun bidang lain (Andriyani, 2008). Salah satu Kabupaten yang bergelut dalam bidang industri adalah Kabupaten Kudus. Melalui slogan “Kota Kretek” industri besar yang menjadi maskot utamanya adalah industri rokok. Selain industri rokok yang

mendominasi, industri lain seperti konveksi, bordir, furniture, elektronik, kerajinan, makanan, dan kertas juga ikut berkembang pesat di Kudus. Beberapa jenis industri ini menyebar dan berkembang ke berbagai desa yang ada di Kudus, sehingga mampu memberikan dampak pada kehidupan sosial-ekonomi masyarakat.

Desa Padurenan merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus yang terkenal sebagai desa produktif “Klaster Bordir dan Konveksi” dan telah dicanangkan oleh Bupati Kudus tahun 2009. Terpilihnya desa Padurenan sebagai desa produktif ini, didasarkan pada potensi yang dimiliki desa banyak bergerak ke arah produk-produk unggulan berupa bordir dan konveksi. Sebagai desa produktif, banyak industri konveksi maupun bordir yang berkembang di Padurenan sebagai motor pengembang kemajuan desa. Produk yang dihasilkan dari industri yang berkembang di Padurenan teraplikasi dalam berbagai jenis, mulai dari produk bordir, konveksi jaket, baju koko, jas, seragam sekolah, gamis, maupun mukena. Sebagai bagian dari sistem perekonomian, kegiatan industri identik dengan proses produksi yang untuk kelangsungannya perlu ditunjang dengan pengelolaan serta pemasaran hasil-hasil produksi.

Berkaitan dengan hal itu, kegiatan industri merupakan aktivitas manusia di bidang ekonomi produktif untuk mengolah bahan mentah menjadi barang yang lebih bernilai untuk dijual. Sebuah sistem industri terdiri dari unsur-unsur fisik dan unsur perilaku manusia. Unsur pertama berupa komponen tempat yang meliputi kondisi, peralatan dan bahan mentah, sedang unsur perilaku manusia

meliputi komponen tenaga kerja, keterampilan, tradisi, transportasi, komunikasi serta keadaan pasar dan politik (Raharjana dalam Ahimsa-Putra, 2003:63).

Sebagai pendukung dalam berkembangnya industri, dibutuhkan kerjasama dari berbagai pihak. Bentuk kerjasama Pemerintah Desa Padurenan dalam mendukung desa produktif berupa penyediaan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan industri bordir maupun konveksi. Kerjasama dari pemerintah desa Padurenan terapkan dalam bentuk “KSU Padurenan Jaya” (Koperasi Serba Usaha) (Indriastuti, 2016). Koperasi ini disediakan guna membantu para pemilik industri untuk mengembangkan usahanya. Keanggotaan dalam koperasi serba usaha ini, dapat diikuti oleh pemilik usaha industri kecil maupun besar. Pelayanan KSU Padurenan Jaya meliputi divisi simpan pinjam yang fungsinya sebagai wadah untuk pengumpulan modal berupa produk simpan pokok, wajib maupun sukarela. Pelayanan selanjutnya yakni divisi toko yang fungsinya penyedia bahan baku, divisi bordir fungsinya melayani jasa bordir komputer, divisi pemasaran produk fungsinya untuk mengembangkan pemasaran produk secara online sesuai kemajuan teknologi, serta divisi riset untuk mengembangkan produk dan kualitas yang mempunyai kapabilitas dan kualitas SDM yang berdaya saing.

Kualitas dari barang yang dihasilkan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan produksi bordir ataupun konveksi. Di era sekarang, perubahan teknologi memiliki pengaruh terhadap kualitas produk yang dapat dijadikan sebagai keunggulan bisnis (Mustofa, 2017). Perubahan teknologi merupakan

salah satu faktor pengendali mutu, sebab akan menjadikan siklus produksi lebih pendek dan memungkinkan pembuatan produk yang lebih banyak (Ririh, 2011). Implementasi teknologi digunakan untuk melakukan inovasi dan adaptasi dalam kaitannya dengan persaingan. Untuk dapat bersaing secara global, perusahaan senantiasa memerlukan pembaruan dan perbaikan teknologi yang digunakan, fleksibilitas, serta perancangan produk sesuai dengan pembeli (Pangestu, 1996).

Persaingan antar pengusaha merupakan tantangan yang besar untuk tetap bertahannya suatu usaha. Faktor persaingan usaha mempunyai pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap siasat bisnis (Hermanto, 2008). Untuk mempertahankan keunggulan dalam persaingan, inovasi yang diciptakan oleh suatu perusahaan akan dapat meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut. Inovasi itu berupa pengaplikasian ide, teknologi, desain, model ataupun strategi baru yang unggul, unik dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain. Kreativitas dalam menciptakan model-model baru dengan harga terjangkau mampu menjadi peluang untuk memahami kebutuhan konsumen dalam orientasi pemasaran yang sejalan dengan keunggulan bersaing (Mustofa, 2018).

Di Padurenan, adanya industri kecil dan besar tentunya memiliki daya saing yang mampu berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu industri. Secara umum, industri besar yang sudah berkembang di Padurenan didukung oleh beberapa faktor. Mulai dari faktor sumber daya manusia yang berkualitas tinggi, modal, penggunaan teknologi, pemasaran maupun branding produk yang menjadi tombak utama dalam besarnya suatu industri (Buted, 2014). Rata-rata industri

besar yang ada, jangkauan pemasaran produk yang dihasilkan sudah luas sampai ke luar kota. Merk produk yang sudah terkenal mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan (Zinn, 1994). Informasi dari pelanggan satu ke pelanggan lain dapat menjadi faktor banyaknya order yang didapat oleh suatu industri.

Permasalahan pengembangan industri kecil sangat beragam karena perusahaan itu selalu mengalami perubahan. Permasalahan tersebut meliputi perluasan aktivitas, perbedaan produk, kemampuan manajerial maupun permasalahan sumber daya manusia. Perluasan aktivitas dalam kegiatan industri akan mudah dilihat di bidang penjualan dan produksi (Subagyo, 2013). Permasalahan perbedaan produk juga bisa menjadi hambatan yang dihadapi oleh suatu usaha. Apalagi ketika industri besar mampu menguasai pangsa pasar dengan produk yang lebih baik. Tidak hanya itu, tingkat kemampuan manajerial dan sumber daya manusia dapat mengakibatkan pengusaha industri kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik (Sumidi, 2004). Berbagai kegiatan yang dilakukan usaha kecil dan hambatan-hambatan yang dijumpai dalam dunia usaha tercakup dalam suatu istilah yang disebut *Enterepreneurship* atau kewirausahaan. Peran sang *Entrepreneur* sangat mendominasi perilaku bisnis dan sangat menentukan arah masa depan bagi suatu usaha kecil (Subanar, 2001).

Industri kecil yang berdiri di tengah-tengah industri besar merupakan tantangan tersendiri bagi pemilik usaha (Hallberg, 2000). Dominasi dari industri besar menjadi salah satu dorongan bagi industri kecil untuk melakukan siasat

usaha demi keberlangsungan usaha. Di Desa Padurenan, rata-rata permasalahan yang sering dialami industri kecil terkait dengan sumber daya manusia. Sulitnya mendapatkan tenaga kerja menjadi kendala dalam pengembangan industri. Ketika tenaga kerja sedikit sedangkan permintaan pasar banyak, pemilik usaha harus multi peran yakni menjadi pekerja dan penjual di waktu yang bersamaan, sehingga berpengaruh terhadap kecepatan dalam proses penyelesaian produksi. Para pencari kerja lebih tertarik untuk bekerja di industri yang sudah berkembang besar daripada industri yang masih kecil, alasannya gaji yang ditawarkan umumnya lebih besar. Kendala modal juga menjadi masalah krusial dalam pengembangan industri kecil (Indriastuti, 2016). Pemilik industri kecil di Padurenan umumnya menggunakan dana pribadi, sehingga kapasitas produk yang dihasilkan pada industri kecil akan sebatas pada besarnya modal yang dimiliki. Apalagi ketika tidak sedang musim ramai, industri kecil akan kesulitan dalam perputaran modal.

Perluasan jaringan pemasaran pada industri kecil kalah saing dengan industri yang sudah besar. Rata-rata pangsa pasar sudah dikuasai oleh pemilik industri besar yang sudah memiliki branding di kalangan pelanggan. Kualitas hasil produk juga dipertimbangkan oleh pelanggan. Faktor penunjang berupa teknologi sangat berpengaruh terhadap kualitas hasil produk (Raf, 2012). Industri kecil dengan teknologi yang masih tradisional tentunya kalah saing dengan kualitas dari produk yang dihasilkan oleh industri besar. Tidak hanya itu, para pemasok (*bakul*) dalam membeli produk hasil konveksi ataupun bordir

pembayarannya dengan sistem kredit. Jadi, bakul menerima barang terlebih dahulu, apabila barangnya sudah terjual, maka bakul baru membayar ke pemilik usaha. Ketika hal ini terjadi pada industri kecil, maka pemilik usaha akan kesulitan mengembangkan usaha karena adanya kendala modal. Oleh karena itu, industri konveksi dan bordir dalam skala kecil melakukan serangkaian siasat usaha agar usaha mereka bisa bersaing dan berkompetisi. Berbagai permasalahan yang dialami oleh industri kecil tersebut seharusnya menjadikan industri kecil cepat mengalami kebangkrutan. Kebangkrutan ini menjadi salah satu bentuk kerentanan bisnis yang dialami oleh industri kecil, akan tetapi sampai saat ini industri kecil di Padurenan masih tetap bertahan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Siasat usaha industri kecil dalam menghadapi dominasi industri besar: studi kasus pada industri kecil klaster bordir dan konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dirumuskan beberapa permasalahan yaitu :

1. Bagaimana kondisi industri kecil klaster bordir dan konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana bentuk persaingan usaha di desa produktif klaster bordir dan konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus?
3. Hambatan apa yang dialami industri kecil dalam persaingan usaha ?

4. Bagaimana siasat usaha industri kecil dalam pengembangan usaha yang berdaya saing ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yakni sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kondisi industri kecil klaster bordir dan konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus
2. Untuk mengetahui bentuk persaingan usaha di desa produktif klaster bordir dan konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus.
3. Untuk mengetahui hambatan yang dialami industri kecil dalam persaingan usaha.
4. Untuk mengetahui siasat usaha industri kecil dalam pengembangan usaha yang berdaya saing

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis dan manfaat teoritis yaitu:

1. Manfaat Teoretis
 - a. Dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat terkait industri kecil bordir dan konveksi.
 - b. Sebagai bahan referensi mata kuliah Antropologi Ekonomi dan Sosiologi Ekonomi
 - c. Sebagai bahan pembelajaran Sosiologi SMA/MA kelas XII materi Modernisasi dan Perubahan Sosial

- d. Sebagai bahan pembelajaran Antropologi SMA/MA kelas XII materi Konsep Perubahan Sosial Terhadap Kehidupan Sosiokultural Masyarakat Indonesia
 - e. Sebagai data untuk melihat berlakunya konsep dimensi moral dan dimensi rasional pada kasus industri kecil.
 - f. Sebagai bahan referensi untuk penelitian yang sejenis.
2. Manfaat Praktis
- a. Sebagai bahan pengembangan pemerintah dalam peningkatan perekonomian desa.
 - b. Sebagai bahan masukan pada *stakeholder* dalam pengembangan industri kecil.

E. Batasan Istilah

1. Siasat Usaha

Istilah siasat menunjuk pada rencana, pedoman, petunjuk apa yang dilakukan atau perilaku yang telah diwujudkan (Ahimsa-Putra, 2003:12). Sehubungan dengan usaha, siasat diartikan sebagai pola-pola yang dibentuk oleh berbagai usaha yang direncanakan individu sehingga dapat memenuhi syarat minimal yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang langsung mereka hadapi. Pola yang digambarkan dalam ekonomi pengusaha konveksi meliputi pola perilaku atau tindakan (Raharjana dalam Ahimsa-Putra, 2003:73).

Menurut Ermandara (2016) istilah siasat usaha diartikan sebagai tindakan untuk mengurangi resiko bisnis. Resiko bisnis di sini merujuk pada suatu situasi dimana terdapat kemungkinan terjadinya pengeluaran yang tidak diketahui secara pasti, sehingga direncanakan beberapa siasat agar usaha yang dijalankan tetap bertahan hidup. Siasat usaha dalam penelitian ini adalah pola-pola yang dilakukan oleh pengusaha industri kecil konveksi dan bordir untuk mempertahankan usahanya.

2. UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan dengan kriteria nilai aset paling banyak 50 juta.
- b. 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 langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil, sedangkan menurut Ahimsa-Putra (2003), industri kecil adalah unit usaha dengan jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang termasuk pengusaha.

- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan.

Penelitian ini merujuk pada industri kecil konveksi dan bordir yang berkembang di Desa Padurenan.

3. Dominasi

Menurut aspek sosiologi, dominasi diartikan sebagai suatu paham politik yang digunakan untuk menaklukkan atau menguasai suatu daerah atau beberapa daerah. Dominasi bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti halnya melalui eksploitasi. Eksploitasi menurut (Scott, 1983:239) adalah individu, kelas, atau kelompok yang secara tidak adil atau tidak wajar menarik keuntungan dari kerja. Eksploitasi tersebut meliputi eksploitasi terhadap ideologi, agama, kebudayaan dan juga wilayah untuk mendapatkan tujuan tertentu. Tujuan dari penguasaan ini adalah untuk mendapatkan keuntungan baik ekonomi maupun kekuasaan. Dominasi bisa menimbulkan kerugian bagi kelompok yang didominasi.

Ungkapan dominasi ini banyak terjadi pada daerah untuk keperluan politik atau ekonomi. Implikasi dominasi yang berkembang di masyarakat sangat mempengaruhi struktur realitas sosial. Suatu dominasi turut mengatur seluruh aktivitas dan kegiatan berpikir serta tingkah laku manusia (Benny,

2000; Ritzer, 2012). Dominasi dalam penelitian ini adalah penguasaan industri besar melalui persaingan usaha dengan industri kecil yang berkembang di desa Padurenan.

4. Industri Besar

Perubahan teknologi merupakan salah satu faktor penunjang berkembangnya suatu industri yang dimulai dari industri kecil sampai industri besar. Secara umum, indikator yang sering dipakai untuk mendefinisikan skala usaha adalah jumlah pekerja, nilai investasi, aset atau kombinasi dari unsure tersebut. Berkaitan dengan industri besar, industri besar merupakan unit usaha yang mempekerjakan lebih dari 20 orang demi kelangsungan usahanya (Tahwin, 2012; Yeni, 2014). Industri besar dalam penelitian ini adalah industri konveksi yang berkembang besar dengan kriteria pekerja lebih dari 20 orang.

5. Industri Bordir dan Konveksi

Industri adalah suatu usaha, proses atau kegiatan pengolahan bahan baku baik bahan mentah maupun setengah jadi agar menjadi barang yang bernilai ekonomis lebih tinggi dan bermanfaat bagi masyarakat (Ahimsa- Putra, 2003;63). Industri bordir dan konveksi merupakan suatu perusahaan yang menghasilkan pakaian jadi berupa pakaian wanita, pria, anak, pakaian olahraga, pakaian partai politik maupun pakaian jenis lainnya. Di pabrik konveksi, proses produksi dikerjakan secara keseluruhan oleh masing-masing operator jahit. Yang dimaksud industri bordir konveksi dalam

penelitian ini merupakan industri bordir dan konveksi yang bergerak di desa Padurenan Gebog Kudus baik itu itu berupa konveksi seragam sekolah, pakaian anak-anak, jaket maupun yang lainnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Deskripsi Teoritis

1. Industri Kecil

Munculnya industri kecil dalam suatu masyarakat merupakan sebuah awal dari proses perubahan menuju masyarakat industri dengan skala besar di masa-masa yang akan datang. Industri kecil dipandang sebagai salah satu tahap dari proses besar evolusi masyarakat dan kebudayaan. Menurut sudut pandang teori evolusi, fenomena industri kecil terjadi diantara tahap masyarakat pertanian tradisional dan tahap masyarakat industri (Ahimsa- Putra, 2003:413).

Masyarakat pertanian identik dengan mata pencaharian masyarakat pedesaan, sehingga munculnya kegiatan industri kecil di pedesaan merupakan wujud gejala ekonomi yang positif. Berdirinya industri kecil di pedesaan ditandai sebagai sebuah fenomena peralihan dari yang tradisional agraris menuju modern kapitalis. Awal kemunculan industri kecil terjadi ketika adanya modernisasi yang membentuk upaya masyarakat untuk mengubah pola-pola perilaku yang baru. Sebagai suatu pola usaha baru, industri kecil dianggap lebih menentukan keberlangsungan hidup daripada usaha pertanian.

Di Indonesia, munculnya industri kecil berdampak positif pada pemenuhan akan lapangan pekerjaan. Proses produksi dalam industri yang membutuhkan banyak tenaga kerja, mengharuskan pemilik usaha untuk merekrut tenaga kerja dari luar. Data dari Direktorat Jenderal Industri Kecil menunjukkan bahwa sampai dengan tahun 1998 di Indonesia terdapat sebanyak 1.770.000 unit industri kecil yang berhasil menyerap 82 persen tenaga kerja (Sumintarsih dalam Ahimsa-Putra, 2003:141)

Keterlibatan industri kecil dalam perekonomian Indonesia sangat berarti. Hal ini ditunjukkan bahwa industri kecil mampu memegang peranan penting dalam perekonomian rakyat pedesaan karena dapat menjadi sumber penghasilan tambahan di luar sektor pertanian. Industri kecil yang berlokasi di pedesaan mampu menjadi jalan keluar untuk mengatasi masalah ekonomi dari hasil penyempitan lahan garapan yang tidak sebanding dengan meningkatnya tenaga kerja. Melalui penyerapan tenaga kerja, industri kecil mampu memberikan sumbangsih dalam mengurangi tingkat pengangguran di masyarakat.

Industri kecil merupakan bagian dari kegiatan industri yang melibatkan 5-19 orang tenaga kerja dengan investasi untuk mesin dan peralatan di bawah Rp. 70 juta (Huda dalam Ahimsa-Putra, 2003:64). Produktivitas industri kecil cenderung rendah dengan karakteristik tempat usahanya berada di rumah pengusaha, peralatan yang dimiliki masih

sederhana, kondisi kerja seadanya dan keterampilan karyawan masih rendah (Depnaker, 1985).

Pengembangan industri kecil dipengaruhi oleh dua faktor, pertama faktor dari dalam berupa kemampuan pada diri seorang pengusaha untuk mengembangkan suatu usaha meliputi etos kerja yang tinggi, kemampuan manajemen yang baik, serta keberanian untuk berinovasi. Kedua, faktor dari luar berupa kondisi lingkungan yang dapat mempengaruhi kondisi usaha yang ada, baik secara langsung maupun tidak langsung berupa bantuan modal, luasnya permintaan barang, maupun kemudahan dalam mendapatkan bahan baku.

Industri kecil yang berkembang sekarang ini terdiri dari berbagai jenis, mulai dari industri konveksi, industri kerajinan, sampai industri kuliner. Industri kecil sebenarnya sebanding dengan fenomena arisan yang ditemukan oleh Clifford Geertz di kalangan pedagang Jawa. Geertz menyebut perkumpulan kredit bergilir adalah kegiatan arisan di kalangan pedagang. Fenomena ini merupakan perubahan masyarakat dari tradisional agraris menuju modern kapitalis (Ahimsa-Putra,2003:413). Industri kecil terbatas pada jumlah peserta yang kecil serta bentuk organisasi yang sederhana.

2. Siasat Usaha: Dimensi Moral dan Dimensi Rasional

Bagi manusia, beradaptasi merupakan upaya untuk menghadapi lingkungan dan kondisi sosial yang berubah-ubah agar tetap bertahan. Dalam

melakukan adaptasi, manusia harus melakukan penyesuaian tingkah laku agar cocok dengan lingkungannya. Ukuran cocok atau tidaknya tingkah laku dalam suatu lingkungan tertentu adalah apabila makhluk atau manusia dapat bertahan hidup di dalam lingkungan dimana mereka berada (Raharjana dalam Ahimsa-Putra, 2003).

Pada masyarakat petani, ekonomi moral berusaha melihat sikap subsisten dalam diri petani yang bersikap kurang tanggap terhadap inovasi dan resiko, sehingga dalam tindakannya lebih mementingkan sikap mengamankan diri (*safety first*). Salah satu ciri menonjol petani tradisional adalah menghindari kegagalan dengan prinsip “dahulukan selamat” yang bertujuan untuk menghindari jatuhnya produksi. Kesempatan untuk memperoleh keuntungan akan dilepas seandainya kesempatan itu akan merugikan (Popkin, 1986:6). Kaum ekonomi moral mengatakan bahwa petani lebih menyukai strategi kecil tetapi mendatangkan hasil yang pasti, daripada strategi besar tetapi mendatangkan resiko kegagalan yang besar.

Berbeda dengan ekonomi rasional, petani masih memiliki keberanian untuk melakukan tindakan investasi yang beresiko dalam jangka panjang maupun jangka pendek (Popkin, 1986:15). Popkin beranggapan bahwa manusia adalah pelaku yang rasional yang selalu melakukan perhitungan, yang terus-menerus memperhitungkan bagaimana di tengah situasi yang dihadapi tetap dapat meningkatkan kehidupan dan kesejahteraan. Popkin juga beranggapan bahwa meskipun petani pada umumnya miskin, namun

tetap ada saat-saat dalam kehidupan mereka untuk berani menanamkan modal walaupun penuh resiko.

Asumsi-asumsi di atas selanjutnya dipakai untuk melihat strategi beradaptasi pengusaha konveksi. Strategi yang menjadi perhatian adalah strategi produksi dan strategi penjualan. Pada setiap strategi yang dijalankan terkandung di dalamnya dimensi moral dan dimensi rasional yang menjadi bagian dari siasat usaha industri kecil. Berikut penjelasan mengenai dimensi tersebut:

1) Dimensi Moral

Karakteristik yang tampak di masyarakat pedesaan hingga kini adalah adanya hubungan sosial yang akrab berlandaskan tradisi, kekerabatan, pertalian tempat tinggal dan kebutuhan kerjasama demi keamanan dan kebutuhan minimum. Di sini terkandung harapan supaya tiap warga mengindahkan hak dan kewajiban timbal balik sebagai hasil dari interaksi sosial. Dimensi moral dalam ekonomi adalah bahwa nilai-nilai moral diletakkan di atas pertimbangan ekonomi di dalam setiap pengambilan keputusan untuk menjalankan usaha. Nilai-nilai moral berfungsi mempererat hubungan sosial dengan pihak lain. Moral disini mengacu pada aspek-aspek tindakan manusia yang dianggap baik dan benar di dalam masyarakat pada umumnya, khususnya di lingkungan pengusaha konveksi (Ahimsa-Putra, 2003).

Beberapa pola tindakan yang dapat dikatakan berdasarkan atas ekonomi moral antara lain adalah mendidik orang menjadi pengusaha, melibatkan santri sebagai tenaga, dan membentuk hubungan langganan. Pengusaha konveksi yang sudah mapan merasa memiliki kewajiban untuk membantu pihak yang membutuhkan, khususnya sanak kerabat ataupun tetangganya yang hendak menjadi pengusaha. Bentuk lain yang mencerminkan dimensi moral dalam industri adalah pelibatan santri dalam proses produksi. Hubungan pengusaha dengan santri yang bekerja dalam usaha konveksi dapat dikatakan seperti hubungan patron-klien (Scott, 1972:92).

Hubungan ini harus diciptakan apabila seorang individu ingin mempunyai relasi semacam itu dengan pihak lain. dalam hubungan semacam ini terkandung kepentingan-kepentingan tertentu, misalnya ketergantungan ekonomi pekerja terhadap pengusaha. Ikatan resiprositas ini terbentuk antara pengusaha dengan santri sebagai tenaga kerja (Ahimsa-Putra, 2003). Namun, implikasi hubungan patron-klien, kerabat tidak termasuk di dalamnya atau orang yang saling tolong-menolong dan masih terdapat hubungan kekerabatan tidak tercakup di situ. Hal ini dapat dimengerti karena memang terdapat perbedaan antara hubungan seorang patron

dengan kliennya dengan pertalian kekerabatan (Ahimsa-Putra, 2003).

Unsur moral juga tampak pada tindakan pengusaha meminjam kain pada pedagang dan ketika mereka menjual dengan *ngalap nyaur*. Meminjam kain biasa dilakukan ketika hendak mengawali usaha. Hubungan *ngalap nyaur* didasarkan pada kepercayaan di antara kedua belah pihak. Cara menjual seperti ini memungkinkan pengusaha memiliki banyak pedagang bila ingin meningkatkan omzet penjualan. Dalam pandangan ekonomi moral dikenal dengan istilah “pemencaran resiko” (Ahimsa-Putra, 2003).

2) Dimensi Rasional

Dimensi rasional dari tindakan pengusaha tampak pada aktivitas-aktivitas tertentu yang ditunjukkan untuk memperoleh keuntungan bagi dirinya sendiri. Rasional disini artinya dilatarbelakangi keinginan mendapatkan keuntungan. Tindakan yang tampak rasional di sini, misalnya menyerahkan pekerjaan ke pihak lain, mengerjakan produk yang sedang laku, dan mempermainkan harga. Seorang pengusaha menjelaskan tindakan yang dilakukan pengusaha di musim ramai adalah menambah buruh, yakni mereka yang mengerjakan konveksi di rumahnya masing-masing, sebab pengusaha tidak mampu melayani permintaan produksi yang meningkat jika hanya mengandalkan

tenaga yang bekerja di tempatnya. Dalam hal ini, sistem borongan dianggap lebih menguntungkan pihak pemberi kerja karena dapat menekan ongkos produksi dan hubungan antara pemberi kerja dengan pekerjanya berlangsung secara sistematis (Ahimsa-Putra, 2003).

Strategi produksi lainnya yang termasuk rasional adalah mengerjakan produk konveksi yang sedang berlaku di pasaran. Dalam hal ini, pengusaha mengamati situasi pasar terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membuat salah satu model yang sedang digemari. Dari survey inilah banyak pengusaha yang kemudian melakukan peniruan produk atau istilahnya *nembak*. Ini adalah bentuk rasionalitas yang tumbuh di kalangan pengusaha konveksi. Perilaku *nembak* atau meniru produk yang sedang laku di pasaran mencerminkan rendahnya kreativitas pengusaha, namun perilaku ini terpaksa diwujudkan untuk kelangsungan produk dapat diterima di pasaran. Tindakan terakhir yang termasuk rasional adalah mempermainkan harga. Di kalangan pengusaha, ada pola-pola menjual barang yang berbeda pada saat musim sepi dan di musim ramai. Pada musim sepi pengusaha menurunkan harga atau istilahnya *dhun-dhunan rega*. Banting harga dilakukan dengan cara menjual kepada pedagang tanpa mengambil untung sama sekali, bahkan kadangkala rugi. Ini dilakukan karena ada kebutuhan akan

uang tunai guna memenuhi kebutuhan rumah tangga ataupun untuk menjalankan proses produksi selanjutnya (Ahimsa-Putra, 2003).

B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan

1. Siasat usaha industri kecil

Keberadaan Industri di Indonesia merupakan sumber potensial yang mampu memacu pertumbuhan ekonomi. Oleh sebab itu, industri kecil menjadi sektor yang perlu diperhatikan untuk dikembangkan maupun diberdayakan, sehingga mampu menjadi penunjang yang tangguh untuk industri skala besar (Sutopo, 2011). Tuntutan akan perekonomian yang lebih efisien, menyebabkan kebutuhan akan inovasi menjadi lebih besar (Satria, 2011). Pengembangan industri kecil juga tidak lepas dari resiko bisnis yang dapat berpengaruh terhadap ketahanan bisnis (Ermandara, 2016). Namun secara garis besar, permasalahan umum dalam pengembangan industri disebabkan beberapa faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi pemasaran, produksi, modal, dan sumber daya manusia, sedangkan faktor eksternal meliputi peraturan daerah, kondisi perekonomian, sosial-budaya, kondisi politik dan keamanan (Tahwin, 2012).

Pengembangan industri kecil merupakan bentuk peralihan masyarakat yang bermata pencaharian sebagai petani karena lahan pertanian semakin menyempit (Andari, 2018; Hendro, 2019). Sebagai pendukung untuk menuju kualitas industri kecil yang lebih baik dibutuhkan kerjasama yang baik dan keterlibatan seluruh komponen bangsa terutama lembaga keuangan untuk

memobilisasi dana masyarakat dalam menjalankan fungsi intermediasi dengan memprioritaskan pengembangan usaha (Supriyanto, 2006). Selain itu, menurut (Purnama, 2010) faktor pengembangan usaha sangat ditentukan oleh kemampuan berwirausaha yang bersangkutan dengan motivasi, lingkungan kerja, penambahan modal dan pemberian intensif pada karyawan. Pengembangan industri berskala kecil akan membantu mengatasi masalah pengangguran mengingat teknologi yang digunakan adalah teknologi padat karya (Hermanto, 2011). Untuk menjawab akan tuntutan perekonomian, konsep ekonomi kreatif dikembangkan sebagai strategi dalam pengembangan usaha. Konsep ekonomi kreatif digerakkan oleh tiga unsur utama yakni kreativitas, inovasi dan kewirausahaan (Yeni, 2014; Satria, 2011).

Menurut Najmulmunir (2009) strategi pengembangan yang dapat ditempuh didasarkan pada pendekatan logis dan komprehensif. Hal tersebut meliputi memperkuat daya tarik melalui berbagai bentuk upaya yang disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan. Selain itu, memperkuat daya dukung untuk memperlancar produksi secara berdaya saing sesuai dengan kondisi dan kebutuhannya. Dalam Nurhayati (2012), pengembangan usaha sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Prakiraan peningkatan kebutuhan pasar ditunjukkan oleh pertambahan penduduk, pertumbuhan perekonomian, peningkatan penjualan, dan minat konsumen terhadap produk. Berkaitan dengan sektor pemasaran, dalam (Susminingsih, 2003)

dijelaskan bahwa strategi yang dipilih dengan cara mengembalikan hasil produksinya kepada pemilik order yaitu perusahaan atau pemilik modal yang lebih besar. Dengan kata lain, pola ini dinamakan pola *multiplier*. Artinya, pengusaha kecil selain menjalankan kegiatan usahanya juga berperan sebagai penggarap. Hal ini lebih banyak dipilih karena tidak beresiko di bidang pemasaran. Kondisi ini jelas menunjukkan ketergantungan industri kecil pada industri menengah.

Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Irianto (2014), strategi yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan usaha melalui jaringan sosial. Implikasi atas jaringan sosial tersebut dimanfaatkan untuk mengurangi resiko kerugian yang dihadapi demi mengembangkan usaha tersebut. Melalui jaringan sosial ini juga dapat dijadikan sebagai bantuan modal dalam mengembangkan usaha. Alhasil, resiko kerugian akan ditanggung bersama dari masing-masing anggota dan bersama-sama untuk mengembangkan strategi. Tidak hanya itu, tidak jarang pedagang juga bergantung pada pihak lain. Secara tidak sadar, mereka telah membangun hubungan patron-klien terhadap pihak-pihak tertentu demi mempertahankan kelangsungan usahanya. Hubungan patron-klien disini lebih berupa menjalin hubungan baik dengan pihak tertentu yang kemudian dapat membantu usahanya. Misalnya, antar pedagang saling berhutang bahan yang bayarnya dapat dicicil bahkan sudah menjadi langganan. Tentu saja dalam hubungan ini diperlukan tingkat kepercayaan yang tinggi. Cara membangun hubungan

patron-klien ini merupakan strategi adaptif yang dapat dilakukan untuk keberlangsungan usaha. Selain itu, tenaga kerja yang masih ada hubungan keluarga juga dapat diberdayakan guna menekan biaya pengeluaran untuk masalah gaji. Biasanya, kalau tenaga kerja yang bekerja masih saudara untuk masalah upah dapat ditekan. Menurut (Rahmasari, 2018) strategi usaha dalam mengembangkan usaha kecil meliputi strategi produksi dan distribusi sebagai perilaku rasional untuk menyejahterakan diri sendiri dan mengatasi resiko bisnis.

Pada dasarnya, sistem ekonomi dengan segala permasalahannya memiliki daya survivalitas yang berakar dari aspek struktural termasuk pranata (kelembagaan) ekonomi. Pranata ekonomi akan terkait dengan struktur ekonomi dan struktur sosial yang terbentuk. Menurut Weber (dalam Ritzer 2012) struktur sosial akan tampil berupa kemantapan hubungan antar individu dalam konfigurasi hubungan sosial atau konfigurasi hubungan sosial yang kompleks, saling mempertukarkan sesuatu yang dianggap bernilai dan memiliki ekspektasi bersama secara mantap dalam sistem sosial. Artinya, dalam skala mikro setiap perilaku masyarakat akan tertuntun oleh pranata yang menjadi aturan main dalam sistem sosial masyarakat. Pranata ekonomi yang dianggap penting dalam penelitian ini adalah pranata patronase. Pranata patronase merupakan hubungan ekonomi vertikal dengan ikatan tertentu yang terjalin antara dua pihak yang berbeda dalam penguasaan sumber daya. Dari hubungan tersebut ada arus hubungan timbal

balik namun tidak menjamin satu pihak mendapatkan imbalan yang setimpal dengan pihak lain. Ada kalanya yang terjadi adalah eksploitasi satu pihak yang menguasai sumber daya lebih banyak terhadap pihak yang memiliki nihil atau sedikit sumber daya (Mirajiani, 2014).

Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan (Nurhayati (2017), Andari (2018)) untuk kelangsungan usaha strategi adaptasi yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas untuk kepentingan lingkungan atau sistem dagangnya. Dalam pemilihan strategi adaptasi, dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang dimiliki pedagang meliputi pemilihan lokasi maupun faktor biaya. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang dipengaruhi oleh pihak lain diluar pedagang sendiri yang ketersediaan lahan, bantuan pemerintah maupun pengaruh dari pelanggan. Strategi adaptasi yang ada merupakan proses penyesuaian budaya dan aspek lainnya dari hasil seleksi ilmiah.

Beberapa strategi yang diterapkan demi kelangsungan usaha memang terapkan dalam berbagai bentuk. Mempertahankan kualitas desain agar tidak murahan dan disesuaikan dengan kebutuhan merupakan salah satu strategi pengembangan usaha yang dinamakan *Strenght-Treaths*. Hal ini tentunya berkaitan dengan penguatan dalam ekonomi kreatif. Konsep ekonomi kreatif mengintensifkan kreativitas dari sumber daya manusia. Peningkatan pada satu sektor kreatif akan meningkatkan sektor yang lain

sehingga kebutuhan akan media promosi demi kelangsungan usaha tidak terabaikan. Melalui peningkatan promosi akan meningkatkan kesadaran *stakeholders* akan peluang yang dimiliki oleh industri (Ardiyanti, 2015)

2. Persaingan usaha

Penelitian yang dilakukan oleh Raf (2012) menjelaskan bahwa komoditi industri yang berkembang memiliki potensi dalam hal daya saing. Daya saing sendiri merupakan kombinasi dari kinerja perdagangan yang mendukung dari kemampuan internal dan eksternal suatu industri untuk memiliki keunggulan bersaing dalam pasar industri yang sama maupun industri yang berbeda. Secara lebih lanjut dalam (Khoirunnas, 2014) menjelaskan bahwa persaingan bagi pengusaha akan terus terjadi supaya mampu memenangkan pasar dan mampu menarik konsumen sebanyak-banyaknya untuk membeli jasa yang ditawarkan oleh sebuah industri. Berkaitan dengan hal tersebut, faktor strategi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing industri dalam skala kecil maupun besar (Hadiati, 2008).

Perkembangan teknologi juga sangat berpengaruh terhadap daya saing. Hal ini disebabkan karena inovasi dari suatu produk yang harus disesuaikan dengan permintaan pasar. Teknologi dijadikan sebagai media dalam pengembangan inovasi yang mendorong keberlangsungan dalam pengembangan usaha. Pada dasarnya, mayoritas pengusaha kecil menghadapi kendala dengan perusahaan besar. Penyebabnya karena

kebutuhan mereka kurang di dukung pasar yang terdistorsi dan tersegmentasi. Ada beberapa aspek tertentu dari lingkungan bisnis yang memiliki relevansi khusus dengan daya saing yang mempengaruhi akses pasar. Untuk itu, strategi berorientasi pasar atau perluasan pangsa pasar diterapkan dengan tujuan meningkatkan akses Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam berdaya saing dengan usaha yang lebih besar (Mustofa, 2017; Hallberg, 2000; Raf, 2012).

Kegiatan usaha para pengusaha lebih merupakan tindakan rasional yang dipahami sebagai konsekuensi agar usaha mereka tetap eksis bertahan. Hubungan antara pengusaha dengan pekerja bukan merupakan hubungan ordinatif-subordinatif melainkan hubungan kemitraan. Hal ini tampak ketika industri penggarap tidak memperoleh orderan dari industri yang lebih besar, ternyata pemilik usaha sangat memikirkan nasib pekerjanya dengan mencari order dari industri besar lain. Berbeda dengan penjelasan di atas, hasil temuan penelitian ini menunjukkan tidak ada rasa bersaing karena masing-masing telah mempunyai orderan secara terpisah dan tidak beresiko menghadapi pemasaran yang kompetitif, karena hal itu dijalankan oleh industri yang memberikan orderan kerja. Dengan begitu, rasa ketergantungan antara pengusaha penggarap dengan pengusaha yang lebih besar, antara pengusaha penggarap dengan pekerja sangat besar, begitu juga ketergantungan antara pengusaha sebagai pemilik order sesungguhnya

dengan pengusaha besar terjadi hubungan kerja yang bersifat kooperatif (Susminingsih, 2003).

3. Aspek Budaya dalam Pengembangan Usaha

Berkaitan dengan aspek budaya, dalam pengembangan usaha tidak terlepas dari nilai-nilai budaya yang dimiliki masyarakat bersangkutan. Untuk mencapai keberhasilan usaha, diperlukan adanya organisasi-organisasi ekonomi berskala besar dan korporasi yang demokratis. Namun, kelembagaan itu baru dapat berfungsi secara baik apabila terdapat cukup perhatian terhadap pentingnya peranan kebiasaan-kebiasaan dalam budaya tradisional. Undang-undang, kontrak, dan rasionalitas ekonomi semata tidak cukup untuk menjamin stabilitas dan kesejahteraan masyarakat secara merata. Diperlukan adanya nilai-nilai resiprositas, rasa tanggung jawab moral, kewajiban terhadap masyarakat dan kepercayaan (berkaitan dengan etika dan moral) yang lebih didasarkan pada adat kebiasaan ketimbang perhitungan rasional. Kepercayaan muncul apabila masyarakat sama-sama memiliki seperangkat nilai-nilai moral yang memadai untuk menumbuhkan perilaku jujur pada masyarakat (Syahra, 2004).

Menurut Jatman (dalam Susminingsih, 2007), ketergantungan antara nilai dengan sikap hidup yang akhirnya disebut sebagai mental model sangat tinggi. Nilai-nilai hidup orang Jawa seperti sabar, rela dan *nrimo* adalah bagian dari wujud abstrak kebudayaan yang juga diterapkan dalam menjalankan usaha. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan

oleh (Rante, 2010) menjelaskan bahwa perilaku kewirausahaan memiliki peran strategis sebagai mediasi budaya etnis terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) agribisnis. Budaya etnis merupakan nilai-nilai budaya yang dianut oleh hampir semua suku Papua. Penggunaan budaya etnis didasarkan pada pemahaman bahwa dalam menjalankan usaha harus tetap memegang teguh nilai-nilai budaya yang dianut. Budaya etnis di sini lebih mengutamakan kepentingan adat dan kebersamaan. Sehingga mampu mewarnai perilaku pengusaha dalam menjalankan usaha.

Tabel 1. Kajian tentang Siasat Usaha Industri Kecil

No.	Nama Penulis	Nama Jurnal	Keterkaitan dengan Penelitian
1.	Sutopo (2011), Satria, (2011), Tahwin (2012), Supriyanto (2006), Purnama (2011), Hermanto (2011), Yeni (2014), Dias (2011), Ermandara (2016) Hendro (2019)	Dinamika Keuangan dan Perbankan Vol.3 No.1, Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.9 No.1, POTENSIO Vol.17 No.1 Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Vol.3 No.1, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.12 No.2, Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.9 No.3, Jurnal Aplikasi Manajemen Vo.12 No.3, Jurnal Aplikasi Manajemen Vol. 9 No.1, Indonesian of Journal Anthropology Vol.1 (1) Jurnal Imiah Kajian Antropologi Vo.2 no.2	Membahas tentang resiko dalam menjalankan bisnis yang berpengaruh terhadap ketahanan bisnis. Faktor pengembangan usaha ditentukan oleh kemampuan berwirausaha, motivasi kerja, penambahan modal dan pemberian intensif pada karyawan. Maka, konsep ekonomi kreatif dikembangkan sebagai siasat dalam pengembangan usaha serta melakukan kerjasama dengan berbagai pihak.
2.	Najmulmunir (2009), Nurhayati (2014), Susminingsih (2003), Andari (2018)	Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah Vol.1 No.1, Jurnal Solidarity Vol.6 No.1, Jurnal Penelitian Vol. 5 No. 2, Jurnal Antropologi 4 (1)	Membahas tentang strategi pengembangan usaha melalui penguatan daya tarik yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, melalui penerapan pola multiplier atau pengusaha kecil selain menjalankan kegiatan usahanya juga sebagai penggarap.
3.	Irianto (2014), Mirajiani (2014), Nurhayati (2017), Ardiyanti (2015), Rahmasari (2018)	Jurnal Komunitas Vol 6 (1) Humanity Vol.12. No.2, Jurnal Administrasi Publik Vol.3. No.5, Jurnal Administrasi Publik, 3(5), 733–738, Jurnal Antro Unair, VII(3),	Membahas tentang pemanfaatan strategi jaringan sosial dalam mempertahankan usaha guna mengurangi resiko kerugian yang dihadapi. Selain itu strategi adaptasi yang dilakukan dengan mempertahankan kualitas desain yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen sebagai cara dalam mempertahankan usaha

Tabel 2. Kajian tentang Persaingan Usaha

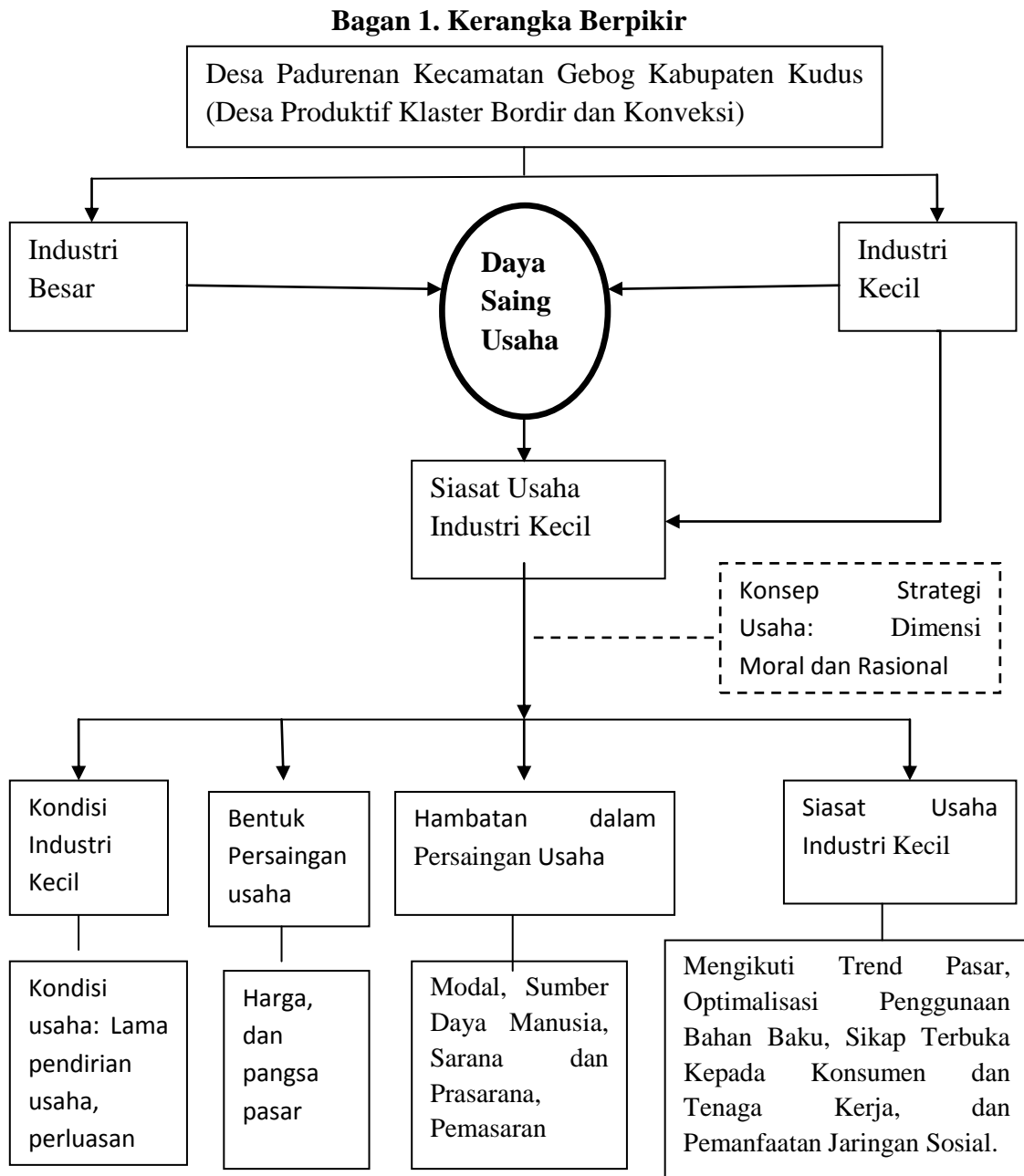
No.	Nama Penulis	Nama Jurnal	Keterkaitan dengan Penelitian
1.	Raf (2012), Khoirunnas (2014), Hadiati (2008), Mustofa (2017), Hallberg (2000)	Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.14. No.2, JOM FISIP 1(2), Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 10 (2) 115-123, International Journal of Applied and Economic Research 15 (6), International finance Corporation Number 40	Membahas tentang perkembangan teknologi yang berpengaruh terhadap daya saing. Teknologi dijadikan sebagai media dalam pengembangan inovasi dari produk yang disesuaikan dengan permintaan pasar untuk mendorong keberlangsungan usaha
2.	Susminingsih (2007)	Jurnal Penelitian Vol. 5 No. 2	Membahas tentang hubungan kerja yang bersifat kooperatif sehingga tidak ada rasa bersaing karena masing-masing telah memiliki orderan secara terpisah dan tidak beresiko menghadapi pemasaran yang kompetitif.

Tabel 3. Kajian tentang Aspek Budaya dalam Pengembangan Usaha

No.	Nama Penulis	Nama Jurnal	Keterkaitan dengan Penelitian
1.	Syahra (2004), Susminingsih (2003), Rante (2010)	Jurnal Masyarakat dan Budaya 6 (1), Jurnal Penelitian Vol. 5 No. 2, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.12. No.2,	Fokus penelitian tentang aspek kultural yang dipahami sebagai mental model dalam menjalankan usaha industri. Penerapan nilai-nilai hidup seperti tolong-menolong dijadikan sebagai pendukung dalam mempererat modal sosial.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah kerangka konseptual yang membantu penulis dalam melakukan penelitian yang berisi variabel penelitian yang terkait dengan masalah penelitian. Berikut gambar kerangka berpikir dalam penelitian ini.



Desa Padurenan merupakan salah satu desa di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus. Desa Padurenan sendiri sekarang ini terkenal sebagai desa produktif yang telah dicanangkan oleh Bupati Kudus sejak tahun 2009 dengan fokusnya pada cluster usaha kecil menengah bordir dan konveksi. Banyak industri yang berdiri di desa produktif ini dengan berbagai macam produk yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan dari industri di Desa Padurenan mulai dari bordir, konveksi seragam sekolah, jaket, mukena, dll dengan berbagai jenis model. Hasil produk ini banyak yang beredar di pasaran baik dalam kota maupun luar kota.

Berdasarkan perkembangannya, industri yang berdiri ada yang bentuknya industri dalam skala besar dan ada industri yang berdiri dalam skala kecil. Ada yang usahanya dirintis sudah sejak lama, ada pula yang baru saja dirintis. Berkaitan dengan pengembangan usaha tentunya terdapat daya saing antar pengusaha, apalagi bagi industri kecil yang notabene lingkup pengembangannya kecil. Maka dari itu, penelitian ini difokuskan pada siasat usaha industri kecil dalam menghadapi dominasi industri besar.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus merupakan desa produktif klaster bordir dan konveksi. Industri klaster bordir dan konveksi yang berkembang di Desa Padurenan dengan berbagi produk pakaian yang dihasilkan terdiri dari berbagai karakteristik yakni industri konveksi dengan pendirian usaha yang sudah lama, industri konveksi yang baru didirikan, industri konveksi dengan pangsa pasar yang sudah luas, dan industri konveksi dengan pangsa pasar yang masih sempit. Awal mula perintisan usaha konveksi dimulai dengan menjadi tenaga kerja di usaha milik orang lain yang sudah mapan. Keterampilan yang diperoleh dan pengalaman yang didapatkan selama menjadi buruh di usaha milik orang lain kemudian menjadi dorongan untuk membuka usaha konveksi sendiri.
2. Semakin banyaknya industri yang berdiri memiliki potensi dalam hal persaingan usaha yang semakin ketat. Namun, persaingan yang ada juga terjadi dengan industri yang sudah berkembang dalam skala besar. Bentuk-bentuk persaingan usaha di lingkungan bisnis pengusaha konveksi Desa Padurenan tersebut berupa perbedaan harga dan perluasan pangsa pasar.

3. Sebagai industri yang bergerak dalam bidang konveksi dan bordir, dalam menjalankan usaha terdapat beberapa hambatan yang dialami oleh industri kecil. Hambatan tersebut meliputi pertama rendahnya modal yang dimiliki yang menyebabkan terbatasnya hasil produksi. Kedua sulitnya mencari sumber daya manusia karena tenaga kerja yang ada lebih memilih untuk bekerja di industri yang sudah berkembang besar dan memilih bekerja di pabrik-pabrik besar dengan gaji yang ditawarkan lebih tinggi daripada industri kecil. Ketiga terbatasnya sarana dan prasarana yang dimiliki industri kecil dalam menjalankan kegiatan produksi meliputi terbatasnya lokasi produksi, bahan baku dan terbatasnya alat-alat produksi. Keempat jaringan pemasaran yang belum luas.
4. Siasat usaha dilakukan oleh industri kecil agar usahanya tetap *survive* (bertahan) di tengah-tengah persaingan usaha dan tetap melakukan kegiatan produktivitas. Siasat usaha tersebut meliputi mengikuti trend pasar agar produk yang dihasilkan dapat terjual di pasaran, optimalisasi penggunaan bahan baku untuk menekan ongkos produksi dan meminimalisir kerugian, promosi *online* melalui media internet serta promosi *offline* melalui *personal selling* (penjualan perorangan) dan pameran, sikap terbuka terhadap konsumen dan tenaga kerja, serta pemafaatan jaringan sosial.

B. Saran

1. Untuk Pemerintah Desa Padurenan
 - a. Pemerintah memberikan pelatihan secara berkala dan pemberdayaan kepada industri kecil untuk meningkatkan keterampilan, kualitas dan kuantitas industri kecil.
 - b. Pemerintah melakukan pengawasan dan pembinaan secara kontinu pada industri kecil untuk mendorong majunya desa produktif klaster bordir dan konveksi.
 - c. Pemerintah memberikan kemudahan dalam mengakses modal bagi pelaku industri kecil di Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya.
2. Bagi Pemilik industri kecil
 - a. Mengikuti pelatihan berwirausaha yang diadakan pemerintah untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan kerja.
 - b. Meningkatkan promosi baik *online* maupun *offline* untuk meningkatkan omzet penjualan.
 - c. Memperluas jaringan sosial untuk meningkatkan produktivitas dan mendukung agar industri kecil tetap *survive* (bertahan).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa-Putra, Heddy S.dkk. 2003. *Ekonomi Moral, Rasional & Politik dalam Industri Kecil Di Jawa*. Yogyakarta: Kepel Press
- Amalia, T. B. (2014). Strategi sosial ekonomi dan eksistensi usaha pedagang pasar tiban di kecamatan batang. *Solidarity*, 3(1), 56–66.
- Andari, I., Suriadi, A., & Harahap, R. H. (2018). Analisis Perubahan Orientasi Mata Pencarian dan Nilai Sosial Masyarakat Pasca Alih Fungsi Lahan Persawahan Menjadi Lahan Industri. *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial Dan Budaya (Journal of Social and Cultural Anthropology)*, 4(1), 1.
- Andriany, Isnaniq Dian, S. R. (2008). Kepemimpinan dan Tingkah Laku Kewiraswastaan dalam Industri Skala Kecil dan Menengah. *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi Dan Ekologi Manusia*, 02(02), 235–248.
- Ardiyanti, L., & Setyowati, E. (2014). (Studi pada Asosiasi Pengusaha Bordir Kelurahan Pogar Kecamatan Bangil dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Administrasi Publik*, 3(5), 733–738.
- Benny, Ridwan. 2000. *Filsafat Manusia Dominasi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Buted, D. R., Menez, N.L., dkk. (2014). Embroidery Industry as Tourist Attraction in Taal Batangas, Philippines. *Asia Pacific Journal Of Multidisciplinary*, 2(2)
- Depnaker. 1985. *Bahan Penyuluhan Tenaga Kerja di Sektor Informal di Bidang Usaha Industri Kecil*. Jakarta: Depnaker
- Ermandara, Dicky P. 2016. Resiko Bisnis dan Siasat Pedagang Kelana: Studi Kasus Pasar Jumat Asy-Syiraj di Kota Bandung. *Indonesian of Journal Anthropology*. Vol 1 (1).
- Fitriati, Rachma. 2015. *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*. Jakarta: Pustaka Obor Indonesia
- Hadibroto, H.S, Samuel A.M. Littik, dkk. 1998. *Mengembangkan Strategi Ekonomi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hadiati, Sri. (2008). Perilaku Wirausaha Industri Keramik Berskala Kecil Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di Malang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2) 115-123.
- Hallberg, K. (2000). A Market-Oriented Strategy For Small and Medium-Scale Enterprises. *International Finance Corporation*, (40).

- Hartanto, Airlangga. 2004. *Strategi Clustering dalam, Industrialisasi Indonesia*. Yogyakarta: ANDI
- Hendro, E. P. (2019). Konsep Pengembangan Kampung Batik Durenan Indah Suatu Pendekatan Antropologi Terapan. *Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 2(2), 176–181.
- Hermanto, Bambang. 2008. Pengaruh Lokasi Usaha, Karakteristik Bisnis, dan Kinerja Usaha Industri Kecil di Sulawesi Utara. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 9 No.3
- Indriastuti, A. (2016). Perilaku Akses Modal dan Pembayaran UMKM Bordir dan Konveksi Anggota KSU Padurenan Jaya Kudus. *STIE SEMARANG*, 8(2), 79–91.
- Irawan, D. H. (2018). THE INFLUENCES OF ENTREPRENEUR BEHAVIOR AND GROUP PARTICIPATION AGAINST BUSINESS PERFORMANCE THROUGH MOTIVATION. *Departemen of Bussiness Administrative Science*, 12(1), 32–41.
- Irianto, Agus Maladi. (2014). Strategi Adaptasi PKL Kota Semarang: Kajian Tentang Tindakan Sosial. *Jurnal Komunitas*, 6(1).
- Khoirunnas. Meyzi Heriyanto. (2014). Usaha-Usaha Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Industri Jasa Olahraga (Kasus Industri Jasa Olahraga Futsal Lancang Kuning Di Kecamatan Tampan Pekanbaru). *JOM FISIP*, 1(2).
- Longenecker, Justin G. 2007. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat
- Miles, M. B & Huberman. 2002. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press
- Mirajiani, Ekawati S. Wahyuni, Arif Satria, Saharuddin, T. K. (2014). Transformasi Pranata Patronase Masyarakat Nelayan: Dari Ekonomi Moralitas Menuju Ekonomi Pasar. *Jurnal Komunitas*, 6(1), 115–134.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mustofa, M. S., Ngabiyanto, & Santoso, A. B. (2017). Innovation and social capital in the development of embroidery industry in Nalum sari sub district of Jepara regency, central Java (a study in Nalum sari and Daren Villages). *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(6), 321–332.
- Mustofa, M. S., (2018). *Membangun Model Kapabilitas Inovasi Bisnis Unggul*

Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi terhadap IKM Bordir di Jawa Tengah). Disertasi. Program Doktor Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro Semarang.

- Najmulmunir, N. (2009). Analisis strategi pengembangan umkm kota bekasi berbasis rtrw. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 1(1), 1–14.
- Nurhayati, Hartati Sulisty Rini, A. L. (2017). Strategi adaptasi pedagang pasar johar semarang dalam mempertahankan kelangsungan usaha pasca kebakaran tahun 2015. *Jurnal Solidarity*, 6(1).
- Pangestu, Mari. Raymond Atje, dkk. 1996. *Transformasi Industri Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas*. Jakarta: Centre for Strategic and International Studies
- Popkin, S.L. 1986. *Petani Rasional*. Jakarta: Yayasan Padamu Negeri
- Purnama, C. (2010). Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 177–184.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Artikel Jurnal Analisa Sosiologi Oktober*, 5(2), 40–52.
- Raf, M. (2012). Analisis Eksplanatori Faktor Daya Saing Industri Kecil (Studi Pada Sentra Industri Kecil Batik Di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(2), 91–101.
- Rahman, Dewi Kusuma. Sri Wahyu L. H. S dkk (2015). Pengaruh Kreativitas dan Perilaku Inovatif Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil Melalui Motivasi Usaha Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengusaha UKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi. *Artikel Ilmiah*. Fakultas ekonomi Universitas Jember.
- Rahmasari, Iqke P. (2018). Strategi Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Batik Gajah Mada Di Desa Mojosari Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung (Perspektif Teori Moral - Rasional) . *AntroUnairdotNet*, VII(3), 282–297.
- Rahmawati, F. K. J. S. S. (2014). Perkembangan Industri Di Pedesaan dan Perubahan Karakteristik Wilayah Desa Di Desa Nguwet Kecamatan Kranggan Kabupaten Temanggung. *Jurnal Teknik PWK*, 3(4), 792–806.
- Rante, Y. (2010). Pengaruh Budaya Etnis dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Agribisnis di Provinsi Papua. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 133–141.

- Ririh, K. R., & Anggrahini, D. (2011). STRATEGI KEBIJAKAN PENGEMBANGAN DAN PEMBINAAN IKM KONVEKSI SEBAGAI SALAH SATU INDUSTRI KECIL MENENGAH DI INDONESIA. *Jurnal TI Undip*, VI(3).
- Ritzer, George. 2012. *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rodhiyah. (2015). Dampak Sosial Ekonomi Keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Konveksi Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 14(1), 1–14.
- Sairin, Sjafrin. Pujo Semedi. dkk. 2002. *Pengantar Antropologi Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Satria, Dias, A. P. (2011). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(1)
- Scott, James C. 1983. *Moral Ekonomi Petani*. Jakarta: LP3ES
- Slamet, Franky. Hetty Karunia T, dkk. 2014. *Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Indeks
- Subagyo, Pangestu. 2013. *Memperluas Usaha*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Subanar, Harimurti. 2001. *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Sudarmiani. MTh, K. (2016). PERUBAHAN POLA PERILAKU SOSIAL-EKONOMI Tumbuhnya industri kecil pedesaan sudah cermati Sajogyo (1978 : 5) pada dasawarsa pertama program pembangunan lima tahunan semasa pemerintahan Suharto . Revolusi Hijau dengan pemanfaatan hasil- hasil teknologi yang. *Jurnal LPPM*, 4(1), 17–25.
- Sudarti. (2011). MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MISKIN BERBASIS INDUSTRI KECIL / KERAJINAN (IKK). *Humanity*, 7(1), 64–72.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sumidi. (2004). Pemberdayaan industri kecil bordir di kabupaten kodus. *Dialogue JIAKP*, 1(2), 335–350.
- Sumodisastro, Hardjantho. 1985. *Pembangunan Ekonomi Indonesia*. Jakarta: PT. Gunung Agung
- Supriyanto. (2006). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

- Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi*, 3(1), 1–16.
- Susminingsih. (2003). Kultur ekonomi pada kluster industri kecil (Pendekatan Sosiologi terhadap Relasi Ekonomi & Agama Melalui Strategi: Moral, Rasional & Modal Sosial). *Jurnal Penelitian* Vol 5 No.2. 1–11.
- Sutopo Indi. (2011). PRODUKTIVITAS DAN KETAHANAN BISNIS INDUSTRI KECIL (Studi Empiris Industri Batik Tulis Trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon). *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 102–112.
- Syahra, R. (2004). FAKTOR-FAKTOR SOSIAL BUDAYA DALAM PENINGKATAN DAYA SAING : Kasus Industri Logam Di Sukabumi, Cepur, Tegal dan Pasuruan Rusydi Syahra 1. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, VI(1), 57–80.
- Tahwin, M. (2012). PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL (Studi Kasus Industri Bordir Kecamatan Sedan Kabupaten Rembang). *POTENSIO*, 17(1), 21–27.
- Thobias, E., & Tungka, D. A. K. (2013). Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan (Suatu studi perilaku usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talaud. *Journal “ ACTA DIURNA ” Edisi April 2013*, (April).
- Wahyuningsih, S. E. (2010). PAKAIAN JADI DALAM MENGEMBANGKAN INDUSTRI KONVEKSI DI ERA GLOBAL. *TEKNUBUGA*, 2(1), 1–12.
- Yeni, Y. H., Luthan, E., Hastini, L. Y., & Primasari, A. (2014). di Sumatera Barat melalui Entrepreneurial Marketing ; Studi pada UMKM Bordir dan Sulaman. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(September).
- Zinn, J. S., Aaronson, W. E., & Rosko, M. D. (1994). Strategic Groups , Performance , and Strategic Response in the Nursing Home Industry. *Health Service Research: University Philadelphia*