

**PENGEMBANGAN KEDAI ITAH BERBASIS
PERMAKULTUR**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi



Oleh

MUSTOFA

NIM 1804120904

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM PRODI EKONOMI SYARIAH
TAHUN AJARAN 2022 M / 1444 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur
Nama : Mustofa
Nim : 1804120904
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenjang : Strata Satu (S1)

Palangka Raya, November 2022

Menyetujui

Pembimbing I

Dr. Muzalifah, M.S.I
NIP. 198204032015032001

Pembimbing II

Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, M.E.
NIP 198809122019031005

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP 197404232001121002

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam

Dr. Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sy
NIP 198910102015032012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi
Saudara Mustofa**

Palangka Raya, September 2022

Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
Di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya,
maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : **MUSTOFA**

NIM : 1804120904

Judul : **PENGEMBANGAN KEDAI ITAH BERBASIS
PERMAKULTUR**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada
program studi Ekonomi Syari'ah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I


Dr. Muzalifah, M.S.I
NIP. 198204032015032001

Pembimbing II


Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, M.E.
NIP 198809122019031005

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur". Oleh Mustofa, NIM : 1804120904 telah di munaqasahkan oleh tim Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Senin

Tanggal : 17 Oktober 2022

Palangka Raya, 2022

Tim Penguji

1. Dr.M. Ali Sibram Malisi, M.Ag (.....)
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Prof. Dr. Ahmad Dakhoir, M.H.I. (.....)
(Penguji I)
3. Dr. Muzalifah, M.S.I (.....)
(Penguji II)
4. Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, M.E. (.....)
(Sekretaris/Penguji)

Mengetahui

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr.M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP 197404232001121002

PENGEMBANGAN KEDAI ITAH BERBASIS PERMAKULTUR

ABSTRAK

Oleh: Mutofa

NIM 1804120904

Kewirausahaan pada dasarnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki keinginan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Dalam hal memanfaatkan peluang, seorang pelaku usaha dituntut untuk selalu memiliki sikap kreatif dan inovatif. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa alasan masyarakat Kelurahan Tangkiling memilih Kedai Itah sebagai mitra bisnis, bagaimana strategi *marketing* kafe Kedai Itah dalam mempromosikan bisnis kuliner masyarakat Kelurahan Tangkiling dan bagaimana dampak ekonomi bagi mitra kerja kafe Kedai Itah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan masyarakat Kelurahan Tangkiling memilih Kedai Itah sebagai mitra bisnis, strategi *marketing* kafe Kedai Itah dalam mempromosikan bisnis kuliner masyarakat Kelurahan Tangkiling dan dampak ekonomi bagi mitra kerja kafe Kedai Itah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan Jenis Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian langsung yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 9 orang yang terdiri dari 6 orang subjek dan 3 orang responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alasan masyarakat Kelurahan Tangkiling Desa Suka Mulya bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, yaitu ingin usaha yang dijalani mengalami kemajuan serta ingin menambah penghasilan sekaligus untuk membantu ekonomi keluarga. Faktor lainnya juga karena melihat tetangga sekitar ikut menjadi mitra bisnis. Terdapat lima strategi pemasaran yang dilakukan oleh kafe Kedai Itah, antara lain yaitu: pertama, Kedai Itah membuat suasana dan menu yang menarik dan telah menyediakan layanan pemesanan. Kedua, target pasar kafe Kedai Itah berasal dari semua kalangan dan generasi. Ketiga, kafe Kedai Itah memiliki konsep kafe yang berbeda daripada kafe pada umumnya yang memiliki desain modern. Keempat, salah satu cara Kedai Itah memasarkan bisnisnya, yaitu melalui media sosial *instagram*. Kelima, Kafe Kedai Itah menggunakan hasil panen dari kebun pribadi dan menu lokal dari para mitra bisnis Kedai Itah. Kedai Itah membawa banyak dampak positif bagi perkembangan sebuah bisnis, terutama bagi volume penjualan, meningkatnya jumlah konsumen dan memperbaiki ekonomi keluarga.

Kata Kunci : Pengembangan, Dampak, Strategi, Permakultur

DEVELOPMENT OF A PERMACULTURE-BASED KEDAI ITAH

ABSTRACT

By : Mustofa

Entrepreneurship is basically the nature, characteristics, and character of someone who has a desire to creatively bring innovative ideas into the real world. In terms of taking advantage of opportunities, a business actor is required to always have a creative and innovative attitude. The formulation of the problem in this research is: what is the reason for the people of Tangkiling Village to choose Kedai Itah as a business partner? how effective is the marketing strategy of Kedai Itah cafe in promoting the culinary business of the Tangkiling Village community? and what is the economic impact for Kedai Itah cafe partners? This study aims to determine the reasons for the people of Tangkiling Village to choose Kedai Itah as a business partner, the marketing strategy of the Kedai Itah cafe in promoting the culinary business of the Tangkiling Village community, and the economic impact for Kedai Itah cafe partners.

This study uses a descriptive-qualitative approach. This type of research is a type of field research, namely direct research related to the object to be studied. While the sample in this study amounted to 9 people, consisting of 6 subjects and 3 respondents using the purposive sampling technique, While the data collection techniques used in this study were observation, interviews, and documentation,

The results of this study indicate that the reason the people of Tangkiling Village and Suka Mulya Village joined as business partners for the Kedai Itah cafe is that they want their businesses to progress and want to increase their income as well as help the family economy. Another factor is seeing their neighbors become business partners. There are five marketing strategies carried out by Kedai Itah cafe, among others, namely: first, Kedai Itah creates an attractive atmosphere and menu and provides ordering services. Second, the target market for Kedai Itah cafes comes from all walks of life and all generations. Third, Kedai Itah Cafe has a different cafe concept than cafes in general, which have a modern design. Fourth, one of the ways Kedai Itah markets its business is through Instagram social media. Fifth, Kedai Itah Café uses produce from private gardens and local menus from Kedai Itah's business partners. Kedai Itah has many positive impacts for the development of a business, especially for sales volume, increasing the number of consumers, and improving the family economy.

Keywords: *Development, Impact, Strategy, Permaculture*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala (SWT) yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur” dengan lancar. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam beserta keluarga, sahabat dan para pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini dikerjakan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan, terutama peneliti mengucapkan terima kasih kepada Yang Terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya,
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Hamdanah, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Dan Pengembangan Lembaga Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya,
3. Bapak Dr. M. Ali Sibram Malisi, M,Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya,
4. Ibu Dr. Itsla Yunisva Aviva, S,E,I, M.E.Sy selaku ketua jurusan Ekonomi Islam.

5. Ibu Jelita, M.SI selaku ketua program studi Ekonomi Syariah selama peneliti menjalani perkuliahan,
6. Ibu Dr. Muzalifah, M.S.I dan Bapak Rahmad Kurniawan, S.E.Sy, M.E. selaku pembimbing I dan pembimbing II yang selalu membimbing dan meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan, pikiran dan penjelasan kepada peneliti,
7. Dosen-dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh Dosen IAIN Palangka Raya telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan,
8. Terima kasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada kedua orang tua Ayah dan Ibu peneliti, berkat do'a dan motivasinya yang tiada henti dari mereka sampai selesainya skripsi ini,
9. Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, akan tetapi peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana semestinya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Aamiin yaa Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, September 2022

Peneliti,

Mustofa
NIM 1804120904



PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mustofa
Nim : 1804120904
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGEMBANGAN KEDAI ITAH BERBASIS PERMAKULTUR”** adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, September 2022

Yang Membuat Pernyataan,



MUSTOFA
NIM 1804120904

MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ

إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

:“ Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (Qs. At-Taubah:

105)



PERSEMBAHAN

Atas Ridho Allah SWT dengan segala kerendahan hati peneliti Karya ini saya persembahkan

1. Untuk Tuhanku Yang Maha Esa, yaitu Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, karunia serta kasih sayang dari Engkau, hambaMu yang dhaif ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini, semoga hamba bisa selalu bersyukur atas semua kenikmatan yang telah diberikan. Apapun anugrah dan cobaan itu, semoga hamba selalu mengingat Mu dan selalu dekat dan menyayangi Tuhanku.
2. Untuk Bapak (Sugiono Suroso) dan Ibu (Manisem) tercinta rasa terima kasih yang tiada tara kupersembahkan karya ini. Kalian berdua yang telah memberikan kontribusi terbesar dalam hidupku, yang selalu memberi dukungan, memberikan nasihat yang lebih untuk kesuksesan anakmu ini, terimakasih atas semua doa-doa yang dipanjatkan kepadaku, terimakasih atas semua bantuan apapun untuk kehidupanku, terimakasih atas semua kebaikan-kebaikan yang anakmu ini tidak bisa membalasnya, semoga kebaikan-kebaikan kalian menjadi amal jariyah dan pahala perjuangan jihad, semoga kalian selalu dalam perlindungan Nya, selalu dalam dekapan kasih sayang Nya, semoga selalu diberikan kesehatan dan umur yang berkah, Aamiin...
3. Untuk adikku (Yulisafira) tercinta, adik yang hebat, dan luar biasa. Semoga selalu menjadi anak yang berbakti kepada Bapak Ibu dan taat beribadah kepada Allah SWT membukakan pintu syurga bagi Bapak dan Ibu, semoga segala cita-cita bisa tercapai dan dapat melanjutkan sekolah sampai ke bangku perkuliahan, bisa sukses dan menjadi insan yang lebih baik kedepannya.

4. Untuk sahabat-sahabatku (Apersa, Kasmariadi, Imam Septiarahadi) terimakasih telah menemaniku selama dibangku perkuliahan, banyak kenangan yang telah kita ukir kawan dan teman-teman seperjuanganku ESY E Angkatan 2018 semoga Allah SWT mencintai dan meridhoi perjuangan kita, semoga menjadi insan yang bertakwa, sukses dunia dan akhirat.
5. Untuk teman-teman Geng Cemara, terimakasih banyak atas dukungan dan dorongan, terutama untuk Fahru Arrazi dan Ripma Febriansyah yang telah mengijinkanku untuk bergabung di Kos Kalian, Ahmad Saukani, Indra Maulana dan Khairil Ahyar yang telah meminjamkan printer untuk menunjang skripsiku, semoga Allah membalas semua kebaikan kalian. Untuk orang baik, Mutiara yang senantiasa membantu dan mendukung penulisan skripsi. Juga untuk Keluargaku dari TIENS SYARIAH terutama Pak M. Abdul Gani, S.Pd, Pak M. Kamal Jamali, Devri Sastriawan dan teman-teman yang lain.
6. Untuk tempat kerjaku disaat aku mengejar penulisan skripsi agar sidang tepat waktu, CV SAHABAT ALAM KALIMANTAN yang sudah mengijinkanku untuk ijin bekerja, dan rekan kerjaku disana yang sudah mendukung, terutama Bang Jefri, Mas Ipul dan Mas Wahyu.
7. Untuk Kafe Kedai Itah serta mitra bisnisnya yang sudah menerima peneliti untuk meneliti.
8. Teruntuk almamaterku tercinta, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, serta bapak ibu dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terimakasih ku ucapkan.
9. Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sudah turut memberikan kontribusi bantuan, semoga Allah SWT membalas

kebaikan

kalian.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	,	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En

و	Wawu	W	Em
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta'qqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	xi
MOTTO	xii
PERSEMBAHAN	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xvi
DAFTAR ISI	xx
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR BAGAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Kajian Teoritis	17
1. Kajian Teoritik.....	17
a. Teori Dampak.....	17
b. Teori Bisnis	18
c. Teori <i>Marketing</i> Syariah	19
d. Teori Ekonomi Kreatif	24

2. Kajian Konseptual.....	27
a. Konsep Produktivitas	27
b. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.....	28
c. Konsep Kesejahteraan Masyarakat	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Pengabsahan Data.....	46
F. Analisis Data.....	47
G. Sistematika Penulisan	48

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	50
B. Penyajian Data.....	51
C. Analisis Data.....	78

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	14
--	----



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	36
---	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kewirausahaan pada dasarnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki keinginan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Dalam hal memanfaatkan peluang, seorang pelaku usaha dituntut untuk selalu memiliki sikap kreatif dan inovatif. Menjadi wirausaha juga merupakan salah satu jalan yang baik untuk mengembangkan potensi dan sumber-sumber yang dimiliki guna menciptakan kehidupan yang lebih baik. Terlebih lagi di era modern seperti saat ini, peluang untuk berwirausaha semakin beragam. Salah satu usaha yang memiliki peluang yang terbilang bagus pada saat ini yaitu bisnis kafe. Dengan menawarkan berbagai minuman dan makanan yang khas, disertai dengan promosi yang memanfaatkan teknologi, bisnis kafe bisa berkembang pesat. Tentunya juga harus dilakukan dengan tekun, konsisten dan pelaku usaha harus memiliki ilmu dasar marketing.¹

Perkembangan bisnis kafe di Indonesia saat ini sangat pesat, baik di kota besar maupun kota kecil. Maraknya kemunculan bisnis kafe tersebut menjadi bukti dari tingginya minat masyarakat terhadap keberadaan kafe yang turut diikuti dengan munculnya fenomena baru di kalangan anak muda yaitu “budaya nongkrong di kafe”. Hal ini dapat dipahami sebagai bentuk tuntutan globalisasi yang berdampak signifikan terhadap gaya hidup

¹Elly Rasmikayati, dkk, *Keragaan, Potensi dan Kendala pada Usaha Kedai Kopi di Jatinangor (Kasus pada Belike Coffe Shop dan Balad Coffe Works)*, Agrotekh (Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan), Vol. 1, No. 1, 2020, h. 27.

masyarakat, salah satunya adalah kebutuhan untuk ajang sosialisasi dengan komunitasnya. Seiring berkembangnya waktu, kehidupan masyarakat pun mulai mengalami perubahan gaya hidup, salah satunya yaitu manifestasi berupa kemunculan berbagai tren baru seperti budaya nongkrong di kafe. Bisnis kafe tersebut juga dinilai menjanjikan apabila wirausaha-wirausaha muda mampu bersaing dengan cara mengangkat berbagai konsep dan ide-ide baru yang tentunya diciptakan demi memikat hati para pelanggan serta meningkatkan eksistensi bisnis tersebut tetap diminati masyarakat- masyarakat modern saat ini.²

Pada era kompetisi yang begitu ketat, persaingan kualitas produk baik usaha dagang maupun jasa semakin meningkat. Wirausaha yang tidak memiliki pondasi kuat akan dengan mudah dikalahkan oleh pesaing-pesaing dengan target pasar serupa dikarenakan mayoritas konsumen lebih selektif dalam memilih lokasi atau tempat mana yang akan konsumen tersebut kunjungi. Jika mayoritas konsumen menganggap suatu kafe tidak memuaskan, maka kafe tersebut dapat dengan mudah ditinggalkan serta dengan mudah tergantikan eksistensinya. Ketatnya persaingan dan meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap suatu produk membuat wirausahawan harus memiliki berbagai cara guna meningkatkan proporsi dari nilai produknya.³

Kelurahan Tangkiling yang terletak di salah satu Kecamatan Bukit Batu

² Ahmad Fauzi, dkk, *Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar*, Jurnal Ilmu Politik, Vol 1. No.1, 2017, h. 2.

³ Dionisius Apecilus Nggaur, *Pengaruh Harga, Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Vaeriable Moderator*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2018, h. 1-2.

di Kota Palangka Raya juga tidak ketinggalan dalam hal perkembangan bisnis kafe dengan berbagai keunikan yang ditawarkan. Walaupun awalnya kemunculan bisnis kuliner berkonsep kafe di daerah tersebut dianggap asing karena identik dengan kemewahan dan harga yang mahal, namun dengan seiring berjalannya waktu masyarakat mampu mengikuti serta mengenali eksistensinya dengan baik. Justru dalam beberapa waktu ini kafe di Kelurahan Tangkiling semakin menjamur beredar dan banyak dikunjungi, khususnya oleh anak-anak muda dengan kebutuhan kuliner tertentu yang berkunjung untuk sekedar berkumpul dan bercengkrama dengan sahabat serta kerabat terdekat⁴

Kedai Itah adalah kafe yang terletak di daerah perbukitan Kelurahan Tangkiling, Kecamatan Bukit Batu, Kota Palangka Raya. Kedai Itah sendiri merupakan produktivitas usaha yang dibentuk oleh sekumpulan anak-anak muda yang belajar bersama, yang pada awalnya berfungsi sebagai wadah (tempat) berkumpul dari komunitas belajar tersebut atau biasa dikenal masyarakat Tangkiling dengan sebutan komunitas *sharing*. Sejak berdiri tahun 2020-sekarang, Kedai Itah semakin ramai dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun luar daerah karena mampu memberikan nuansa pedesaan yang khas.⁵ Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, Kedai Itah menawarkan menu yang unik dan sangat jauh dari kesan makanan mewah seperti *sego jagung*, *sego tiwul*, *brownies* kelapa dan gado-gado. Makanan yang disajikan oleh

⁴ Hasil Pra-Observasi Peneliti, 15 Oktober 2021.

⁵ Prokal.co, *Menikmati Akhir Pekan di Kedai Itah, Berasa di Kampung Halaman*, diakses dari <https://kalteng.prokal.co/read/news/50486-menikmati-akhir-pekan-di-kedai-itah-berasa-di-kampung-halaman.html>, pada tanggal 22 Oktober 2021 pukul 15.54 WIB.

Kedai Itah tersebut merupakan makanan lokal yang diolah langsung oleh masyarakat asli kelurahan Tangkiling.

Berdasarkan hasil pra-observasi tersebut adanya bentuk kerja sama antara *founder* (pemilik) kafe Kedai Itah dengan masyarakat Kelurahan Tangkiling. Dalam hal ini masyarakat memanfaatkan dapur rumah tetangga terdekat guna mengolah berbagai menu yang nantinya akan dijual serta dipromosikan di berbagai akun media sosial resmi dari kafe Kedai Itah. Salah satu akun yang sering digunakan sebagai sarana promosi yaitu akun *instagram @kedaiitah* dengan jumlah *followers* sebanyak 15,1 ribu.⁶

Kedai Itah sendiri memang dikenal cukup mumpuni dalam hal strategi pemasaran, dan dinilai mampu memberdayakan masyarakat Kelurahan Tangkiling secara optimal. Semua masyarakat Kelurahan Tangkiling bisa bergabung sebagai mitra kerja Kedai Itah, pemilihan secara selektif masih diberlakukan, dimana masyarakat dengan hasil produksi baik akan diterima dan masyarakat dengan produksi lemah akan dikembalikan. Meskipun memiliki upaya pemberdayaan, Kafe Kedai Itah sendiri tidak turut memberikan penyuluhan secara aktif kepada masyarakat. Kafe Kedai Itah hanya memfasilitasi wadah serta memasarkan produk hasil olahan seluruh mitra kerjanya, Kedai Itah juga membeli produk mentah kepada petani sekitar.⁷

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur”.

B. Rumusan Masalah

⁶ Hasil Pra-Observasi Peneliti, 16 Oktober 2021.

⁷ *Ibid.*

Berdasarkan penjelasan di atas, agar pembahasan pada penelitian ini lebih terarah, peneliti perlu mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Mengapa masyarakat Kelurahan Tangkiling memilih Kedai Itah sebagai mitra bisnis?
2. Bagaimana strategi *marketing* kafe Kedai Itah dalam mempromosikan bisnis kuliner masyarakat Kelurahan Tangkiling?
3. Bagaimana dampak ekonomi bagi mitra kerja kafe Kedai Itah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan alasan masyarakat Kelurahan Tangkiling memilih Kedai Itah sebagai mitra bisnis
2. Mendeskripsikan strategi *marketing* kafe Kedai Itah dalam mempromosikan bisnis kuliner masyarakat Kelurahan Tangkiling.
3. Mendeskripsikan dampak ekonomi bagi mitra kerja kafe Kedai Itah.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat teoritis dan kegunaan berbentuk praktis.

1. Manfaat teoritis penelitian ini adalah:
 - a. Menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang sosial ekonomi;
 - b. Dapat dijadikan titik tolak bagi penelitian kajian ekonomi khususnya di bidang sosial ekonomi lebih lanjut, baik untuk peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain, sehingga kegiatan penelitian

dapat dilakukan secara berkesinambungan;

- c. Sebagai bahan bacaan dan sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah kepustakaan bagi kepustakaan di bidang sosial ekonomi.
 - d. Sebagai literatur sekaligus sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah kajian sosial ekonomi terutama mengenai pemberdayaan usaha kekinian secara khusus;
2. Manfaat praktis penelitian ini adalah:
- a. Sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat, khususnya dalam mengasah serta memberdayakan peluang usaha kekinian guna meningkatkan taraf hidup masyarakat menengah ke bawah pada masyarakat Kelurahan Tangkiling Kota Palangka Raya;
 - b. Sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat Tangkiling Kota Palangka Raya.
 - c. Sebagai bahan evaluasi bagi Kedai Itah dalam melihat sejauh mana keberhasilan dari kegiatan yang selama ini mereka lakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui beberapa hasil dari penelitian terdahulu merupakan hal yang sangat diperlukan dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Penelitian terdahulu relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas oleh peneliti yang perlu dijadikan acuan tersendiri. Berdasarkan hasil penelusuran yang peneliti lakukan didapatkan beberapa penelitian, yakni sebagai berikut:

Pertama, Skripsi yang disusun oleh Samsul Alil Bahril dari UIN Alauddin Makassar, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan PMI Konsentrasi Kesejahteraan Sosial yang berjudul “Peningkatan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa”. Hasil penelitian dari skripsi Samsul Alil Bahril ini menyatakan bahwa upaya peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat melalui kelompok usaha bersama (KUBE) dapat dikatakan efektif apabila dilihat dari ketercapaiannya, dimana kelompok usaha tersebut mampu memberikan ilmu bahkan kesempatan kerja bagi masyarakat yang kurang beruntung serta mampu merangkul masyarakat berpendapatan minim dengan memberikan pelatihan-pelatihan berwirausaha meskipun keterbatasan modal, keterbatasan bahan baku, maraknya persaingan, serta menurunnya hubungan baik antar anggota masih belum sepenuhnya dihindari.⁸

⁸ Samsul Alil Bahril, *Peningkatan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa*, Makassar: UIN Alauddin Makassar,

Penelitian skripsi yang dikaji oleh Samsul Alil Bahril ini sangat memberikan manfaat bagi peneliti karena mampu memberikan bahan masukan terkait tingkat efektifitas kelompok usaha bersama dalam meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat serta faktor pendukung dan penghambat dari pengembangan bisnis kelompok usaha tersebut. Persamaan antara skripsi Samsul Alil Bahril dengan skripsi peneliti yaitu mengkaji tentang peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam suatu kerjasama, menggunakan jenis penelitian lapangan dengan metode kualitatif, serta pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada program kegiatan yang diberikan dalam proses meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat berupa pelatihan keterampilan serta kegiatan wajib menabung oleh pengelola dan anggota kelompok usaha, berbeda dengan program usaha penelitian peneliti yang lebih kepada ajakan untuk setiap lapisan masyarakat guna menjual produk olahannya kepada anggota komunitas dengan pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan bersama.

Kedua, Skripsi yang disusun oleh Hanifah Afro Fitria dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjudul “Analisis Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Sentra Industri Kecil Roti Desa Kalimalang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo)”. Hasil penelitian skripsi tersebut menyatakan bahwa dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sentra industri roti Desa Kalimalang

ini melakukan perekrutan karyawan dengan sistem kekerabatan yaitu keluarga maupun tetangga sekitar sentra industri tersebut. Adanya sentra industri kecil tersebut diakui sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan pendapatan harian, serta mampu mengurangi tingkat pengangguran di Desa Kalimalang tersebut.⁹

Penelitian skripsi yang dikaji oleh Hanifah Afro Fitria ini sangat memberikan manfaat bagi peneliti karena mampu memberikan bahan masukan berupa dampak positif berdirinya usaha serta pentingnya pola perekrutan karyawan dalam sektor industri desa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Persamaan antara skripsi Hanifah Afro Fitria dengan skripsi peneliti yaitu mengkaji tentang pola dan dampak usaha kecil mikro terhadap kesejahteraan masyarakat Desa, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif serta menggunakan jenis penelitian lapangan. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada proses perekrutan karyawan yang ditentukan secara kekerabatan, dimana masyarakat berkeahlian rendah mendapatkan pemberdayaan terlebih dahulu, berbeda dengan penelitian peneliti dimana masyarakat memang memiliki keahlian tersendiri, sehingga keseluruhan olahan merupakan hasil tangan masyarakat Kelurahan Tangkiling.

Ketiga, Skripsi yang disusun oleh Khairul Anam dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang berjudul “Pemberdayaan

⁹ Hanifah Afro Fitria, *Analisis Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi pada Sentra Industri Kecil Roti Desa Kalimalang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorog*, Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019, h. 87-89.

Ekonomi Masyarakat di Komunitas ECO *Bussiness* Indonesia Kelurahan Kedaung Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan”. Hasil penelitian dari Khairul Anam ini menyatakan bahwa pemberdayaan tenaga kreatif (PETAKA) di komunitas ECO *Bussiness* Indonesia telah memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat Kelurahan Kedaung Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan seperti merubah *mindshet* masyarakat terkait banyaknya potensi lokal yang perlu digali serta pentingnya kreativitas guna memperoleh nilai jual produk yang lebih mumpuni.¹⁰

Penelitian skripsi yang dikaji oleh Khairul Anam ini sangat memberikan manfaat bagi peneliti karena mampu memberikan bahan masukan berupa dampak positif dari pemberdayaan tenaga kreatif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat berupa upaya memberdayakan masyarakat Kelurahan Kedaung Kecamatan Pamulang mampu lebih produktif serta lebih kreatif dengan tetap bersumber dari kekayaan alam sekitar. Persamaan antara skripsi Khairul Anam dengan skripsi peneliti yaitu mengkaji tentang pemodaln yang dikelola oleh sektor usaha berupa fasilitas tempat bermitra, menggunakan deskriptif kualitatif serta menggunakan jenis penelitian lapangan. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada program pemberdayaan berupa pelatihan *lifskill* dengan kerajinan utama berbahan dasar sampah serta jaringan bisnis yang telah menggunakan *system quadro heliq*, berbeda dengan penelitian

¹⁰ Khairul Anam, “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Komunitas ECO *Bussiness* Indonesia Kelurahan Kedaung Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan”, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017.

peneliti dimana produk yang diproduksinya berupa makanan layak konsumsi dengan pemberdayaan berupa pemodalan tempat serta kemudahan akses jual beli untuk setiap konsumen tanpa memberikan pelatihan-pelatihan tertentu kepada setiap produsen/masyarakat.

Keempat, Skripsi yang disusun oleh Tyas Arma Rindi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wonokarto, Kec. Sekampung Kab. Lampung Timur)”. Hasil penelitian dari Tyas Arma Rindi ini menyatakan bahwa pemberdayaan yang ada di desa wonokarto yang bergerak pada sektor pariwisata unggulan. Dengan destinasi yang ada di desa wonokarto yaitu kerajinan bambu yang dibuat oleh sekelompok paguyuban guyup rukun, event grastrak yang diadakan setiap setahun sekali di arena wonosari indah dan embung tirtayasa yang dikelola oleh kelompok sadar wisata (podarwis) wonokarto yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat sekitar.¹¹

Penelitian skripsi yang dikaji oleh Tyas Arma Rindi ini sangat memberikan manfaat bagi peneliti karena mampu memberikan bahan masukan berupa peran pada pemberdayaan masyarakat dan mengurangi pengangguran dan mengurangi kejahatan. Serta dengan adanya desa wisata membuat masyarakat sibuk dan mempunyai pekerjaan sendiri, serta melibatkan partisipasi serta dapat memberdayakan masyarakat wonokarto. Persamaan antara skripsi yang dilakukan oleh Tyas Arma Rindi tidak jauh berbeda dengan

¹¹ Tyas Arma Rindi, “*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wonokarto, Kec. Sekampung Kab. Lampung Timur)*”, Metro: IAIN Metro, 2019.

skripsi peneliti yaitu penelitian terkait pemberdayaan masyarakat berdasarkan peluang bisnis di wilayah tertentu, dengan maksud mensejahterakan kehidupan masyarakat setempat.. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak penelitian Tyas terfokus pada peluang usaha pada sektor pariwisata, sedangkan penelitian peneliti hanya terfokus pada peluang usaha kuliner dimana masyarakat memang dipilah dan dibina guna menghasilkan usaha atau mata pencaharian baru yang tentunya dengan memanfaatkan hasil perkebunan masyarakat sekitar pula.

Kelima, Skripsi yang disusun oleh Riska Furwanti dari Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjudul “Pengembangan Dodol Rasau Pada Home Industry Di Kota Palangka Raya (Pendekatan Swot Analisis)”. Hasil penelitian dari Riska Furwanti ini menyatakan bahwa kontribusi home industry dodol buah rasau dalam meningkatkan perekonomian masyarakat menunjukkan kontribusi yang baik terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, tidak hanya bagi pelaku usaha home industry dodol rasau akan tetapi juga pada masyarakat sekitar.¹²

Penelitian skripsi yang dikaji oleh Riska Furwanti ini sangat memberikan manfaat bagi peneliti karena mampu memberikan bahan masukan berupa Home industry dodol rasau yang memberikan peluang usaha baru bagi masyarakat setempat, selain itu usaha home industry dodol rasau juga mampu menambah pendapatan bagi masyarakat sekitar, dimana produk olahan dodol

¹² Riska Furwanti, “*Pengembangan Dodol Rasau Pada Home Industry Di Kota Palangka Raya (Pendekatan Swot Analisis)*”, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2021.

rasau yang dihasilkan tidak hanya dijual sendiri tetapi juga dititipkan dan dijual kembali oleh para pedagang di sekitarnya sehingga memberikan pemasukan bagi pembuat dodol dan juga memberikan pemasukan berupa selisih harga penjualan kepada para pedagang lainnya di kawasan wisata pelabuhan Kereng Bangkirai. Persamaan antara skripsi yang dilakukan oleh Riska Furwanti tidak jauh berbeda dengan skripsi peneliti yaitu penelitian terkait peluang bisnis dengan memanfaatkan hasil bumi asli daerah tertentu dengan cara memberdayakan warga sekitar dalam proses pengelolaannya. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak Penelitian Riska terfokus pada pemberdayaan masyarakat guna mengelola tanaman liar layak konsumsi, sedangkan penelitian peneliti terfokus pada pemberdayaan hasil bumi masyarakat sekitar, guna memperoleh nilai jual yang lebih tinggi setelah melalui proses pengolahan.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Samsul Alil Bahril dari UIN Alauidin Makassar, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan PMI Konsentrasi Kesejahteraan Sosial yang berjudul “Peningkatan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa”.Skripsi, 2017.	Penelitian yang dilakukan oleh Samsul tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu sama membahas tentang Bisnis, serta kesamaan pada metode penelitian yaitu sama-sama kualitatif.	Penelitian Samsul fokus mengenai Peningkatan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur.
2	Hanifah Afro Fitria dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjudul “Analisis Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Sentra Industri Kecil Roti Desa Kalimalang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo)”. Skripsi, 2019.	Penelitian yang dilakukan oleh Hanifah tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu sama membahas tentang Usaha, serta kesamaan pada metode penelitian yaitu sama-sama kualitatif.	Penelitian Hanifah fokus mengenai Analisis Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Sentra Industri Kecil Roti Desa Kalimalang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur.

3	<p>Khairul Anam dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang berjudul “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Komunitas ECO <i>Bussiness</i> Indonesia Kelurahan Kedaung Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan”. Skripsi, 2017.</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Khairul tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu sama membahas tentang Usaha, serta kesamaan pada metode penelitian yaitu sama-sama kualitatif.</p>	<p>Penelitian Khairul fokus mengenai Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Komunitas ECO <i>Bussiness</i> Indonesia Kelurahan Kedaung Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur.</p>
4	<p>Skripsi Tyas Arma Rindi dari IAIN Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul ”Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wonokarto Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur”. Skripsi, 2019</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Tyas Arma Rindi tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu penelitian terkait pemberdayaan masyarakat berdasarkan peluang bisnis di wilayah tertentu, dengan maksud mensejahterakan kehidupan masyarakat setempat.</p>	<p>Penelitian Tyas terfokus pada peluang usaha pada sektor pariwisata, sedangkan penelitian peneliti hanya terfokus pada peluang usaha kuliner dimana masyarakat memang dipilah dan dibina guna menghasilkan usaha atau mata pencaharian baru yang tentunya dengan memanfaatkan hasil perkebunan masyarakat sekitar pula.</p>

5	Skripsi Riska Furwanti dari IAIN Palangka Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul “Pengembangan Dodol Rasau Pada Home Industry di Kota Palangka Raya (Pendekatan Swot Analisis). Skripsi, 2021	Penelitian yang dilakukan oleh Riska Furwanti tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu penelitian terkait peluang bisnis dengan memanfaatkan hasil bumi asli daerah tertentu dengan cara memberdayakan warga sekitar dalam proses pengelolaannya.	Penelitian Riska terfokus pada pemberdayaan masyarakat guna mengelola tanaman liar layak konsumsi, sedangkan penelitian peneliti terfokus pada pemberdayaan hasil bumi masyarakat sekitar, guna memperoleh nilai jual yang lebih tinggi setelah melalui proses pengolahan.
---	---	--	--

Sumber: dibuat oleh Peneliti, 2021.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur. Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu dimana pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Kedai Itah merupakan kegiatan kerja sama antara pemilik dengan masyarakat dalam rangka mendongkrak ekonomi sekitar berupa pengolahan sumber daya alam menjadi bahan siap konsumsi dimana bahan mentah pun dihasilkan dari hasil perkebunan masyarakat sekitar. Adanya mediator sebagai wadah pembinaan sekaligus media penjualan menjadi poin penting yang membedakan penelitian peneliti dengan penelitian-penelitian lainnya. Sedangkan kelima penelitian diatas hanya terfokus pada proses pembinaan dan pelatihan tanpa adanya dukungan mediator seperti wadah penjualan juga pemasaran aktif dalam konsep *marketing modern*.

B. Kajian Teoritis

1. Kajian Teoritik

a. Teori Dampak

Menurut Hikmah Arif, dampak merupakan segala sesuatu yang diakibatkan oleh sesuatu yang dilakukan. Menurut Kerap, dampak merupakan sebuah pengaruh yang kuat dari individu atau kelompok yang melakukan tugas dalam kedudukannya. Pengaruh tersebut nantinya akan membawa perubahan, baik perubahan ke arah yang positif atau pun ke arah negatif. Sedangkan menurut Hosio, dampak merupakan sebuah perubahan tingkah laku dan sikap yang disebabkan oleh sebuah kebijakan.¹³

Menurut Otto Soemarwotom dampak adalah sebuah pengaruh dari kegiatan. Sedangkan menurut Hiro Tugiman, dampak adalah sesuatu yang bersifat objektif. Dampak merupakan sebuah konsep pengawasan internal yang bersifat sangat penting, yang dengan mudah dapat diubah menjadi sesuatu yang dipahami dan ditanggapi secara serius oleh manajemen. Secara sederhana, dampak diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh individu terdapat dua dampak, yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak juga bisa diartikan sebagai proses lanjutan dari sebuah pengambilan keputusan.¹⁴

¹³ Sinta Hariyati, *Persepsi Masyarakat terhadap Pembangunan Jembatan Mahkota II di Kota Samarinda*, eJournal Ilmu Pemerintahan, Vol. 3, No. 2, 2015, h.6.

¹⁴ Andreas G. Ch. Tampi, dkk, *Dampak Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Terhadap Masyarakat di Kelurahan Tingkulu*, e-journal Acta Diurna, Vol. 5, No. 1. 2016, h. 2.

b. Teori Bisnis

Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris "*business*" yang dapat diartikan perusahaan atau usaha. Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.¹⁵

Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung lingkup penggunaannya. Penggunaan kata bisnis dapat merujuk badan usaha yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, maupun ekonomis yang bertujuan mencari laba. Penggunaan lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu contohnya bisnis kuliner dan sebagainya. Penggunaan yang lebih luas lagi merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan komunitas penyedia barang dan jasa dari bisnis tersebut. Jadi bisnis secara keseluruhan adalah suatu aktivitas pembuatan, pembelian, atau penjualan barang dan jasa yang kemudian ditukarkan dengan uang, kerja atau aktivitas yang merupakan bagian dari pekerjaan maupun jumlah aktivitas yang telah diselesaikan oleh sebuah toko, perusahaan, pabrik dan tempat-tempat lainnya.¹⁶

Adapun indikator keberhasilan dalam bisnis, yaitu:

¹⁵ Ibrahim Jones dan Sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*, Bandung: PT Refika Aditama, 2007, h. 25.

¹⁶ *Ibid*, h. 25.

1. Volume Penjualan

Volume penjualan dapat menjadi salah satu indikator bahwa bisnis berjalan dengan lancar dan produk yang dipasarkan dapat diterima oleh konsumen. Semakin besar volume penjualan, maka semakin besar potensi keuntungan yang akan didapatkan.

2. Memiliki Banyak Konsumen

Volume penjualan yang besar, tentunya akan mendatangkan banyak konsumen. Pelaku usaha perlu mengetahui dari media apa konsumentersebut mengetahui bisnisnya. Apakah melalui surat kabar, media sosial, *website*, iklan dan sebagainya.

3. Menghasilkan Biaya Hidup

Pada tahap ini pelaku usaha sudah dapat menghasilkan pendapatan untuk diri secara pribadi.

c. Teori *Marketing Syariah*

Syariah marketing (pemasaran syariah/ pemasaran Islami) adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Definisi ini didasarkan pada salah satu ketentuan bisnis Islam yang tertuang dalam kaidah fiqih yaitu “kaum Muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”, serta kaidah yang berbunyi “pada dasarnya seluruh bentuk

muamalah bisnis boleh dilakukan kecuali terdapat dalil yang mengharamkannya”.¹⁷

Muhammad Arham menyatakan bahwa peran Agama Islam dalam kajian pemasaran adalah sebagai alat pemasar dimana strategi pemasaran Islam harus meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar penting dilakukan untuk memetakan sasaran konsumen yang dituju. Hal tersebut telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Rasulullah SAW melakukan segmentasi pasar dengan memahami medan serta detail kondisi pasar yang Rasulullah amati berulang-ulang, serta mendeteksi hal-hal yang dominan dikonsumsi masyarakat. Pengetahuan tersebut merupakan bekal penting bagi seorang pemasar guna memetakan peluang pasar di sektor pemasaran yang akan ditekuni.¹⁸

2. *Targeting*

Setelah melakukan segmentasi pasar, seorang pemasar harus memilah mana diantara segmen pasarnya yang merupakan pasar potensial untuk memasarkan usahanya. *Targeting* yang dilakukan Rasulullah selalu berkelanjutan dengan mencari informasi pasar, mengumpulkan data-data produk yang diperlukan konsumen, serta

¹⁷ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, h. 27.

¹⁸ Muhammad Arham, *Islamic Perspective on Marketing*, Jurnal of Islamic Marketing, Vol.1, No.2, 2010, h. 149.

memutuskan inovasi produk yang akan ditawarkan pada konsumen. Hal tersebut dilakukan guna mengurangi keraguan pemasar dalam menentukan target, karena telah memahami tren serta kebutuhan dominan para konsumen.

3. *Positioning*

Pada teori pemasaran modern, seorang pemasar haruslah dapat menempatkan produk/jasanya di benak konsumen, hal ini sangat penting diterapkan guna meningkatkan prosesi *personal branding*. Rasulullah SAW juga melakukan *positioning* yang mana beliau mampu menarik hati para konsumennya berkat sifat amanah, jujur, terpercaya yang beliau tanamkan sebagai seorang pemasar Islam.¹⁹ Ketika menyebut nama Muhammad SAW, yang muncul dalam benak koleganya adalah kejujuran dan keadilan dalam berdagang. Tidak pernah sekalipun orang lain mengeluhkan kualitas barang ataupun tingkah laku beliau. Hal inilah yang dilakukan Rasulullah dalam *positioning* dirinya dalam benak konsumen.

4. *Syariah Marketing Tactics*

Taktik pemasaran syariah/Islam ini meliputi deferensiasi (upaya membedakan produk/jasa dari pesaing) yang meliputi *content* (apa yang ditawarkan), *context* (bagaimana menawarkan); dan infrastruktur apa yang dibutuhkan. Menggunakan konsep bauran pemasaran karena deferensiasi sudah seharusnya dilakukan secara kreatif dan inovatif

¹⁹ *Ibid*, h. 150.

dengan menggunakan *marketing-mix* (*price, product, place, promotion*); serta melakukan penjualan untuk meningkatkan keuntungan finansial.

5. *Syariah Marketing Value*

Peningkatan nilai dari produk/jasa harus dilakukan demi mengoptimalkan strategi dan taktik yang telah dirancang. Peningkatan *value* berarti mampu membangun *brand* yang kuat, memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen, memberikan produk/jasa yang baik (*halalan tayyiban*), mampu menjalankan proses sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga membuat konsumen bersikap loyal. Selain itu, *syariah marketing value* juga menekankan suatu *brand* yaitu nama baik yang menjadi identitas seseorang atau usaha. Sebagai contoh, Rasulullah dikenal sebagai pribadi yang dapat dipercaya (Al-Amin). *Brand* tersebut menjadikan Rasulullah SAW lebih mudah dalam mengkomunikasikan produknya karena semua orang telah mempercayai ucapan dan perilaku beliau.

Konsep pemasaran Islam haruslah didasari oleh filsafat dasar Islam. Konsep dasar filsafat Islam adalah tauhid. Dari konsep dasar tersebut dilahirkanlah karakteristik pemasaran Islam. Pemasaran Islam terbagi menjadi 4 karakteristik, yaitu:²⁰

- 1) Spiritualitas. Seorang pemasar Islam harus meyakini bahwa hukum Islam adalah hukum terbaik yang harus dipakai dalam menjalankan

²⁰ Tati Handayani, dkk. *Manajemen Pemasaran Islam*, Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019, h. 15-19.

aktivitas pemasaran.

- 2) Etika. Seorang pemasar Islam harus menjaga bisnis sesuai ajaran Islam guna membangun budaya kerja Islami yang dapat menyeimbangkan kepentingan dunia akhirat. Salah satu etika dalam pemasaran yaitu bersikap ramah. Seorang pelaku bisnis haruslah bersikap ramah dalam melakukan promosi.²¹ Sebagaimana yang

dijelaskan dalam Alquran Surah an-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan- Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.²²

- 3) Realistik. Dalam hal ini, Realistik diartikan sebagai sikap lentur dalam menghadapi permasalahan pemasaran di lapangan. Namun,

²¹ Moh. Toriquddin, *Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan Syariah*, de Jure Jurnal Syariah dan Hukum, Vol. 7, No. 2, 2015, h. 117.

²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1993, h. 421.

sikap realistik ini bukan berarti seorang pemasar Islam lantas boleh melanggar prinsip-prinsip hukum Islam. Pemasar Islam harus memiliki inovasi dan mampu berimprovisasi sesuai dengan batasan-batasan Islam.

4) Humanistik. Pemasar Islam harus memperhatikan tanggung jawab sosial yang merupakan nilai dari sikap humanistik (memanusiakan manusia).

d. Teori Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berasal dari dua kata ekonomi dan kreatif. Istilah Ekonomi berasal dari bahasa Yunani *koikonomia*. Kata tersebut merupakan turunan dari dua kata *oikos* dan *nomos*. *Oikos* berarti rumah tangga, sedangkan *nomos* berarti mengatur. Jadi arti asli *oikonomia* adalah mengatur rumah tangga. Kemudian arti asli tersebut berkembang menjadi arti baru, sejalan dengan perkembangan ekonomi menjadi suatu ilmu. Kini sebagai ilmu, ekonomi berarti pengetahuan yang tersusun menurut cara yang runtut dalam rangka mengatur rumah tangga. Rumah tangga di sini bukan arti sempit, melainkan menunjuk pada kelompok sosial yang dapat dianggap sebagai rumah tangga. Kelompok sosial ini berwujud perusahaan, kota, bahkan Negara.²³

Ekonomi kreatif merupakan suatu perwujudan nilai tambah dari suatu gagasan atau ide yang mengandung keaslian, muncul dari kreativitas intelektual manusia, berdasarkan ilmu pengetahuan, keterampilan, serta warisan budaya dan teknologi kekayaan intelektual.²⁴

²³ Ritonga, *Pengetahuan Sosial Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2000, h. 36.

²⁴ Undang- Undang Republik Indonesia Tahun Pasal 1 2015 tentang Ekonomi Kreatif.

Ekonomi kreatif diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berfikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Disini Ekonomi kreatif sebagai era baru yang mengintensifkan informasi kreativitas dengan mengandalkan ide dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam suatu kegiatan ekonominya.²⁵

1) Pokok-Pokok Ekonomi Kreatif

Kreasi adalah penciptaan dimana daya kreasi merupakan faktor dalam industri kreatif dengan melibatkan segala yang berhubungan dengan cara-cara mendapatkan input, menyimpannya dan mengolahnya. Sehingga daya kreativitas, keterampilan dan bakat, ide adalah faktor suplai yang sangat penting. Dengan produk yang unik dan berbeda serta orisinal, produk tersebut mampu berkompetensi dengan produk-produk lawannya dengan baik dan berpotensi menciptakan lapangan kerja serta memakmurkan bagi yang memilikinya. Daya kreasi adalah kekuatan yang unik dan berbedas serta orisinal, produk tersebut mampu berkompetisi modal yang sama, namun ada yang mengasahnya menjadikan hal tersebut sebagai lahan pekerjaan.²⁶

2) Peran Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa

²⁵ M.Chatib Basri, dkk, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membawa Kebijakan Perdagangan Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 368.

²⁶ *Ibid.*, h. 70.

terutama dalam menghasilkan pendapatan (*income generation*), menciptakan lapangan kerja (*job creation*) dan meningkatkan hasil ekspor (*export earning*), meningkatkan teknologi (*technology development*), menambah kekayaan intelektual (*intellectual property*) dan peran sosial lainnya. Oleh sebab itu, ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai penggerak pertumbuhan suatu bangsa. Ekonomi kreatif akan memiliki peran yang signifikan terhadap perekonomian suatu Negara.²⁷

Peran tersebut diantaranya yaitu ekonomi kreatif dapat menurunkan jumlah pengangguran di suatu Negara, ekonomi kreatif akan mampu menciptakan lapangan pekerjaan serta membuka kesempatan luas bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi, ekonomi kreatif dapat memberikan dampak pada peningkatan pengembangan sosial dan budaya dari suatu masyarakat, memberikan kesempatan pada golongan muda untuk bisa mengeksplorasi kemampuan ide kreatif mereka sehingga bisa lebih meningkatkan kesempatan bekerja, serta mampu berperan dan berkontribusi dalam peningkatan kualitas hidup seperti menciptakan produk lokal dan lain sebagainya.²⁸

Peran Ekonomi Kreatif yang paling penting adalah mendukung adanya ekonomi hijau, pertumbuhan ekonomi yang terjadi adalah

²⁷ Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017, h. 19.

²⁸ *Ibid*, h. 19.

pertumbuhan ekonomi berkualitas, tidak saja memenuhi kriteria pemerataan distribusi pendapatan dan orientasi pada penurunan penduduk miskin, tetapi sekaligus menjamin pengurangan resiko lingkungan.²⁹

2. Kajian Konseptual

a. Konsep Produktivitas

Produktivitas adalah sebuah konsep yang menggambarkan hubungan antara hasil (jumlah barang dan jasa yang diproduksi) dengan sumber (jumlah tenaga kerja, modal, tanah, alat yang digunakan, energi dan sebagainya) yang dipakai untuk menghasilkan hasil tersebut.³⁰ Produktivitas berasal dari kata “*produktif*” artinya suatu yang mengandung potensi untuk digali, sehingga produktivitas dapat dikatakan suatu proses kegiatan yang terstruktur guna menggali potensi yang ada dalam sebuah komoditi atau objek. Filosofi produktivitas sebenarnya dapat mengandung arti keinginan dan usaha dari setiap manusia (individu atau kelompok) untuk selalu meningkatkan mutu kehidupannya dan penghidupannya.³¹

Secara umum produktivitas diartikan sebagai perbandingan antara

²⁹ I G. W. Murjana Yasa, “*Ekonomi Hijau, Produksi Bersih Dan Ekonomi Kreatif: Pendekatan Pencegahan Resiko Lingkungan Menuju Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas Di Provinsi Bali*”, Jurnal Bumi Lestari, Vol. 10, No. 2, Agustus 2010, h. 292.

³⁰ Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Liberty, 2002, h. 281.

³¹ Ambar Teguh Sulistiyani dan Rosidah, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep, Teori dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003, h. 199.

keluaran (*output*) dengan pemasukan (*input*). Selain itu produktivitas juga diartikan menyangkut hasil akhir, yakni seberapa besar hasil akhir yang diperoleh di dalam proses produksi, dalam hal ini yang dimaksud adalah efisiensi dan efektivitas. Semua kegiatan ekonomi yang sifatnya menaikkan nilai disebut produksi. Jadi produksi adalah kegiatan yang menaikkan dan menambahkan nilai.

Manusia sebagai subjek ekonomi dapat menaikkan nilai suatu barang dan jasa, bila ini mampu mengorganisasi faktor-faktor produksi. Secara lebih terinci kegiatan produksi dapat dianggap sebagai kegiatan mengorganisasi faktor-faktor produksi saja, guna menaikkan nilai barang dan jasa. Dihubungkan dengan aqidah, kita dapat menyatakan bahwa manusia tidak dapat menciptakan barang dan jasa, tetapi manusia hanya dapat mengorganisasikan faktor-faktor produksi saja, guna menaikkan nilai barang dan jasa.³²

b. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

1) Konsep Pemberdayaan Konvensional

Pemberdayaan menurut bahasa berasal dari kata daya yang berarti tenaga atau kekuatan, proses, cara, perbuatan memberdayakan.³³ Pemberdayaan adalah upaya yang membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk

³² *Ibid.*, h. 204.

³³ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002, hal. 242.

mengembangkannya.³⁴ Pemberdayaan diarahkan guna meningkatkan ekonomi masyarakat secara produktif sehingga mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi dan pendapatan yang lebih besar. Upaya peningkatan kemampuan untuk menghasilkan nilai tambah paling tidak harus ada perbaikan akses terhadap empat hal, yaitu akses terhadap sumber daya, akses terhadap teknologi, akses terhadap pasar dan akses terhadap permintaan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan satu upaya untuk meningkatkan kemampuan atau potensi masyarakat dalam kegiatan ekonomi guna memenuhi kebutuhan hidup serta meningkatkan kesejahteraan mereka dan dapat berpotensi dalam proses pembangunan nasional.³⁵

Pola-pola pemberdayaan ekonomi dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat yang tepat sasaran sangat diperlukan, bentuk yang tepat adalah dengan memberikan kesempatan kepada kelompok miskin untuk merencanakan dan melaksanakan program pembangunan yang telah mereka tentukan. Di samping itu masyarakat juga diberikan kekuasaan untuk mengelola dananya sendiri, inilah yang membedakan antara partisipasi masyarakat dengan pemberdayaan masyarakat. Perlu dipikirkan siapa sesungguhnya yang menjadi sasaran pemberdayaan masyarakat, dengan ini *good governance* yang telah dielu-elukan

³⁴ Daniel Suka Lele, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Era Otonomi Daerah*, diakses dari wordpress.com/about/pemberdayaan-masyarakat-miskin-di-era-otonomi-daerah, pada tanggal 13 Oktober 2021 pukul 14.22 WIB.

³⁵ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 245.

sebagai suatu pendekatan yang dipandang paling relevan, baik dalam tatanan pemerintahan secara luas maupun dalam menjalankan fungsi pembangunan.³⁶

Good Governance sendiri adalah tata pemerintahan yang baik dimana suatu kondisi terjalin dengan adanya proses kesejahteraan, kesamaan, kohesi, keseimbangan peran serta adanya kontrol yang dilakukan komponen pemerintah, rakyat serta wirausahawan swasta. Kondisi tersebut mengetengahkan tiga pilar yang sangat diperlukan dalam proses pemberdayaan masyarakat. Ketiga pilar tersebut adalah pemerintah, swasta dan masyarakat yang hendaknya menjalin hubungan kemitraan yang selaras. Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan adalah untuk membentuk individu dan masyarakat mandiri dalam berfikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan tersebut.³⁷

Pemberdayaan masyarakat hendaknya mengarah pada pembentukan kognitif kepada setiap lapisan masyarakat. Untuk mencapai kemandirian masyarakat, terdapat upaya penting agar pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat dijalankan dengan baik. Upaya tersebut yaitu mempersiapkan pribadi masyarakat menjadi wirausaha karena kiat Islam yang pertama dalam mengatasi masalah

³⁶ Mardi Yatmo Hutomo, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi*, Yogyakarta: Adiyana Press, 2000, h. 37.

³⁷ *Ibid.*, h.33-38.

kemiskinan adalah bekerja.³⁸

Program pembinaan untuk menjadi seorang wiraswasta ini dapat dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan, diantaranya memberikan bantuan motivasi moril. Bentuk motivasi moril tersebut berupa penerangan tentang fungsi, hak dan kewajiban manusia dalam hidupnya yang pada intinya manusia diwajibkan beriman, beribadah, bekerja dan berikhtiar dengan sekuat tenaga, sedangkan hasil akhir dikembalikan kepada Dzat Yang Maha Pencipta. Bentuk-bentuk motivasi moril tersebut adalah:

a) Pelatihan Usaha

Melalui pelatihan ini setiap peserta diberikan pemahaman terhadap konsep-konsep kewirausahaan dengan segala macam seluk beluk permasalahan yang ada di dalamnya. Tujuan pelatihan ini adalah untuk memberikan wawasan yang lebih menyeluruh dan aktual sehingga dapat menumbuhkan motivasi terhadap masyarakat diharapkan memiliki pengetahuan teknik kewirausahaan dalam berbagai aspek. Pelatihan sebaiknya diberikan lebih aktual, dengan mengujikan pengelolaan praktek hidup berwirausaha, baik oleh masyarakat yang memang bergelut di dunia usaha atau contoh-contoh konkrit yang terjadi dalam praktik usaha. Melalui pelatihan semacam ini diharapkan dapat mencermati adanya kiat-kiat tertentu yang harus dijalankan, sehingga dapat menghindari kegagalan

³⁸ *Ibid.*, h.39.

sekecil mungkin dalam pengembangan kegiatan wirausahanya.³⁹

b) Permodalan

Permodalan dalam bentuk uang merupakan salah satu faktor penting dalam dunia usaha, tetapi bukan yang terpenting untuk mendapatkan dukungan keuangan, baik perbankan maupun dana bantuan yang disalurkan melalui kemitraan usaha lainnya. Penambahan modal dari lembaga keuangan, sebaiknya diberikan, bukan untuk modal awal, tetapi untuk modal pengembangan, setelah usaha itu dirintis dan menunjukkan prospeknya yang cukup baik, karena jika usaha itu belum menunjukkan perkembangan profit yang baik, sering kali bank tidak akan memberikan pinjaman. Bentuk pemberdayaan yang kedua, adalah dengan pendidikan. Kebodohan adalah pangkal dari kemiskinan, oleh karenanya untuk mengentaskan kemiskinan dalam jangka panjang adalah dari sektor pendidikan, karena kemiskinan mayoritas bersifat turun-menurun, dimana dalam banyak kasus, orang tua tidak mampu menyekolahkan anaknya sehingga menambah daftar angka masyarakat minim pendidikan di kemudian hari.⁴⁰

1) Konsep pemberdayaan (*Tamkin*) Perspektif Al-Quran

Kata *tamkin* dalam kamus-kamus bahasa merupakan bentuk *mashdar* dari *fi'il* (kata kerja) *makkana*. Kata tersebut memiliki arti

³⁹ *Ibid.*, h.40.

⁴⁰ *Ibid.*, h.42.

yang sama dengan *amkana*. kata *tamkin* menunjukkan atas kemampuan melakukan sesuatu, kekokohan, memiliki kekuatan, kekuasaan, pengaruh dan memiliki kedudukan atau tempat; baik itu bersifat *hissi* (dapat dirasakan/materi) seperti menetapkan burung dalam sangkarnya.⁴¹

Pengertian tersebut dalam bahasa ekonomi diistilahkan dengan pemberdayaan, dimana gambaran tentang pemberdayaan tidak bisa lepas dari kekuasaan individu atau kelompok yang memiliki atau menggunakan kesempatan untuk meraih kekuasaan ke tangan mereka, mendistribusikan kekuasaan dari kaum berpunya kepa kaum berpunya. Pemberdayaan bertujuan meningkatkan keberdayaan dari mereka yang di rugikan.⁴²

Kata *tamkin* dalam Al-Quran dengan semua turunan akar katanya disebutkan sebanyak 18 kali, Al-Quran menggunakan kata *tamkin* untuk menunjukan pada makna berikut ini;

a) *Tamkin* berarti pemberian kekuasaan atau kerajaan, Allah Swt. berfirman perihal dzul qarnain:

إِنَّا مَكَّنَّا لَهُ فِي الْأَرْضِ وَآتَيْنَاهُ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ سَبَبًا

“Sungguh, Kami telah memberi kedudukan kepadanya di bumi, dan Kami telah memberikan jalan kepadanya (untuk

⁴¹ Sanrego, yulizar D dan Moch Taufik, *Fiqih Tamkin: Membangun Modal Sosial Dalam Mewujudkan Khairu Ummah*.(Jakarta: Qisthi Press 2016) hal 85.

⁴² Jim Ife dan Frank Tesorieso, *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*, Penerjemah: Sastrawan Manullang dkk. Terjemah dari, *Community Development: Community-Based Alternatives in an Age of Globalisation*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008) Hal. 130.

mencapai) segala sesuatu,”(QS Al-Kahfi :84)

- b) *Tamkin* berarti kedudukan di sisi Penguasa
- c) *Tamkin* berarti persiapan untuk meraih kekuasaan atau kedudukan atau kedudukan di muka bumi.
- d) *Tamkin* berarti pemberian nikmat dunia dan mata pencaharian.
- e) *Tamkin* berarti keteguhan terhadap agama yaitu kekuatan untuk mempraktikan dan menonjolkan syiar-syiar agama dalam keadaan aman tanpa adanya gangguan dan kekacauan.
- f) *Tamkin* berarti kemampuan atau kemenangan terhadap sesuatu.
- g) *Tamkin* berarti tetap, stabil, dan kokoh di suatu tempat.

Menurut Faridah Ahmad dalam *Mafhum At-Tamkin fi Al-Qur'an Al-Karim*⁴³ bahwa *tamkin* terhadap suatu tempat maksudnya adalah mengkokohkan atau meneguhkan sesuatu di tempat tersebut. *Tamkin* dibedakan menjadi dua bentuk, bentuk yang pertama khusus untuk *tamkin* di atas bumi, sedangkan bentuk yang kedua mencakup *tamkin* atas agama, kekuatan, kekuasaan, dan harta. Dengan demikian, manusia akan memperoleh *tamkin* (berdaya) jika terpenuhi kedua unsur tersebut yaitu:

- a) Secara *Maddi* (Materi). Hal ini berarti manusia telah berdaya atau mampu untuk mengelola bumi dan mencari penghidupan di dalamnya. Oleh karena itu, terdapat penyebutan **مَعَايِشَ** bersamaan dengan *tamkin* di atas muka bumi. Allah Swt. berfirman;

⁴³ Faridah Ahmad, *Mafhum At-Tamkin fi Al-Quran Al-Karim*, 2010; <http://www.almithaq.ma> diakses pada 03 November 2022 pukul 15:00.

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

;"Dan sungguh, Kami telah menempatkan kamu di bumi dan di sana Kami sediakan (sumber) penghidupan untukmu. (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur."(QS. Al-A'raf Ayat 10)

- b) Secara *Ma'nawi* (Non-Materi). Hal ini akan Terpenuhi dengan adanya peneguhan agama dan keamanan untuk manusia. Allah Swt. berfirman:

وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلَيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ الَّذِي ارْتَضَى لَهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُمْ مِنْ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ

"Allah telah menjanjikan kepada orang-orang di antara kamu yang beriman dan yang mengerjakan kebajikan, bahwa Dia sungguh, akan menjadikan mereka berkuasa di bumi, sebagaimana Dia telah menjadikan orang-orang sebelum mereka berkuasa, dan sungguh, Dia akan meneguhkan bagi mereka dengan agama yang telah Dia ridai. Dan Dia benar-benar mengubah (keadaan) mereka, setelah berada dalam ketakutan menjadi aman sentosa. Mereka (tetap) menyembah-Ku dengan tidak mempersekutukan-Ku dengan sesuatu apa pun. Tetapi barangsiapa (tetap) kafir setelah (janji) itu maka mereka itulah orang-orang yang fasik." QS. An-Nur Ayat 55

Kategori ini, mengharuskan manusia untuk berusaha menggapai kehidupan yang mulia dengan dua pondasi yang paling utama yaitu

agama.⁴⁴

Dengan demikian seseorang dapat dikatakan berdaya jika terdapat pada dirinya *tamkin* yang mencakup materi dan non materi.

c. Konsep Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan berasal dari kata “Sejahtera” yang mengandung pengertian dari bahasa sansekerta “*Catera*” yang berarti payung. Dalam konteks ini, kesejahteraan yang terkandung dalam arti “*Catera*” (payung) adalah orang yang sejahtera yaitu orang yang dalam hidupnya bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan atau kekhawatiran sehingga hidupnya aman tenteram, baik lahir maupun batin.⁴⁵ Kesejahteraan merupakan titik ukur bagi suatu masyarakat yang telah berada pada kondisi sejahtera. Seseorang akan merasa hidupnya sejahtera apabila ia merasa senang, tidak kurang suatu apapun dalam batas wajar yang mungkin dicapainya, terlepas dari kemiskinan serta bahaya kehidupan yang mengancam.⁴⁶

Kata masyarakat dalam bahasa Inggris disebut *society* yang dalam bahasa latin yaitu *socius* yang berarti kawan, sedangkan istilah masyarakat dalam bahasa Arab yaitu *syakara* yang artinya turut serta. Jadi masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling berinteraksi

⁴⁴ Sanrego, yulizar D dan Moch Taufik, *Fiqh Tamkin: Membangun Modal Sosial Dalam Mewujudkan Khairu Ummah*. (Jakarta: Qisthi Press 2016) hal. 90.

⁴⁵ Adi Fahrudin, *Pengantar Kesejahteraan Sosial*, Bandung: Refika Aditama, 2012, h. 8.

⁴⁶ Mita Noveria, *Pertumbuhan Penduduk dan Kesejahteraan*, Jakarta: LIPI Perss, 2011, h.

secara tetap dan memiliki kepentingan yang sama. Literatur lain memberikan pengertian tentang masyarakat sebagai sistem sosial, yaitu sebagai organisme yang terdiri atas bagian-bagian yang saling bergantung karena memiliki fungsinya masing-masing dalam keseluruhan. Sehingga masyarakat merupakan sebuah sistem sosial yang di dalamnya terkandung unsur-unsur yang saling berhubungan.⁴⁷

UU No 11 Tahun 2009 tentang kesejahteraan sosial menyatakan bahwa kesejahteraan sosial merupakan kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Kesejahteraan sosial dalam arti yang sangat luas mencakup berbagai tindakan yang dilakukan manusia untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik. Taraf hidup yang lebih baik ini bukan hanya diukur dengan ekonomi dan fisik belaka, tetapi juga ikut memperhatikan aspek sosial, mental dan segi kehidupan spiritual.⁴⁸

Berdasarkan Undang-Undang di atas dapat dicermati bahwa tingkat kesejahteraan dapat dilihat dari kemampuan seorang individu atau kelompok dalam usahanya memenuhi kebutuhan material dan spiritualnya. Kebutuhan material dapat dihubungkan pula dengan pendapatan yang nantinya akan mewujudkan kebutuhan akan pangan, sandang, papan dan kesehatan. Kemudian kebutuhan spiritual

⁴⁷ Bagya Waluya, *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat Untuk SMA/ MA Kelas X*, Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2007, h. 6.

⁴⁸ Isbandi Rukminto Adi, *Pemikiran- Pemikiran dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial*, Jakarta: Fak. Ekonomi UI, 2002, h. 40.

dihubungkan dengan pendidikan, keamanan serta ketentraman hidup seseorang.⁴⁹

Kesejahteraan sosial sebagai suatu institusi dan bidang kegiatan menunjuk pada kegiatan-kegiatan yang terorganisir yang diselenggarakan baik oleh lembaga-lembaga pemerintah atau swasta yang bertujuan untuk mencegah, mengatasi atau memberikan kontribusi terhadap pemecahan masalah sosial dan peningkatan kualitas hidup individu, kelompok dan masyarakat.⁵⁰

Terdapat beberapa teori untuk menilai kesejahteraan rakyat, konsep kesejahteraan dapat dirumuskan sebagai panduan makna dari konsep martabat manusia yang dapat dilihat dari empat indikator, yaitu:⁵¹

- 1) Rasa aman (*security*)
- 2) Kesejahteraan (*welfare*)
- 3) Kebebasan (*freedom*)
- 4) Jati diri (*identity*)

Upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat adalah proses perubahan menuju kondisi kehidupan yang semakin sejahtera. Proses pembangunan masyarakat dibutuhkan pula untuk meningkatkan kapasitas masyarakat yang berkelanjutan. Proses dan upaya perubahan menuju kondisi yang semakin sejahtera merupakan realitas yang selalu dijumpai

⁴⁹ Muhammad Anshar, "Analisis Program Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Warga Kelurahan Sei Kera Hilir II Medan," *Skripsi*, Medan: UIN Sumatera Utara, 2017, h.44.

⁵⁰ Edi Suharto, *Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 33.

⁵¹ Soetomo, *Keswadayaan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, h. 81.

dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam rangka memahami realitas tersebut telah dilakukan kajian yang melahirkan berbagai perspektif, bagaimana proses dan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan itu berlangsung, termasuk pendekatan, strategi, serta metode tergantung dari perspektif yang digunakan.⁵²

Bentuk kemampuan masyarakat yang sudah melembaga dalam meningkatkan kesejahteraan adalah adanya tindakan kolektif dari masyarakat untuk merencanakan dan melaksanakan proses pembangunan di komunitasnya. Kesadaran akan kebutuhan dan tujuan bersama yang kemudian mendorong tindakan bersama membuat masyarakat berhitung akan potensi dan energi yang dimiliki untuk mewujudkan tujuan bersama tersebut. Potensi yang dibutuhkan yaitu meliputi potensi alam, manusia, hingga potensi sosial.⁵³

⁵² *Ibid*, h. 82.

⁵³ *Ibid*.

B. Kerangka Pikir

Penelitian ini memfokuskan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat Kelurahan Tangkiling Palangka Raya melalui Kedai Itah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam kerangka pikir sebagai berikut:

Bagan 2.1

Kerangka Pikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Adapun penelitian mengenai “Dampak Bisnis Kedai Itah di Tangkiling Kota Palangka Raya” ini ditargetkan pelaksanaannya selama sembilan bulan setelah diseminarkannya proposal ini serta memperoleh surat izin penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Namun, jika dalam pelaksanaannya data yang dikumpulkan belum cukup, maka waktu penelitian akan diperpanjang hingga semua data yang diperlukan terpenuhi.

2. Tempat Penelitian

Penelitian “Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur” ini dilaksanakan di Desa/Kelurahan Tangkiling, tepatnya di Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya, yaitu sekitar 38 kilo meter dari pusat Kota Palangka Raya.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Creswell, metode kualitatif merupakan suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral.⁵⁴ Metode penelitian kualitatif membuka ruang yang cukup bagi dialog ilmu dalam konteks yang berbeda, terutama apabila dipahami secara mendalam dan

⁵⁴ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*, Jakarta:PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010, h. 7.

tepat.⁵⁵ Menurut Nazir, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.⁵⁶

Penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan apa yang terjadi dengan lugas dan rinci juga berupaya mengungkapkan data tentang Dampak Bisnis Kedai Itah di Tangkiling Kota Palangka Raya dengan cara mendeskripsikan data dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah terjadi.

2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian langsung yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Dalam penelitian kualitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁷

⁵⁵ Gumilar Rusliwa Somantri, *Memahami Metode Kualitatif*, Makara: Sosial Humaniora, Vol. 9, No. 2, 2005, h. 64.

⁵⁶ Idtesis.com, *Definisi Metode Deskriptif*, diakses dari <https://idtesis.com/metode-deskriptif/>, pada tanggal 29 Oktober 2021 Pukul 08.50 WIB.

⁵⁷ Djamar'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011, h. 48.

Sebagaimana lazimnya perolehan data dalam penelitian kualitatif, data lapangan dapat diperoleh dari seluruh pihak yang bersangkutan dengan disertai analisa serta pengujian kembali temuan data-data tersebut.⁵⁸ Berdasarkan pemaparan berikut, jenis penelitian lapangan dengan metode penelitian kualitatif ini peneliti pilih karena sesuai dengan tujuan penelitian peneliti, yaitu pengkajian lebih mendalam tentang Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur secara intensif dan terperinci, tentunya dalam ruang lingkup sempit namun dengan dimensi yang lebih luas, sehingga tidak ada satu aspek pun yang mungkin tertinggal.

C. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian memuat tentang variabel-variabel penelitian serta karakteristik atau unsur-unsur yang akan diteliti, populasi, sampel, unit sampel dan tempat penelitian.⁵⁹ Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah masalah yang terjadi dalam penelitian, yaitu terkait alasan utama masyarakat memilih Kedai Itah sebagai mitra bisnis, strategi *marketing* Kafe Kedai Itah dalam mempromosikan bisnis kuliner pada masyarakat Kelurahan Tangkiling, serta dampak ekonomi Kafe Kedai Itah bagi mitra kerjanya di Kelurahan Tangkiling Kota Palangka Raya.

2. Subjek Penelitian

Menurut Muhammad Idrus, subjek penelitian adalah individu, benda

⁵⁸ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018, h. 7.

⁵⁹ Suryana, *Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian dan Kualitatif*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010, h. 34.

atau organisme yang dijadikan sebagai sumber informasi dalam pengumpulan data penelitian.⁶⁰ Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Notoatmodjo, *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang berdasarkan atas pertimbangan tertentu berupa sifat-sifat populasi ataupun kriteria-kriteria yang sudah diketahui sebelumnya.⁶¹ Subjek utama penelitian peneliti adalah 1 (satu) *founder* (pendiri) kafe Kedai Itah, 5 (lima) mitra kerja Kelurahan Tangkiling yang aktif bekerja sama dengan Kafe Kedai Itah serta 3 (tiga) masyarakat sekitar sebagai informan, hingga subjek penelitian ini berjumlah 9 (Sembilan).

Adapun masyarakat Kelurahan Tangkiling tersebut nantinya akan peneliti kerucutkan berdasarkan beberapa kriteria. Berikut kriteria subjek dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Pemilik kafe Kedai Itah.
- b. Masyarakat asli Desa Tangkiling yang telah bekerja sama dengan kafe Kedai Itah minimal dalam kurun waktu 6 bulan.
- c. Masyarakat sekitar kedai itah untuk dijadikan responden, yang akan diwawancarai adalah ketua RT, RW dan masyarakat sekitar Kedai Itah.

D. Teknik Pengumpulan Data

⁶⁰ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian...*, h.61.

⁶¹ Fian, *Teknik Purpsive Sampling serta Contohnya*, diakses dari <http://tambahpinter.com/teknik-puposive-sampling/>, pada tanggal 25 Oktober 2021 pukul 21.30 WIB.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁶² Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif pasif dimana peneliti akan terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang/subjek yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

Pada teknik observasi partisipatif pasif ini, peneliti berkesinambungan dalam memperhatikan kegiatan subjek serta informan penelitian tanpa ikut terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Teknik observasi partisipatif pasif ini nantinya akan peneliti gunakan untuk mengamati aktivitas *founder* (pendiri) kafe Kedai Itah serta mitra bisnis (tim produksi) dari varian menu Kedai Itah sendiri.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh pihak yang diwawancarai. Adapun teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah teknik wawancara tidak terstruktur (*unstructured interviews*),

⁶² Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2011, h.104.

dimana peneliti hanya menggunakan garis-garis besar permasalahan sebagai pedoman wawancara tanpa disertai pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dengan alternatif jawaban.⁶³

Pertanyaan dalam wawancara tidak terstruktur ini akan peneliti langsungkan pada subjek-subjek penelitian berdasarkan garis besar keperluan penelitian, tanpa melakukan adopsi terhadap pertanyaan penelitian lain serta peneliti lakukan analisis mendetail terhadap setiap jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen, baik berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam.⁶⁴ Dokumen-dokumen yang dikumpulkan berupa catatan, brosur, agenda, rekaman audio, gambar dan dokumen-dokumen lain yang terkait dengan Pengembangan Kedai Itah Berbasis Permakultur.

E. Pengabsahan Data

Metode pengabsahan data digunakan untuk menjamin bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti, relevan dengan yang terjadi sesungguhnya. Untuk pengabsahan data peneliti menggunakan triangulasi guna memperoleh tingkat keabsahan data. Triangulasi dapat diartikan sebagai cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan kontruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012, h. 233.

⁶⁴ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011, h. 85

dan hubungan dari berbagai pandangan dengan cara mengadakan perbandingan antara teori dan hasil di lapangan pada sumberdata yang satu dengan yang lain, sehingga peneliti dapat *me-recheck* temuannya dari berbagai sumber ataupun teori yang ada.⁶⁵

Terkait secara langsung dengan pengabsahan data ini, penulis menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah suatu cara mendapatkan data yang benar-benar valid dengan menggunakan pendekatan metode ganda. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi ada beberapa cara yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi peneliti dan triangulasi metode.⁶⁶

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi dengan sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berada dalam metode kualitatif. Adapun langkah yang dapat dilakukan melalui teknik triangulasi sumber yaitu dengan menggali data dari berbagai sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama, yaitu peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada seluruh subjek penelitian dengan cara yang sama.

F. Analisis Data

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, h. 331-332.

⁶⁶ Bachtiar S. Bachri, *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*, Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol. 10, No. 1, 2010, h. 56-57.

Analisis data merupakan suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola dan kategori. Kemudian dilanjutkan dengan interpretasi data.⁶⁷ Dalam analisis data diperlukan beberapa tahap yang akan dilakukan, adapun tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Collection* atau pengumpulan data adalah mengumpulkan data sebanyak mungkin mengenai hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.
2. *Reduction* atau pengurangan data yaitu proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi dan pengelompokan data yang telah diperoleh ketika melakukan penelitian.
3. *Display* atau penyajian data yaitu menyajikan data dari hasil reduksi data dalam laporan secara sistematis agar mudah dibaca atau dipahami baik secara keseluruhan maupun bagian-bagiannya dalam konteks sebagai suatu kesatuan.
4. *Verification* atau penarikan kesimpulan yaitu paparan atau penjelasan yang dilakukan dengan melihat kembali pada data reduksi maupun pada penyajian data, sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang dianalisis.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk menunjukkan rangkaian

⁶⁷ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian...*, h. 92.

pembahasan secara sistematis sehingga jelas kerangka penelitian yang akan diajukan. Dalam penelitian ini disajikan dalam lima bab antara lain sebagai berikut:

Bab I, berisi pendahuluan yang memasukan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

Bab II, berisi tentang tinjauan pustaka yang mana di dalamnya memaparkan penelitian terdahulu, kajian teoritis dan kerangka pikir.

Bab III, berisi tentang metode penelitian yang mencakup waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, analisis data dan sistematika penulisan.

Bab IV, berisi penyajian dan analisis data yang mencakup gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data.

Bab V, berisi penutup yang mencakup kesimpulan dan saran-saran.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Itah dalam Bahasa Dayak Kedai Itah memiliki arti yaitu Kedai Kita. Lokasinya berada di Desa Tangkiling, Kecamatan Bukit Batu, Palangka Raya. Perjalanan dari pusat kota Palangka Raya bisa memakan waktu sekitar sekitar 45 menit sampai 1 jam. Dapat dikatakan, tidak hanya menikmati kuliner tapi sekalian jalan-jalan mendekati ke alam.

Kafe Kedai Itah mengusung konsep “*Back to Nature*” dengan nuansa alam atau hutan. Kafe ini tidak menampilkan konsep kafe yang modern dan minimalis. Akan tetapi kafe ini juga memiliki desain yang dominan kayu dan berkesan alami, menawarkan kesederhanaan dan dekat dengan alam.

Kedai Itah hanya beroperasi pada hari Kamis, Jumat, Sabtu dan Minggu. Sedangkan pada hari Senin hingga Rabu, Kedai Itah mengambil hari libur. Waktu operasional dimulai pukul 11.00 - 17.00 WIB. Karena lokasinya yang berada di hutan, sehingga belum memungkinkan untuk beroperasi hingga malam hari. Jadi jika ingin mampir ke Kedai Itah, pengunjung harus menyediakan waktu sesuai dengan waktu operasional yang telah ditetapkan.

Kafe atau kedai ini dimiliki oleh pasangan bernama Jayadi dan Frederika. Jayadi adalah putra asli Dayak, sementara istrinya Frederika berkebangsaan Australia. Hal yang menjadikan Kedai Itah terlihat berbeda daripada kebanyakan kafe adalah karena minuman dan makanan yang disajikan berasal dari kebun sendiri atau organik. Menu yang mereka tawarkan tidak terlalu

banyak, namun dijamin alami dan menyehatkan, tanpa sentuhan.⁶⁸

B. Penyajian Data

Pada penyajian data hasil penelitian ini, peneliti terlebih dahulu memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yaitu diawali dengan penyampaian surat izin penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya ke Kafe Kedai Itah Kelurahan Tangkiling Kota Palangka Raya. Surat izin penelitian dari kafe Kedai Itah Kelurahan Tangkiling Kota Palangka Raya telah keluar, kemudian peneliti dipersilakan untuk terjun ke lapangan untuk melakukan penggalan data.

Peneliti dalam melakukan wawancara berdasarkan pedoman wawancara yang tersedia (terlampir). Penyajian data hasil penelitian ini adalah hasil wawancara kepada 6 orang subjek. Berikut hasil wawancara yang peneliti peroleh:

1. Subjek 1

Nama : F

Usia : 43 Tahun

Profesi : Pemilik Kedai Itah

F merupakan pemilik kafe Kedai Itah. Peneliti mengajukan pertanyaan, mengapa Anda memilih kedai kopi sebagai bisnis? F menjawab:

“Sebenarnya kafe Kedai Itah itu mulai dari konsep perkebunan ramah lingkungan, di sini ada yayasan permakultur Kalimantan, singkatan dari permanen kultur. Permakultur adalah cabang ilmu desain ekologis, teknik ekologis dan desain lingkungan yang mengembangkan arsitektur berkelanjutan dan sistem pertanian

⁶⁸Lenteratoday.com, *Kedai Itah Tangkiling, Kuliner Segar dan Sehat Berbahan Organik Di Palangka Raya*, diakses dari <https://lenteratoday.com/kedai-itah-tangkiling-kuliner-segar-dan-sehat-berbahan-organik-di-palangka-raya/>, pada tanggal 05 September 2022 pukul 20.30 WIB.

swadaya berdasarkan ekosistem alam. Kedai Itah dibangun, itu kami sebenarnya ingin memperlihatkan bagaimana kita bisa panen dari kebun sendiri dan dijual di kedai sendiri. Karena kebanyakan kafe di luar sana yang memakai bahan dari luar, sedangkan SDM yang ada di sekitar sini itu sangat banyak. Jadi ini sebenarnya konsep permakultur. Rencana awal kami hanya buka sekali seminggu. Dan tidak berfikir akan sebesar ini. Tapi setelah kita buka sembari selesai panen lalu jual dan kolaborasi, sama dengan masyarakat di sini, ternyata dampaknya besar dan pelanggan banyak hingga kami *nggak* bisa kalo hanya buka sekali seminggu jadi kami putuskan untuk buka seminggu 4 hari dan 3 hari untuk kami berkebun. Nilai permakultur ada tiga, peduli bumi, manusia dan masa depan, jadi apa yang kamu lakukan hari ini apa dampaknya bagi masa depan. Oleh karena itu kami juga mempromosikan untuk *no* plastik jadi semua makanan tidak pakai plastik, jadi *kalo* masyarakat mau nitip kita *nggak* terima *kalo* bungkusnya plastik dan kami juga *nggak* pakai sedotan plastik tapi kami pakai sedotan purun. Dan kembali ke kompos tidak jadi polusi dan itu ribuan sedotan yang tidak jadi sampah.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa adanya Kedai Itah karena dimulai dari adanya konsep perkebunan ramah lingkungan. Kemudian mulai mendirikan kafe Kedai Itah, dengan jadwal buka yaitu satu hari dalam seminggu. Namun lambat laun karena pengunjung yang bertambah banyak, pemilik tidak bisa hanya buka kedai sekali dalam seminggu. Akan tetapi menambah jadwal buka menjadi 4 hari dan 3 hari untuk berkebun. Dengan menerapkan nilai permakultur, Kedai Itah ingin memperlihatkan hasil kebun milik pribadi yang dapat dijual di kafe sendiri. Juga memakai sedotan dari purun, agar tidak menjadi sampah dan polusi.

Kemudian peneliti bertanya kembali, saat didirikan pada tahun 2020, bagaimana perkembangan kafe Kedai Itah pada saat itu? Apakah sudah seramai sekarang? F menjawab:

“Didirikan bangunannya itu 2019, tapi baru buka 2020 Juni karena situasi *covid* dan karyawan pulang dan tidak bisa kesini, jadi kami putuskan untuk tetap buka pada situasi *covid*. Dulu hanya sedikit yang datang jadi

sekarang sangat ramai karena mungkin terkena kabar angin jadi sudah banyak yang dengar sampai ke Banjar, Kotawaringin Timur, banyak juga orang lokal atau orang singgah dari perjalanan Sampit-Palangka Raya. Oleh karena itu kami jadi perlu menambah karyawan agar memenuhi kapasitas pelanggan yang datang dan itu semua dari sekitar Sukamulya saja.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa kafe Kedai Itah didirikan pada tahun 2019, namun baru beroperasi pada Juni 2020. Pada saat pandemi, karyawan pulang ke rumah masing-masing, namun Kedai Itah memutuskan untuk tetap membuka kafe. Seiring dengan berjalannya waktu, keberadaan kafe Kedai Itah sudah terdengar hingga ke luar kota. Ketika sudah mulai ramai pengunjung, Kedai Itah menambah jumlah karyawannya.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, siapa segmentasi pasar yang dituju oleh kafe Kedai Itah? F menjawab:

“Untuk semua orang dan tidak ada target pasar. Kami bangga banyak orang datang tidak hanya orang dewasa saja, tapi ada anak SMP SMA juga kakek nenek semuanya datang kesini. Bahkan orang-orang besar juga datang kesini seperti Gubernur, istri Gubernur, Kapolda, Wakil Kapolda datang kesini. Tapi *kalo* ada yang datang dan mereka minta *booking* tempat duduk kami belum bisa terima, jadi kami mendahulukan bagi siapapun yang datang, karena kasihan bagi kakek nenek yang datang dari jauh dan mereka tidak dapat tempat duduk karena sudah *dibooking* tempatnya.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa Kedai Itah tidak menetapkan segmentasi pasar bagi bisnisnya. Siapapun bisa menjadi target pasar. Mulai dari kalangan anak-anak, dewasa hingga orang yang sudah berumur banyak yang menjadi pengunjung Kedai Itah. Tidak ketinggalan pula pengunjung dari kalangan pejabat. Namun di Kedai Itah tidak menyediakan layanan reservasi bagi pengunjung.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, siapa segmentasi pasar yang

paling potensial untuk menjadi target pasar? F menjawab:

“Tidak ada, semua bisa datang, semua potensial. Semua suku semua agama semua ras kami tidak membeda-bedakan.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa tidak ada segmentasi pasar secara khusus pada bisnis Kedai Itah. Semua kalangan masyarakat dapat berkunjung ke Kedai Itah.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali, menu apa saja yang ditawarkan oleh kafe Kedai Itah? F menjawab:

“Banyak. Nasi pecel, gado-gado, nasi tiwul, nasi jagung, nasi bakar, *brownies cookies*, minuman bunga telang, bunga rosella, cincau. Ada juga kopi *espresso*, *lime honey* jeruk nipis. Kelapa juga ada dan bisa habis 500 kelapa seminggu. Dan semuanya kita beli dari Sukamulya. Kami juga bikin minyak kelapa untuk konsumsi sendiri dan bisa kami jual. Kami juga buat bekas parutan kelapa untuk bahan *brownies*. Jadi kami menjunjung falsafah, di mana bumi dipijak di situ langit dijunjung. Jadi kami memaksimalkan semuanya agar berguna dan tidak jadi sampah.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa menu apa saja yang ditawarkan oleh kafe Kedai Itah antara lain nasi pecel, gado-gado, nasi tiwul, jagung bakar, *brownies cookies*, minuman bunga telang, bunga rosella, cincau, kopi *espresso*, kopi tubruk, *lime honey* jeruk nipis dan juga kelapa yang dapat terjual hingga 500 dalam seminggu. Kedai Itah juga memproduksi minyak kelapa yang kemudian juga dikonsumsi sendiri. Sedangkan untuk parutan kelapa untuk bahan baku *brownies*.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, apa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah? F menjawab:

“Banyak alasan kenapa mereka datang ke kedai dan kami sebenarnya juga bingung karena tempat sederhana ini bisa jadi tempat banyak orang berkunjung. Banyak yang datang ke sini *seleb-seleb* cantik,

mereka *selfie-selfie*. Sedangkan saya di sini hanya pakai sandal jepit seadanya. Lalu mereka datang untuk merasakan *browniesnya*, nongkrong dengan teman, dekat dengan tempat *camping*, dekat tempat berenang di Danum Bahandang atau Kahui, cari makanan kampung, *selfie* sama bule juga.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa daya tarik dari kafe Kedai Itah yaitu *brownies* kelapa yang terkenal dengan kelezatannya, menyediakan menu-menu lokal, tempatnya dekat dengan tempat wisata alam lainnya seperti Danum Bahandang dan dapat *berselfie* ria dengan bule di Kedai Itah.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali, bagaimana cara kafe Kedai Itah memasarkan bisnisnya kepada konsumen? Fmenjawab:

“Kami memakai *instagram* untuk promosikan dan juga kami sering *repost* untuk pelanggan kami yang datang dan ada juga dari mulut ke mulut atau kabar angin hingga banyak yang ingin tau dan datang. Kami juga buat bungkusan daur ulang yang bisa dipakai buat tas atau *ricycle*.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa cara Kedai Itah memasarkan bisnisnya yaitu melalui media sosial *instagram* dan melalui kabar dari mulut ke mulut. Kedai Itah juga membuat bungkusan daur ulang yang dapat digunakan sebagai, yang mana kafe ini menawarkan konsep kembali ke alam.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, kendala apa saja yang dihadapi dalam menjalankan bisnis Kedai Itah? F menjawab:

“Dulu waktu awal belum ada wc umum, kita pakai wc pribadi dan anak perempuan kami tidak nyaman jadinya. Jadi kami sekarang sudah buat wc umum sendiri khusus untuk para tamu, karena kami juga punya privasi, dulu sempat ada tamu kedai datang dan pinjam wc tapi dia juga memvideo isi rumah dan itu buat kami kurang nyaman. Intinya kami kalau ada masalah kami cari solusinya. Pernah juga ada

yang ribut bilang “itu tempat ramai sekarang musim *covid*” padahal kami pakai protokol dan tidak ada yang sakit di sini.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Kedai Itah yaitu masalah toilet yang awalnya pengunjung hanya dapat menggunakan toilet pribadi dari pemilik Kedai Itah, sehingga membuat pihak Kedai Itah tidak nyaman.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sejak berkembangnya bisnis kafe Kedai Itah, dampak apa saja yang diberikan kepada mitra bisnis? F menjawab:

“Ada mitra kami yang titip nasi mereka ingin buka warung sendiri kami sangat senang sekali mereka bisa berkembang sendiri. Karena kita tidak tau apa yang akan terjadi dengan kedai ini kalau misal kami tutup mereka bisa jalan sendiri dan kami juga lewat *instagram*, kami sering posting *story* mereka untuk mempromosikan. Kami juga melihat mereka sekarang lebih maju, dan kami minta mereka untuk bikin papan/pelang toko mereka, mbah tiwel dulu memasarkannya dengan jalan kaki satu desa sekarang dia bisa titip di sini dan ada juga nasi pecel mereka akan bikin warung di depannya rencana.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa banyak dampak baik yang diberikan kepada mitra bisnis Kedai Itah. Para mitra bisnis mengalami kemajuan dalam usahanya sejak menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali. Sejak berkembangnya bisnis kafe Kedai Itah, dampak apa saja yang diberikan kepada masyarakat Tangkiling? F menjawab:

“Inspirasi bisa jadi untuk mereka yang ingin buka kafe di tangkiling. Mungkin bisa jadi lebih percaya diri dengan makanan kampung karena sekarang terkenal. Ada seseorang yang *WA* kami dia bilang sangat senang ada orang bule bisa bikin usaha di sini. Terkait tentang rasa iri dari lingkungan tadi juga kami cari solusi untuk *support* usaha lain di sekitar Kedai Itah, seperti ada kedai baru di sebelah kami dan beberapa tempat yang lain, kami saling *support* dan promosiin

mereka juga. Dan itu yang mendasari yayasan kami permakultur yaitu kolaborasi bukan kompetisi. Kalau kita cerita tentang hutan, mereka hidup dengan simbiosisnya, jadi kita kembali dengan kolaborasinya bukan kompetisi.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa dampak yang diberikan kepada masyarakat Tangkiling yaitu adanya masyarakat yang terinspirasi untuk membuka kedai yang juga memiliki konsep seperti Kedai Itah. Kedai Itah juga mendukung usaha tersebut dan juga berkolaborasi.

2. Subjek 2

Nama : M
Usia : 65 Tahun
Jenis Usaha : Gado-gado

M merupakan mitra usaha kafe Kedai Itah sejak tahun 2020. M memiliki usaha yaitu menjual gado-gado. Gado-gado yang dijual oleh M merupakan salah satu menu makanan di kafe Kedai Itah.

Peneliti mengajukan pertanyaan, apa alasan yang mendasari Anda sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah? M menjawab:

“Pengen maju usahanya, karena 4 hari ikut berjualan di sana pesanannya ramai terus. Dari kamis sampai minggu.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa alasan yang mendasari M sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah yaitu karena beliau ingin adanya kemajuan untuk usahanya. Beliau melihat adanya peluang bisnis di kafe Kedai Itah. Terkhusus pada hari

Kamis hingga Minggu, kafe Kedai Itah ramai pengunjung.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah? M menjawab:

“Gara-gara *brownies*, tempatnya juga dan tempatnya sederhana aja *nggak* mau yang aneh-aneh. Banyak yang datang dari luar Palangka, banyak yang *nyobain* minuman-minumannya seperti teh telawang, tapi banyak juga yang pesan gado-gadonya. Jadi gado-gadonya saya sudah terkenal sampai luar Palangka Raya, Banjarmasin, Sampit.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah yaitu karena menu *brownies*, namun tidak ketinggalan juga menu lainnya seperti teh telawang dan gado-gado. Bahkan gado-gado buatan M sudah dikenal masyarakat di luar kota Palangka Raya, seperti Banjarmasin dan Sampit.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sejak berkembangnya bisnis kafe Kedai Itah, dampak apa saja yang Anda dapatkan sebagai mitra bisnis? M menjawab:

“Maju, jadi terkenal gado-gadonya dari Sampit Banjarmasin tau gado-gado saya. Sebelum ikut kafe Kedai Itah sepi jualan saya hanya orang-orang kampung saja yang beli.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa sejak bergabung sebagai mitra kafe Kedai Itah, M mengalami kemajuan pada bisnisnya. Bisnis gado-gado yang dulunya cenderung sepi dan hanya orang-orang di daerah tersebut saja yang menjadi pembeli, sekarang pembeli sudah meluas dari berbagai kota.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, semenjak bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, apakah pendapatan Anda juga ikut

meningkat? M menjawab:

“Iya meningkat. Di hari biasa saat Kedai Itah tutup (Senin-Selasa-Rabu) itu yang beli sehari hanya 8-11 saja yang beli. Kalau saat ikut kedai itah apalagi saat ramai (akhir pekan) itu orderan bisa sampai 80-100 porsi.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa pendapatan M meningkat setelah bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sebagai mitra bisnis, bagaimana tanggapan Anda mengenai perkembangan kafe Kedai Itah dari awal berdiri hingga sekarang? M menjawab:

“Makin ramai dan banyak pelanggan sampai diwawancara tv. Yang mereka cari adalah *brownies*nya dan bahkan ada menu kue baru *choco chips*.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa perkembangan kafe Kedai Itah sejak awal berdirinya sampai saat ini semakin ramai pengunjung. Menu yang banyak dicari adakah *brownies* juga ada menu baru yaitu kue *choco chips*.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, bagaimana harapan Anda ke depannya untuk kafe Kedai Itah dan kemitraan Anda di bisnis tersebut? M menjawab:

“Semoga tambah maju dan tambah membantu lebih banyak masyarakat Desa Suka Mulya. Dan berkat ikut jualan di Kedai Itah juga saya bisa memperbesar warung saya. Dan terima kasih, saya sudah ditolong sebagai orang tua yang tidak bisa apa-apa, sayadoakan yang sebesar-besarnya semoga lancar, terus selamat dan makin jujur.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa M berterima kasih karena telah membantu dirinya memajukan bisnisnya. M juga berharap agar kafe Kedai Itah semakin maju dan tetap memberikan pelayanan yang

terbaik.

3. Subjek 3

Nama : L

Usia : 60 Tahun

Jenis Usaha : Nasi Tiwul

L merupakan mitra usaha kafe Kedai Itah sejak awal kedai itah buka sekitar 2 tahun lalu. L memiliki usaha yaitu menjual nasi tiwul. Nasi tiwul yang dijual oleh L merupakan salah satu menu makanan di kafe Kedai Itah.

Peneliti mengajukan pertanyaan, apa alasan yang mendasari Anda sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah? L menjawab:

“Alasan saya ikut Kedai Itah karena saya tidak lagi keliling jual nasi tiwul”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa alasan yang mendasari L sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah yaitu karena beliau Tidak lagi keliling untuk menjual nasi tiwul. Serta, beliau melihat adanya peluang bisnis di kafe Kedai Itah yang ramai akan pengunjung.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah? L menjawab:

“Kedai itah rami, dan memiliki tarik tersendiri yaitu *browniesnya* sehingga hal ini menarik perhatian para pengunjung. Karena banyak pengunjung cari *brownies* dan ada juga pengunjung mencari nasi

tiwul.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah yaitu karena menu *brownies* dan juga ada menu nasi yang disediakan oleh kafe Kedai Itah salah satunya menu nasi tiwul.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sejak berkembangnya bisnis kafe Kedai Itah, dampak apa saja yang Anda dapatkan sebagai mitra bisnis? L menjawab:

“Dampak dari saya gabung bisnis kafe Kedai Itah yaitu banyak orang-orang langsung pesan nasi tiwul ke saya, sampai datang ke rumah saya untuk pesan langsung nasi tiwul. Kemudian, saya sering diwawancarai berkaitan dengan nasi tiwul. Bahkan, saya didukung agar buka toko sendiri untuk jualan nasi tiwul. Jadi, dampak dari berkembang bisnis Kedai Itah banyak bagi saya.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa sejak bergabung sebagai mitra kafe Kedai Itah, L mengalami kemajuan pada bisnisnya. Bisnis nasi tiwul yang dulunya sepi sekarang rame banyak tawaran masuk dan orang pesan langsung nasi tiwul ke rumah beliau. Bahkan beliau diberi saran untuk buka bisnis nasi tiwul sendiri. Beliau juga mengatakan pernah diwawancarai oleh pihak televisi dan DPR berkaitan dengan nasi tiwul yang beliau buat.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, semenjak bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, apakah pendapatan Anda juga ikut meningkat? L menjawab:

“Awal sebelum bergabung saya jualan keliling biasanya 20 porsi atau sekitar Rp 200.000, semampu saya keliling aja. Kalau saya titip nasi di kafe Kedai Itah pendapatan sehari saya bisa sampai Rp 1.000.000, tapi kalau untuk rata-ratanya bisa Rp 400.000 - Rp 500.000.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa pendapatan L meningkat setelah bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah. Beliau mengatakan bahwa sebelum bergabung di bisnis kafe Kedai Itah penjualan sehari beliau paling banyak menghabiskan 20 porsi. Kemudian, ketika beliau bergabung di bisnis kafe Kedai Itah penjualan sehari-hari beliau meningkat bahkan pernah habis 100 porsi per hari.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sebagai mitra bisnis, bagaimana tanggapan Anda mengenai perkembangan kafe Kedai Itah dari awal berdiri hingga sekarang? L menjawab:

“Bedanya Kedai Itah sekarang dengan dulu yaitu sekarang pengunjung Kedai Itah semakin banyak pengunjung. Dulu sampai penuh lokasinya dan sekarang juga orang bisa pesan *online*.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa perkembangan kafe Kedai Itah sejak awal berdirinya sampai saat ini semakin ramai dan pada saat ini konsumen juga bisa berbelanja secara *online*.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, bagaimana harapan Anda ke depannya untuk kafe Kedai Itah dan kemitraan Anda di bisnis tersebut? L menjawab:

“Harapan saya untuk Kedai Itah harus lanjut, karena Kedai Itah sangat berjasa bagi saya sehingga saya bisa menyekolahkan anak saya. Saya ucapkan terima kasih banyak untuk Kedai Itah.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa L berterima kasih karena telah membantu dirinya memajukan bisnisnya dan beliau mengatakan bisa menyekolahkan anaknya dengan hasil ikut bergabung pada bisnis Kedai Itah. L juga berharap agar kafe Kedai Itah harus tetap

lanjut membantu dan menaungi usaha-usaha masyarakat kecil.



4. Subjek 4

Nama : IGWS

Usia : 30 Tahun

Jenis Usaha : Nasi Jagung

M merupakan mitra usaha kafe Kedai Itah sejak awal kafe Kedai Itah berdiri. IGWS juga ikut permakultur kemudian lanjut ke Bina Cita Utama.

Peneliti mengajukan pertanyaan, apa alasan yang mendasari Anda sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah? IGWS menjawab:

“Karena awalnya saya kerja sama mereka sebelum Kedai Itah ada. Kemudian mereka buka usaha kecil-kecilan saya bantu dan masih bantu-bantu jualan.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa alasan yang mendasari IGWS sehingga memutuskan untuk menjadi mitra kafe Kedai Itah yaitu karena beliau sebelumnya telah bekerja sama dengan pemilik Kedai Itah, sebelum Kedai Itah berdiri. Dimulai dengan membuka usaha kecil-kecilan.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah? IGWS menjawab:

“Tergantung dulu karena kasirnya bule dan karena kedai itah memiliki daya tariknya perkebunannya dan mereka memasak dari hasil kebun. Kedai Itah kemasyarakatannya bagus dan tidak berkembang sendiri.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah yaitu karena kasirnya yang merupakan Warga Negara Asing dan menu yang disuguhkan juga berasal

dari hasil kebun sendiri.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sejak berkembangnya bisnis kafe Kedai Itah, dampak apa saja yang Anda dapatkan sebagai mitra bisnis?

IGWS menjawab:

“Dampaknya bagus, dulu kita sebelum ada Kedai Itah mau usaha ragu-ragu kalau sekarang sudah punya ketetapan untuk memulai usaha dengan adanya Kedai Itah. Membantu ekonomi dan kerja keras sama-sama, serta kebersamaan kesatuannya.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa dampak yang dirasakan oleh IGWS sebagai mitra bisnis Kedai Itah adalah tidak ragu-ragu lagi untuk memulai usaha. Karena menjadi mitra bisnis Kedai Itah, selalu menjaga kebersamaan, kerja keras dan tentunya dapat meningkatkan ekonomi.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, semenjak bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, apakah pendapatan Anda juga ikut meningkat? IGWS menjawab:

“Sebelum *covid* naik, bagus. Dengan adanya Kedai Itah sangat membantu. Karena di saat perusahaan PHK karyawan, Kedai Itah merangkul mitra bisnisnya untuk sama-sama berjuang. Pesanan nasi jagung bisa mencapai 60 bungkus perhari biasanya pada hari libur seperti Sabtu dan Minggu. Dan untuk hari Kamis dan Jumat terjual nasi jagung tidak menentu.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa pendapatan IGWS meningkat setelah bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah.

Karena saat PHK karyawan sedang banyak-banyaknya, Kedai Itah membersamai mitra bisnisnya untuk berkembang bersama.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sebagai mitra

bisnis, bagaimana tanggapan Anda mengenai perkembangan kafe Kedai Itah dari awal berdiri hingga sekarang? IGWS menjawab:

“Perbedaan Kedai Itah bertahan, yang mana sebelum *corona* Kedai Itah sempat viral dan ramai sekali dan perkembangannya pada awal-awal Kedai Itah sepi. Kemudian makin kesini mulai makin ramai hingga bertahan seperti sekarang ini. Dan waktu awal-awal hanya untuk teman dan sebagai ajang silaturahmi, kemudian seiring berjalan waktu dan dari mulut ke mulut hingga ramai seperti sekarang ini.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa perkembangan kafe Kedai Itah sejak awal berdirinya sudah mulai ramai, terlebih sebelum pandemi. Akan tetapi Kedai Itah sempat mengalami sepi pengunjung. Namun seiring berjalannya waktu, Kedai Itah mulai ramai lagi hingga sekarang.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, bagaimana harapan Anda ke depannya untuk kafe Kedai Itah dan kemitraan Anda di bisnis tersebut?

IGWS menjawab:

“Harapan untuk Kedai Itah semoga makin maju lagi, makin baik dan harus bisa dipertahankan. Dan mengajak masyarakat yang mau bergabung ayo silahkan asalkan kerja samanya bagus. Antara tim dan masyarakat sekitar. Harapan untuk kedai itah maju bersama- sama.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa IGWS berharap Kedai Itah tetap semakin maju dan mengajak lebih banyak masyarakat untuk menjadi mitra bisnis serta dapat maju bersama-sama.

5. Subjek 5

Nama : AY

Usia : 28 Tahun

Jenis Usaha : Nasi Bakar

AY merupakan mitra usaha kafe Kedai Itah sejak tahun 2021. AY memiliki usaha yaitu menjual nasi bakar. Nasi bakar yang dijual oleh AY merupakan salah satu menu makanan di kafe Kedai Itah.

Peneliti mengajukan pertanyaan, apa alasan yang mendasari Anda sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah? AY menjawab:

“Karena tetangga banyak ikut bergabung di bisnis Kedai Itah dan untuk menambah penghasilan sekaligus untuk membantu ekonomi keluarga.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa alasan yang mendasari AY sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah, yaitu karena beliau melihat banyak tetangga yang ikut bergabung di kafe Kedai Itah serta ingin adanya kemajuan untuk usahanya. Beliau melihat adanya peluang bisnis di kafe Kedai Itah. Terkhusus pada hari Kamis hingga Minggu, kafe Kedai Itah ramai pengunjung.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah? AY menjawab:

“Daya tarik dari kafe Kedai Itah yaitu menu yang disediakan oleh kafe seperti kue *brownies*.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah yaitu karena menu *brownies*.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sejak berkembangnya bisnis kafe Kedai Itah, dampak apa saja yang Anda dapatkan sebagai mitra bisnis? AY menjawab:

“Banyak dampak baiknya, yaitu bisa menambah penghasilan sehari-

hari.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa sejak bergabung sebagai mitra kafe Kedai Itah, AY mengaku bahwa beliau dapat menambah penghasilan sehari-hari.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, semenjak bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, apakah pendapatan Anda juga ikut meningkat? AY menjawab:

“Sehari sebelum bergabung menjadi mitra kedai itah laku penjualan nasi bakar paling banyak 10, tapi setelah bergabung dibisnis kedai itah laku sehari bisa menjacapi 50 bungkus.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa pendapatan dan penjualan AY meningkat setelah bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sebagai mitra bisnis, bagaimana tanggapan Anda mengenai perkembangan kafe Kedai Itah dari awal berdiri hingga sekarang? AY menjawab:

“Lebih rame dan berkembang, kemaren-kemaren masih sepi bahkan orang-orang sudah mulai tahu cafe kedai itah”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa perkembangan kafe Kedai Itah sejak awal berdirinya sampai saat ini semakin ramai dan makin di kenal oleh pengunjung, baik pengunjung dalam kota maupun luar kota.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, Bagaimana harapan Anda ke depannya untuk kafe Kedai Itah dan kemitraan Anda di bisnis tersebut? AY menjawab:

“Harapan untuk Kedai Itah semoga Kedai Itah makin ramai, makin maju, semakin dikenal banyak orang”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa AY berterima kasih karena telah membantu dirinya memajukan bisnisnya. AY juga berharap agar kafe Kedai Itah semakin ramai, makin maju dan semakin dikenal banyak orang.

6. Subjek 6

Nama : PAW

Usia : 21 Tahun

Jenis Usaha : Nasi Pecel

PAW merupakan mitra bisnis kafe Kedai Itah sejak awal Kedai Itah mulai beroperasi, yaitu sekitar 2020 tahun lalu. PAW memiliki usaha yaitu menjual nasi pecel. Nasi pecel yang dijual oleh PAW merupakan salah satu menu makanan di kafe Kedai Itah.

Peneliti mengajukan pertanyaan, apa alasan yang mendasari Anda sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah? PAW menjawab:

“Mereka mencari *partner* di sekitar kedai itah untuk di jadikan kerja sama agar masyarakat ekonominya bisa maju dan karena kami lihat di sana *rame* jadi kami ikut.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa alasan yang mendasari PAW sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan kafe Kedai Itah yaitu karena kafe Kedai Itah mencari *patner* untuk diajak kerja sama untuk bisa memajukan ekonomi masyarakat. Beliau juga melihat adanya peluang bisnis di kafe Kedai Itah yang ramai akan pengunjung,

sehingga beliau memutuskan untuk ikut bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah untuk menjual menu nasi pecel.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah? PAW menjawab:

“Daya tarik dari kafe Kedai Itah yaitu yang memiliki seorang bule akan tetapi menu yang dijual adalah makanan lokal.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa hal yang menjadi daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah yaitu karena pemilik kafeseorang bule dan juga ada menu yang tersedia adalah makanan lokal.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sejak berkembangnya bisnis kafe Kedai Itah, dampak apa saja yang Anda dapatkan sebagai mitra bisnis? PAW menjawab:

“Dampak dari saya gabung bisnis kafe kedai itah yaitu Banyak, salah satunya dapat membantu ekonomi keluarga, masyarakat sekitarnya juga dapat terbantu dengan adanya kafe Kedai Itah.”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa sejak bergabung sebagai mitra kafe Kedai Itah, PAW mengalami kemajuan pada bisnisnya dan merasa terbantu dari segi ekonomi yaitu dengan beliau jualan nasi pecel.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, semenjak bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, apakah pendapatan Anda juga ikut meningkat? PAW menjawab:

“Saat kedai itah dan pengunjung sangat ramai itu pesanan kami bisa sampai 100 lebih porsi pesanan perhari, kami jual perbungkusnya ke kedai itah Rp 10.000, kalo di hari biasa 20-30 bungkus perharinya.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa pendapatan PAW

meningkat setelah bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah. Beliau mengatakan bahwa jika pengunjung banyak beliau bisa habis 100 porsi lebih perhari dengan harga jual Rp. 10.000 perbungkus. Beliau juga mengatakan jika hari biasa penjualan nasi pecel hanya 20-30 porsi perhari.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kembali, sebagai mitra bisnis, bagaimana tanggapan Anda mengenai perkembangan kafe Kedai Itah dari awal berdiri hingga sekarang? PAW menjawab:

“Kurang lebih sama aja sih karena tempatnya juga seperti itu saja, cuma karena semakin lama semakin banyak orang yang tau jadi makin banyak yang mengunjunginya, bahkan semua orang dari luar daerah (Jakarta, Sampit dll) datang ke kedai itah di Sukamulya ini, bahkan mereka pernah kirim *brownies* ke Bandung ke Malang (Pulau Jawa).”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa perkembangan kafe Kedai Itah sejak awal berdirinya sampai saat ini semakin ramai, dan semakin banyak dikenal baik dari warga sekitar maupun luar daerah. Beliau juga mengatakan bahkan yang data ke kafe kedai itah itu berasal dari luar daerah seperti jakarta, Sampit dan lain-lain. Beliau juga mengatakan bahwa *brownies* dari kafe juga pernah dikirim ke luar daerah yaitu ke Bandung dan Malang.

Peneliti mengajukan pertanyaan kembali, bagaimana harapan Anda ke depannya untuk kafe Kedai Itah dan kemitraan Anda di bisnis tersebut?

PAW menjawab:

“Semoga ramai terus, maju terus dan semakin banyak membantu masyarakat sekitar bahkan bukan hanya Sukamulya saja.”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa PAW berterima kasih karena telah membantu dirinya memajukan bisnisnya dan beliau

berharap semoga kafe Kedai Itah semakin maju dan ramai akan pengunjung sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar.



Selanjutnya penyajian data hasil penelitian ini adalah hasil wawancara kepada 3 orang responden. Berikut hasil wawancara yang peneliti peroleh:

1. Subjek 1

Nama : SR
Usia : 40 Tahun
Profesi : RW 03

SR merupakan RW 03. Peneliti mengajukan pertanyaan, apa Kedai Itah buka pada Tahun 2020, sudahkah langsung seramai sekarang? SR menjawab:

“Kedai Itah memang sekitar tahun 2020 berdiri di sini, kalau dilihat ramainya dibandingkan dengan dahulu nggak seramai sekarang, dulu pak J dan istrinya bu F mendirikan kedai awal buka masih sepi lalu dari hari ke hari peningkatan pengunjung makin besar”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa Kedai Itah buka pada tahun 2020, dan pada awal buka tidak langsung ramai, tetapi dengan berjalannya waktu hingga sekarang peningkatannya semakin besar.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, sejak berdirinya Kedai Itah, apa saja dampak yang diberikan? SR menjawab:

“saya akui selama ada Kedai Itah, banya dampak yang ditimbulkan, mulai dari perekonomian yang membawa pedagang-pedagang kecil seperti gado-gado, tiwul dan yang lain itu mendapat dampak positif, karena mereka bisa menitipkan makanan di Kedai Itah, jadi itu menambah perekonomian mereka”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa dengan adanya Kedai Itah di desa mereka, Kedai Itah membawa dampak yang sangat positif, karena pedagang-pedagang kecil bisa menitipkan makanan di Kedai

Itah yang membuat pesanannya meningkat.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, dampak apa yang paling terkesan dari adanya Kedai Itah? SR menjawab:

“yang saya lihat dari perekonomian para pedagang yang awalnya sepi sekarang jadi ramai, penghasilannya naik drastis, dan juga mereka kan ngga motong harga yang dari pedagang, jadi harganya tetap Rp. 10,000,00”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa dampak yang paling terkesan adalah meningkatnya perekonomian para pedagang yang ikut bermitra dengan kedai itah, dan kedai itah tidak memotong harga demi meraih keuntungan tetapi membeli dari pedagang kedai itah dengan harga tetap.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, kenapa para pedagang mau ikut bermitra dengan Kedai Itah? SR menjawab:

“yang jelas kedai itah sangat ramai, dan kedai itah memberi peluang kepada para pedagang untuk bisa dititipkan ke kedai itah”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa banyak pedagang yang mau ikut bermitra dengan kedai itah karena, dilihat dari pengunjung yang sangat ramai, dan kedai itah memberikan peluang kepada para pedagang yang ingin menitipkan makanannya di kedai itah.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, apa harapan anda dengan kedai itah untuk kedepan? SR menjawab:

“saya harap ada kedai itah yang lain lagi, agar lebih banyak lagi para pedagang yang terbantu, karena saya merasa dampaknya sangat besar bagi perekonomian mereka”

Maksud dari wawancara di atas. SR mengharapkan munculnya kedai itah yang lain, agar semakin banyak pedagang kecil yang terbantu dan maju.

SR merasakan bagaimana warga Tangkiling merasakan perubahan ekonomi setelah munculnya dan firalnya Kedai Itah.

2. Subjek 2

Nama : S

Usia : 43 Tahun

Profesi : RT 05

S merupakan RT 05. Peneliti mengajukan pertanyaan, apa Kedai Itah buka pada Tahun 2020, sudahkah langsung seramai sekarang? S menjawab:

“awal mulanya buka kurang begitu ramai, kemudian setelah beberapa bulan baru kedai itah ramai, salah satu yang bikin ramai yaitu kelapa mudanya itu banyak yang mesen dan kedai itah ngambil kelapa mudanya dari masyarakat sini juga, trus juga karena browniesnya yang terkenal sangat enak”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa Kedai Itah pada awal buka tidak langsung ramai, tetapi dengan berjalannya waktu beberapa bulan kedai itah ramai pengunjung, selain browniesnya, ternyata waktu itu kelapa sangat ramai peminat, yang digunakan untuk melawan covid 19.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, sejak berdirinya Kedai Itah, apa saja dampak yang diberikan? S menjawab:

“sejak adanya kedai itah itu kan salah satunya melibatkan warga sini, banyak warga dari sini yang ikut kerja juga sama kedai itah, trus dari makanan warga sini juga bisa dititipkan di sana, ada gado-gado, nasi pecel dan ada beberapa makanan lain dari warga sini”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa dengan adanya Kedai Itah di desa mereka, Kedai Itah membawa dampak yang bagus, karena banyak warga dari daerah Tangkiling yang ikut kerja dengan Kedai Itah, serta makanan yang berasal dari daerah tangkiling yang dititipkan di

sana.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, dampak apa yang paling terkesan dari adanya Kedai Itah? S menjawab:

“yaitu, salah satunya merekrut beberapa karyawan dari warga sini, kemudian bahan-bahan juga ngambil dari warga sini, contohnya itu kelapa muda”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa dampak yang paling terkesan adalah kedai itah memanfaatkan warga sekitar untuk dijadikan karyawan kedai itah, lalu kedai itah juga membeli bahan baku dari masyarakat Tangkiling, seperti kelapa muda.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, kenapa para pedagang mau ikut bermitra dengan Kedai Itah? S menjawab:

“mungkin sebelumnya pemasaran mereka kurang, begitu dengan adanya kedai itah, sekarang jadi lebih laku, dengan sarana kedai itah tadi, jadi dengan adanya menu masakan kampung jadi lebih laku”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa banyak pedagang yang mau ikut bermitra dengan kedai itah karena, dilihat dari potensi pemasaran yang kurang jika hanya berjualan didesa saja, dengan melihat kedai itah yang banyak pengunjung dari berbagai daerah, memungkinkan mereka akan mendapatkan pelanggan yang lebih banyak.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, apa harapan anda dengan kedai itah untuk kedepan? S menjawab:

“semoga kedai itah semakin maju, makanannya semakin terkenal jadi makin banyak yang datang, nanti kalo makin ramai kan masyarakat jadi banyak yang kerja di sana”

Maksud dari wawancara di atas. S mendoakan semoga kedai itah

semakin maju semakin ramai yang datang agar pengunjung banyak yang datang dan mendatangkan perekonomian yang bagus bagi masyarakat.

3. Subjek 3

Nama : M

Usia : 39 Tahun

Profesi : Ibu Rumah Tangga

M merupakan seorang ibu rumah tangga di Tangkiling. Peneliti mengajukan pertanyaan, apa Kedai Itah buka pada Tahun 2020, sudahkah langsung seramai sekarang? M menjawab:

“dulu awal buka ya ngga rame banget, pas udah beberapa bulan baru rame”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa Kedai Itah pada awal buka tidak langsung ramai, tetapi dengan berjalannya waktu beberapa bulan kedai itah ramai pengunjung.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, sejak berdirinya Kedai Itah, apa saja dampak yang diberikan? M menjawab:

“itu banyak bulek gado-gado, nasi pecel pada nitip makanan di sana, trus banyak yang kerja disana, trus gara-gara ada kedai itah rame jadi yang lain pada buka kafe kecil-kecilan di sebelah Kedai Itah”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa dengan adanya Kedai Itah di desa mereka, Kedai Itah membawa dampak yang bagus, karena banyak warga dari daerah Tangkiling yang ikut kerja dengan Kedai Itah, serta makanan yang berasal dari daerah tangkiling yang ditiptkan di sana, banyak juga muncul kedai-kedai baru yang buka disekitar Kedai Itah.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, dampak apa yang paling

terkesan dari adanya Kedai Itah? M menjawab:

“iya tangkiling jadi makin rame, terus ekonomi juga makin terangkat”

Maksud dari wawancara di atas, diketahui bahwa dampak yang paling terkesan adalah kedai itah membawa tangkiling jadi semakin ramai pengunjung dan perekonomian tangkiling juga terangkat.

Kemudian peneliti bertanya Kembali, kenapa para pedagang mau ikut bermitra dengan Kedai Itah? M menjawab:

“ya kan dulu mereka jualan sekitar desa aja, ada yang keliling ada yang buka warung, ada yang nunggu pesanan, kalo iku kedai itah kan di ruah aja bikin trus titipin ke kedai itah jadi tinggal nunggu hasil aja”

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa banyak pedagang yang mau ikut bermitra dengan kedai itah karena, dulu kebanyakan pedagang hanya berjualan di sekitar Tangkiling saja, ada yang sudah membuka warung, ada yang menunggu pesanan dari rumah, dengan adanya kedai itah, mereka bisa menitipkan makananya dan tinggal menunggu hasil.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apa harapan anda dengan kedai itah untuk kedepan? M menjawab:

“iya terimakasih semoga makin sukses makin banyak yang di bantu”

Maksud dari wawancara di atas. M mendoakan semoga kedai itah semakin maju semakin banyak yang di bantu.

C. Analisis Data

Peneliti menganalisis hasil penelitian dengan cara membahas dan mengkaji sesuai dengan rumusan masalah yang ada, yaitu alasan masyarakat Kelurahan Tangkiling memilih kafe Kedai Itah sebagai mitra bisnis, strategi

marketing kafe Kedai Itah dalam mempromosikan bisnis kuliner masyarakat Kelurahan Tangkiling dan dampak ekonomi kafe Kedai Itah bagi mitra kerjanya.

1. Alasan Masyarakat Kelurahan Tangkiling Memilih Kedai Itah sebagai Mitra bisnis

Adapun alasan masyarakat Kelurahan Tangkiling memilih Kedai Itah sebagai mitra bisnis tersebut beragam, berikut adalah beberapa alasan mitra bisnis kedai itah:

a. Memajukan atau peningkatan penjualan dan pendapatan.

Dikarenakan kafe Kedai Itah yang selalu ramai pengunjung pada hari Kamis sampai hari Minggu yang membuat mitra bisnis kedai itah mengalami kemajuan pesat dalam segi penjualan maupun pendapatan. Diketahui jika di hari Senin sampai Rabu dimana hari tersebut kedai itah tutup, mereka hanya menjual 8 sampai 11 porsi saja, akan tetapi saat kedai itah buka, mereka bisa menerima 80 sampai 100 porsi per harinya, maka hal ini lah yang dapat dilihat oleh pelaku usaha sebagai sebuah peluang besar untuk membantu meningkatkan bisnis yang dimilikinya.

b. Tidak berkeliling untuk berjualan.

Awal sebelum adanya Kedai itah berdiri, mitra bisnis penjual tiwul ini sudah dikenal di masyarakat sekitar, karena seringnya terlihat berkeliling dan menjajakan nasi tiwul buatan beliau. Dan Ketika kedai itah buka, mitra ini pun langsung ikut menitipkan makanan ke Kedai Itah. Efeknya sangat besar, dibandingkan dengan beliau berkeliling yang

sehari hanya bisa mendapatkan hasil Rp. 200,000.00 meningkat tajam hingga Rp. 1,000,000.00. bahkan beliau juga banyak menerima pesanan langsung ke rumah, berkat nasi tiwulnya yang sudah dikenal melalui kerja sama dengan Kedai Itah.

c. Keikutsertaan bermitra dengan Kedai Itah.

Melihat adanya potensi dari Kedai Itah dikarenakan tetangga beliau yang ikut Kerjasama dengan Kedai Itah yang sudah berhasil, membuat beliau tergerak untuk mencoba ikut menawarkan keahlian beliau dalam membuat masakan Nasi Bakar, dengan menitipkan nasi bakar beliau ke Kedai Itah berharap pesanan beliau bisa meningkat. Dikarenakan awal beliau mulai menjalankan usaha nasi bakar hanya dengan menjual ke tetangga sekitar dengan memanfaatkan media social, dan hanya terjual 10 porsi, berbeda dengan menitipkan nasi bakarnya ke Kedai Itah yang bisa terjual Hingga 50 porsi.

d. Menambah penghasilan sekaligus untuk membantu ekonomi keluarga.

Berawal dari ajakan Kedai Itah kepada masyarakat yang ingin bekerja sama mencari partner, hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membuat nasi pecel yang sudah menjadi keahliannya, menjadikan kesempatan ini untuk memulai usaha, terbukti dengan mengikuti kerja sama Kedai Itah, pesanan nasi pecelnya ramai dan bisa mendatangkan penghasilan, bahkan nasi pecelnya sudah banyak yang memesan ke produsennya langsung, berkat dikenalnya dari perantara bekerjasama dengan Kedai Itah.

e. Kerjasama.

Dimulai awalnya beliau hanya membantu bekerja sama dalam proses berdirinya kedai itah, lalu didorong oleh pihak kedai itah agar bisa membantu membuatkan menu nasi jagung lalu membuka usaha sendiri dengan pembuatan nasi jagung yang di titipkan ke Kedai Itah, dan ternyata hasilnya bagus. Beliau pun mengajak masyarakat yang mau kerja sama dengan kedai itah seperti dirinya. Beliau sangat merasa sebelum adanya kedai itah di Tangkiling, banyak orang yang mau mulai usaha tapi ragu-ragu, sekarang sudah ada ketetapan untuk memulai usaha dengan adanya Kedai Itah.

Adapun tujuan pihak kafe Kedai Itah membangun kerja sama dengan pelaku usaha yang bertempat tinggal di sekitar Kelurahan Tangkiling dan Desa Suka Mulya, yaitu;

- a. Agar kondisi perekonomian masyarakat juga ikut membaik,
- b. Menu lokal yang ditawarkan kepada konsumen dapat lebih dikenal dan digemari oleh berbagai kalangan dan generasi.

2. Strategi *Marketing* Kafe Kedai Itah dalam Mempromosikan Bisnis Kuliner Masyarakat Kelurahan Tangkiling

Terdapat lima strategi pemasaran yang dilakukan oleh kafe Kedai Itah, antara lain yaitu:

a. Segmentasi Pasar

Awal berdirinya kafe Kedai Itah yang sebenarnya hanya untuk tempat berkumpul sepulang berkebon bagi komunitas mereka dan tidak

disangka sampai saat ini, semakin hari pengunjung semakin ramai berdatangan dikarenakan banyak yang penasaran dan ingin datang ke kedai itah. Para pelanggan banyak berdatangan ingin merasakan menu yang disediakan oleh kedai itah, berjalannya waktu, kedai itah menambah menu dengan bekerjasama dengan mitranya untuk menipkan menu tambahan, menu tambahan yang dipilih banyak varian masakan jawa dikarenakan lingkungan tempat Kedai Itah berdiri banyak orang jawa dan mitra kerja yang memproduksi juga orang jawa. Dan ternyata banyak yang lebih tertarik karena suasana kedai itah dengan makanan yang cocok seperti serasa di kampung halaman dan kembali ke alam, serta melihat lokasi kedai itah yang dekat dengan tempat wisata di Tangkiling membuat kedai itah menjadi pilihan untuk tempat singgah, bahkan ada juga yang ingin datang karena penjualnya orang *bule*.

Pada saat ini, diwaktu akhir pekan banyak pelanggan yang datang dan harus mengantri bahkan tidak dapat tempat duduk, dan sekarang berbelanja di kafe Kedai Itah bisa melalui pemesanan *online*, sehingga konsumen tidak perlu lagi mengantri untuk menikmati menu yang ada di kafe Kedai Itah. Tidak semua konsumen dapat datang langsung ke kafe Kedai Itah, karena letaknya yang jauh dari pusat kota. Maka dari itu, saat ini pihak Kedai Itah telah menyediakan layanan pemesanan *online* sebagai salah satu cara untuk mengatasi kondisi kebutuhan pasar yang serba modern.

b. *Targeting* atau Target Pasar

Keberadaan kafe Kedai Itah diperuntukkan bagi semua orang dan tidak ada target pasar secara khusus. Pihak kafe Kedai Itah mengaku bangga karena pengunjung yang datang berasal dari berbagai kalangan. Tidak hanya orang dewasa saja, tapi juga ada anak sekolah menengah pertama maupun menengah atas yang berkunjung. Tidak ketinggalan pula pengunjung yang telah berusia lanjut juga turut berkunjung ke kafe Kedai Itah. Bahkan para pejabat dan publik figur juga banyak yang berkunjung ke kafe Kedai Itah. Seperti Gubernur, istri Gubernur, Kapolda, Wakil Kapolda dan para selebriti. Maka dari itu kafe Kedai Itah tidak memiliki target pasar secara khusus. Menu dan suasana kafe Kedai Itah dapat dinikmati oleh semua kalangan dan generasi, membuat inovasi tambahan produk supaya pelanggan yang datang bisa memilih banyak varian menu yang disediakan, seperti menambah varian makanan local dan menambah menu kue terbaru yang dibuat oleh kedai itah, yang dari segi harga pun dibuat agar bisa ramah di kantong dan bisa dinikmati oleh semua kalangan yang menjadi target pasar Kedai Itah.

c. *Positioning* atau Strategi

Untuk menempatkan (memposisikan) produk dalam benak konsumen. Salah satu hal yang menjadikan pengunjung Kedai Itah tetap loyal adalah dengan adanya menu *brownies* kelapa yang terkenal dengan kelezatannya. *Brownies* kelapa dijual dengan harga Rp 7.000/potongnya. Banyak masyarakat kota Palangka Raya atau dari kota lain di sekitar Palangka Raya yang membuka jasa titip atau sering

disebut dengan *jastip*, dikarenakan semakin hari semakin banyak peminat dari *brownies* kelapa tersebut. Jika ada konsumen yang tidak memiliki waktu ataupun terkendala alat transportasi untuk berkunjung langsung ke kafe Kedai Itah, maka konsumen masih bisa menikmati *brownies* dengan menggunakan *jastip* atau layanan pemesanan *online* yang telah disediakan oleh pihak kafe Kedai Itah sendiri.

Kafe Kedai Itah juga menyediakan menu lainnya termasuk menu-menu lokal, diantaranya seperti: nasi pecel, gado-gado, nasi tiwul, nasi jagung, nasi bakar, teh bunga telang, teh bunga rosela, teh kelor, cinau susu, kelapa muda dan beberapa jenis kopi. Dengan menawarkan menu-menu lokal, kafe Kedai Itah memiliki ciri khas tersendiri dalam hal menarik hati para konsumennya. Daya tarik masyarakat dari kafe Kedai Itah juga karena pemiliknya yang merupakan Warga Negara Asing, padahal konsep kafe yang ditawarkan nuansa tradisional dengan menu-menu lokal.

Hal lain yang menjadi daya tarik dari kafe Kedai Itah sendiri adalah karena terletak dekat dengan Taman Wisata Alam Bukit Tangkiling dan tempat wisata Danum Bahandang serta Surung Danum. Pengunjung yang datang dari berbagai tempat wisata tersebut atau pengunjung yang melakkan dari Sampit ke Palangka Raya, seringkali mampir ke kafe Kedai Itah untuk sekedar bersantai atau menikmati menu yang ditawarkan. Kafe Kedai Itah memiliki konsep yang berbeda dibandingkan dengan kafe pada umumnya. Kafe Kedai Itah tidak

memiliki desain interior yang modern. Akan tetapi kafe Kedai Itah memiliki konsep asri dan kembali ke alam.

d. *Syariah Marketing Tactics*

Kafe Kedai Itah yang memposisikan diri di masyarakat sekitar sebagai wadah mitra bisnis atau syirkah, yang dimana kedai itah membeli makanan dari mitra bisnisnya di Tangkiling lalu menjualnya kembali di kafe Kedai Itah. Makanan yang dijual adalah makanan kampung yang menjadi pembeda dan daya Tarik bagi pelanggan yang datang. Perlu diketahui juga bahwa kedai itah membeli makanan dari mitra bisnisnya dengan harga awal tanpa adanya pengurangan harga yang sebagaimana mestinya seorang yang ingin mengambil untung yang lebih banyak, Kedai Itah membeli harga awal dan dijual di Kedai Itah dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungannya,

Kedai itah mengutamakan produk yang dijual dengan branding kembali ke alam, makanan traditional yang dikemas mengutamakan kebersihan, tidak menggunakan plastik, oleh karenanya semua mitra menggunakan daun pisang sebagai bungkus makanan, dimana daun pisangnya bisa di jadikan kompos yang dipakai untuk pupuk kebun milik Kedai Itah.

Kedai Itah menggunakan Infrastrktur yang kembali ke alam yang sangat kreatif dan inovatif, mereka menggunakan alas duduk teras rumah,

duduk menggunakan tikar di tengah kebun, kursi yang dibuat dari batang pohon dan hewan ternak yang menghiasi suasana alam. Hal yang mungkin tertinggal jaman, malah menjadi daya tarik yang luar biasa. Kafe Kedai itah memiliki karyawan yang mayoritas diambil dari daerah sekitar, yang membuat keharmonisan antara Kedai Itah dengan masyarakat Tangkiling menjadi terbangun, hal ini juga tidak lepas dari banyaknya pengunjung yang datang dan menjadikan tambahan ekonomi bagi masyarakat Tangkiling. Kafe Kedai Itah pun sesekali menyediakan fasilitas teknologi berupa musik untuk menghibur para pelanggan yang datang,

Salah satu cara Kedai Itah memasarkan bisnisnya, yaitu melalui media sosial *instagram* dengan melakukan promosi serta mengunggah kembali atau *merepost instastory* para pengunjung. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan kuantitas konsumen dan menarik hati para pengguna media sosial, agar berkunjung langsung ke kafe Kedai Itah atau sekedar mencoba menu Kedai Itah melalui pemesanan *online*. Berkat media *online* ini pun kedai itah bisa menjual *brownies* nya ke berbagai daerah.

Kafe Kedai Itah mulai didirikan pada tahun 2019, namun mulai beroperasi pada tahun 2020. Kafe Kedai Itah sendiri tidak beroperasi setiap hari. Pada awalnya, kafe Kedai Itah hanya beroperasi 1 hari dalam seminggu, yaitu pada hari Minggu. Setelah kafe Kedai Itah mulai beroperasi, sembari selesai panen, pihak kafe lalu menjual hasil panen

serta berkolaborasi dengan masyarakat Kelurahan Tangkiling. Ternyata kemitraan yang didukung oleh sumber daya alam hasil kebun sendiri tersebut, menghasilkan dampak yang signifikan dan pengunjung semakin ramai berdatangan. Pihak kafe sebelumnya tidak pernah mengira bahwa bisnis yang dimulai akan menjadi sebesar sekarang. Semakin berkembangnya bisnis kafe ini, pihak kafe Kedai Itah merasa bahwa tidak bisa hanya beroperasi 1 hari dalam seminggu. Tidak ketinggalan pula banyaknya permintaan dari pengunjung untuk menambah jadwal operasional kafe Kedai Itah. Oleh karena itu, kafe Kedai Itah yang awalnya hanya beroperasi 1 hari dalam seminggu, kini telah menetapkan jadwal operasional menjadi 4 hari dalam seminggu, yaitu pada hari Kamis, Jumat, Sabtu dan Minggu.

e. *Syariah Marketing Value*

Ketika kafe Kedai Itah tidak beroperasi pada hari Senin hingga Rabu, pihak Kedai Itah menggunakan waktu sebanyak 3 hari tersebut untuk berkebun. Pada awalnya kafe Kedai Itah bermula dari konsep perkebunan ramah lingkungan, di lokasi tersebut terdapat sebuah yayasan yang bernama Permakultur Kalimantan. Permakultur sendiri merupakan singkatan dari permanen kultur.

Permakultur adalah cabang ilmu desain ekologis, teknik ekologis dan desain lingkungan yang mengembangkan arsitektur berkelanjutan dan sistem pertanian swadaya berdasarkan ekosistem alam. Ketika kafe Kedai Itah didirikan, pihak kafe sebenarnya ingin memperlihatkan

bagaimanapihak kafe dapat menggunakan hasil panen dari kebun sendiri, yang kemudian juga dijual di kedai sendiri. Kebanyakan kafe pada umumnya menggunakan bahan yang tidak diproduksi sendiri, akan tetapi berbeda dengan kafe Kedai Itah. Kafe Kedai Itah menggunakan sumber daya yang ada di sekitar lokasi kafe, tepatnya hasil panen dari kebun pribadi dan menu lokal dari para mitra bisnis Kedai Itah. Hal tersebut termasuk dalam konsep permakultur. Ada tiga nilai yang terdapat pada permakultur, yaitu peduli bumi, manusia dan masa depan. Dimana islam juga melarang membuat kerusakan di bumi dan mengajarkan untuk menjaga lingkungan dan mengormati alam semesta, hal ini berkesinambungan dengan konsep yang mereka jalankan. Jadi apapun yang dilakukan oleh manusia pada hari ini, menghasilkan dampak apa bagi masa depan.

Jika ditinjau dari sudut pandang Islam maka menjaga alam (lingkungan) agar tetap terjaga menjadi keharusan bagi setiap manusia. Manusia sebagai khalifah (wakil Tuhan) di bumi sudah seharusnya melestarikan dan mengembangkan alam (bumi) yang menjadi hunian umat manusia firman Allah dalam Al-quran:

هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا

Artinya: "...Dia telah menciptakanmu dari bumi (tanah) dan menjadikanmu pemakmurnya,,,"(Q.S. Hud: 61).

Ayat di atas menjelaskan bahwa fungsi manusia sebagai khalifah Tuhan untuk memakmurkan bumi (alam yang paling dekat dengan

manusia) dengan jalan amal terbaik atau karya kreatif.

Manusia telah diperingatkan Allah SWT dan Rasul-Nya agar jangan melakukan kerusakan di bumi, akan tetapi manusia mengingkarinya. Allah SWT berfirman:

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ

Artinya: *Dan apabila dikatakan kepada mereka, "Janganlah berbuat kerusakan di bumi!" Mereka menjawab, "Sesungguhnya kami justru orang-orang yang melakukan perbaikan."* (QS. 2 : 11).

Keingkaran mereka disebabkan karena keserakahan mereka dan mereka mengingkari petunjuk Allah SWT dalam mengelola bumi ini. Sehingga terjadilah bencana alam dan kerusakan di bumi karena ulah tangan manusia. Allah SWT berfirman;

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي
عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ٤١ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ
مِن قَبْلُ ۗ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ ٤٢

"Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)." "Katakanlah (Muhammad), "Bepergianlah di bumi lalu lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyakan dari mereka adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah)."(QS. 30 :

41-42).

Kafe Kedai Itah juga menerapkan konsep *no plastic*. Baik menu makanan maupun minuman, tidak ada yang dikemas atau disajikan dengan menggunakan plastik. Apabila masyarakat ingin menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, pihak kafe tidak menerima jika kemasan dari produk mitra bisnis tersebut menggunakan kemasan berbahan plastik. Kafe Kedai Itah sendiri juga tidak menggunakan sedotan berbahan plastik untuk menyajikan menu minumannya, akan tetapi kafe Kedai Itah menggunakan sedotan berbahan purun. Sehingga dari limbah sedotan purun tersebut, dapat kembali dimanfaatkan untuk dijadikan kompos. Limbah yang ada tidak menjadi polusi dan ribuan sedotan purun pun tidak menjadi sampah. Kafe Kedai itah juga mendukung semua mitra atau pengusaha yang ingin membuka kedai atau warung di sekitar Kedai Itah, dimana kebanyakan pengusaha yang menganggap itu sebagai saingan, tetapi tidak bagi kedai itah, bagi mereka kolaborasi lebih penting dari pada kompetisi.

Konsep permakultur yang diterapkan oleh kafe Kedai Itah juga termasuk dalam konsep teori ekonomi kreatif. Ide dan daya kreativitas yang digunakan oleh kafe Kedai Itah menghasilkan sesuatu yang berbeda dari kafe pada umumnya. Kekreatifitasan inilah yang menjadikan daya tarik tersendiri dari kafe Kedai Itah.

3. Dampak Ekonomi bagi Mitra bisnis Kafe Kedai Itah

Berdasarkan penyajian data di atas, Adapun dampak ekonomi bagi mitra bisnis Kedai Itah yang didapatkan kami sajikan dalam tiga unsur penting dalam keberhasilan suatu bisnis:

a. Volume Penjualan

Menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah ternyata membawa banyak dampak positif bagi perkembangan sebuah bisnis, terutama bagi volume penjualan.

Salah satu mitra bisnis kafe Kedai Itah yang menjual gado-gado mengatakan, bahwa jumlah penjualannya mengalami peningkatan setelah bergabung menjadi mitra bisnis. Saat kafe Kedai Itah tidak beroperasi pada hari Senin-Rabu, mitra bisnis tersebut hanya dapat menjual sebanyak 8-11 porsi gado-gado per hari. Akan tetapi ketika mitra bisnis tersebut berjualan di Kafe Kedai Itah, yaitu pada hari Kamis-Minggu, penjualan gado-gado bisa mencapai 80-100 porsi per harinya.

Mitra bisnis yang menjual nasi tiwul juga mengatakan, bahwa sebelum bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, dalam sehari hanya menjual sebanyak 20 porsi. Setelah bergabung menjadi mitra bisnis Kedai Itah, beliau berhasil menjual sebanyak 100 porsi nasi tiwul. Begitu juga dengan mitra bisnis yang menjual nasi jagung, jumlah penjualannya meningkat dan bisa menjual sebanyak 60 porsi di saat *weekend*.

Mitra bisnis yang menjual nasi bakar juga mengalami peningkatan penjualan. Sebelum bergabung menjadi mitra bisnis, jumlah penjualan

per harinya hanya mencapai 10 porsi. Namun setelah bergabung menjadi mitra bisnis Kedai Itah, jumlah penjualan mencapai 50 porsi per hari. Begitu pula dengan mitra bisnis yang menjual nasi pecel. Dalam sehari, beliau dapat menjual lebih dari 100 porsi, dengan harga jual Rp 10.000 per bungkusnya. Jika beliau berjualan pada hari biasa di luar jadwal operasional kafe Keda Itah, beliau hanya dapat menjual sebanyak 20-30 porsi nasi pecel.

b. Memiliki Banyak Konsumen

Sejak bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, para pelaku usaha mendapat banyak konsumen daripada biasanya. Seperti mitra bisnis yang menjual nasi tiwul, beliau mengatakan, bahwa mengalami perkembangan yang baik pada bisnisnya. Banyak konsumen yang datang ke rumah beliau untuk memesan nasi tiwul secara langsung. Beliau juga sering diwawancarai mengenai bisnis nasi tiwulnya. Beliau didukung untuk buka toko sendiri untuk berjualan nasi tiwul.

Begitu pula dengan mitra bisnis yang menjual gado-gado. Pada awalnya penjualan gado-gado cenderung sepi dan hanya konsumen yang berasal dari daerah Kelurahan Tangkiling saja yang menikmati gado-gado beliau. Akan tetapi setelah bergabung menjadi mitra bisnis, konsumen gado-gado sudah semakin meningkat bahkan sampai ke luar kota. Kini gado-gado beliau sudah dikenal hingga ke kota Sampit dan Banjarmasin.

Meningkatnya jumlah konsumen dari para mitra bisnis, merupakan

salah satu bukti keberhasilan bisnis. Kafe Kedai Itah yang saat ini sudah semakin banyak dikenal oleh berbagai kalangan dan generasi. Hal tersebut tentunya akan memberikan peluang yang sangat baik bagi perkembangan usaha para mitra bisnis.

c. Menghasilkan Biaya Hidup

Membuat sebuah usaha atau bisnis, tidak lain dan tidak bukan tujuannya adalah untuk mencari keuntungan atau pendapatan. Keuntungan yang didapat akan digunakan untuk kebutuhan hidup, membangun usaha, keperluan modal dan sebagainya. Bagi para mitra bisnis, selama bekerja sama dengan kafe Kedai Itah, mengaku merasa sangat terbantu karena dapat menambah penghasilan sehari-hari dan memperbaiki ekonomi keluarga. Tak ketinggalan pula, masyarakat sekitar Desa Suka Mulya juga mendapat dampak baik dari adanya kafe Kedai Itah.

Salah satu mitra bisnis mengatakan, bahwa sejak bergabung dengan kafe Kedai Itah, beliau terbantu untuk memajukan bisnisnya. Beliau juga mengatakan dari hasil bisnis tersebut, dapat menyekolahkan anaknya. Mitra bisnis lain juga mengatakan, bahwa dengan mengadakan kerja sama, beliau sudah bisa memperbesar warungnya dan tentunya hal ini merupakan dampak yang sangat baik.

Bekerja sama dengan kafe Kedai Itah tentunya akan mendapat banyak manfaat, bukan hanya dari segi pendapatan dan penjualan saja. Namun mitra bisnis juga belajar bagaimana membangun usaha dengan konsep

permakultur. Permakultur berangkat dari pemikiran Bill Mollison “bekerjalalah dengan alam, bukan melawannya”. Manusia berperan sebagai desainer untuk kehidupannya sendiri dan memiliki tanggung jawab terhadap masa depannya dan bumi. Prinsip utamanya adalah bertanggung jawab akan eksistensi manusia dan keturunannya, termasuk menjaga keberlangsungan puspa, satwa, dan makhluk hidup lainnya.

Dasar etik dari Permakultur yaitu (1) Peduli akan bumi: bagaimana kita menyediakan semua sistem kehidupan (elemen hidup dan mati) untuk tetap berkelanjutan dan bertambah, (2) Peduli akan manusia: bagaimana kita memperluas akses sumber daya yang diperlukan untuk keberlangsungan hidup manusia, dan (3) Pengaturan batas konsumsi dan populasi: bagaimana kita mengatur seberapa banyak kebutuhan sendiri, sehingga kita bisa menyisihkan sumber daya untuk masa depan. “Apa yang kita ambil, harus kita kembalikan”, dan “alam membutuhkan pengembalian dari apa yang sudah diterima manusia”, menjadi kode etik dalam permakultur, sehingga dalam penerapannya harus memiliki perancangan ekologis yang bisa membangun sistem pemanfaatan energi, baik energi yang masuk maupun yang keluar secara efisien.

Pihak kafe Kedai Itah melakukan pemberdayaan masyarakat melalui dukungan agar segera membuka usaha (warung) sendiri, motivasi dan mempromosikan usaha para mitra bisnisnya. Dengan adanya kerja sama yang dibangun, tentunya bukan sebuah kompetisi yang dihasilkan, akan tetapi menghasilkan kolaborasi demi terciptanya bisnis yang lebih baik dan

kesejahteraan masyarakat.



BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Adapun alasan masyarakat Kelurahan Tangkiling Desa Suka Mulya bergabung menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah, yaitu ingin usaha yang dijalani mengalami kemajuan, Dikarenakan kafe Kedai Itah yang selalu ramai pengunjung pada hari kamis sampai hari minggu yang membuat mitra bisnis kedai itah mengalami kemajuan pesat dalam segi penjualan maupun pendapatan. Tidak ingin berkeliling lagi untuk berjualan, dikarenakan sudah lama berkeliling desa untuk berjualan, dengan adanya Kedai Itah beliau sangat terbantu. Keikutsertaan bermitra, melihat adanya potensi dari Kedai Itah dikarenakan tetangga beliau yang ikut Kerjasama dengan Kedai Itah yang sudah berhasil, membuat beliau tergerak untuk mencoba ikut menawarkan keahlian beliau dalam membuat masakan Nasi Bakar. Ingin menambah penghasilan sekaligus untuk membantu ekonomi keluarga. Faktor lainnya juga karena faktor kerjasama lalu didorong oleh pihak kedai itah agar bisa membantu membuatkan menu nasi jagung lalu membuka usaha sendiri dengan pembuatan nasi jagung yang di titipkan ke Kedai Itah.
2. Terdapat lima strategi pemasaran yang dilakukan oleh kafe Kedai Itah, antara lain yaitu: pertama, Kedai Itah membuat suasana dan menu yang menarik dan telah menyediakan layanan pemesanan *online* sebagai salah satu cara untuk mengatasi kondisi kebutuhan pasar yang serba modern.

Kedua, target pasar kafe Kedai Itah berasal dari semua kalangan dan generasi. Ketiga, kafe Kedai Itah memiliki konsep kafe yang berbeda daripada kafe pada umumnya yang memiliki desain modern. Kafe Kedai Itah memiliki konsep asri dan kembali ke alam, yang juga menawarkan menu-menu lokal. Salah satu menu yang menjadi daya tarik yaitu *brownies* kelapa. Keempat, salah satu cara Kedai Itah memasarkan bisnisnya, yaitu melalui media sosial *instagram*, tujuannya yaitu untuk meningkatkan kuantitas konsumen dan menarik hati para pengguna media sosial, agar berkunjung langsung ke kafe Kedai Itah atau sekedar mencoba menu Kedai Itah melalui pemesanan *online*. Kelima, Kafe Kedai Itah menggunakan hasil panen dari kebun pribadi dan menu lokal dari para mitra bisnis Kedai Itah. Hal tersebut termasuk dalam konsep permakultur.

3. Adapun dampak ekonomi bagi mitra bisnis Kedai Itah yang didapatkan pertama, menjadi mitra bisnis kafe Kedai Itah membawa banyak dampak positif bagi perkembangan sebuah bisnis, terutama bagi volume penjualan. Kedua, meningkatnya jumlah konsumen dari para mitra bisnis, merupakan salah satu bukti keberhasilan bisnis. Kafe Kedai Itah yang saat ini sudah semakin banyak dikenal oleh berbagai kalangan dan generasi. Hal tersebut tentunya akan memberikan peluang yang sangat baik bagi perkembangan usaha para mitra bisnis. Ketiga, selama bekerja sama dengan kafe Kedai Itah, mitra bisnis merasa sangat terbantu karena dapat menambah penghasilan sehari-hari dan memperbaiki ekonomi keluarga. Tak ketinggalan pula, masyarakat sekitar juga mendapat dampak baik dari

adanya kafe Kedai Itah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran untuk dicermati dan ditindaklanjuti. Adapun yang peneliti sarankan dari hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Kepada kafe Kedai Itah, diharapkan agar dapat menambah persediaan alas duduk atau meja dan kursi untuk pengunjung. Dikarenakan saat pengunjung sedang sangat ramai, ada pengunjung yang harus menunggu terlebih dahulu untuk menikmati menu dan suasana kafe. Dan lebih banyak mempromosikan tentang permakultur maupun ekonomi hijau kepada masyarakat sekitar.
2. Kepada mitra bisnis kafe Kedai Itah, diharapkan agar dapat mengajak masyarakat lainnya di Desa Suka Mulya atau sekitarnya untuk bergabung menjadi mitra bisnis dan sama-sama membantu perekonomian masyarakat. Dan membantu mengenalkan permakultur ke masyarakat Tangkiling khususnya.
3. Kepada masyarakat sekitar agar bisa lebih belajar bersama dengan Kedai Itah dan berkolaborasi mengampanyekan ekonomi hijau yang mengutamakan penjagaan lingkungan

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Adi, Isbandi Rukminto, *Pemikiran-Pemikiran dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial*, Jakarta: Fak. Ekonomi UI, 2002.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Basri, M.Chatib, dkk, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membawa Kebijakan Perdagangan Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Fahrudin, Adi, *Pengantar Kesejahteraan Sosial*, Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Fathoni, Abdurrahmat, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011.
- Firdausy, Carunia Mulya, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.
- Hutomo, Mardi Yatmo, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi*, Yogyakarta: Adiyana Press, 2000.
- Jones, Ibrahim dan Sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*, Bandung: PT Refika Aditama, 2007.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.
- Noveria, Mita, *Pertumbuhan Penduduk dan Kesejahteraan*, Jakarta: LIPI Perss, 2011.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Soetomo, *Keswadayaan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012.
- Suharto, Edi, *Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah*

dan Kebijakan Sosial, Bandung: Alfabeta, 2010.

Sulistiyani, Ambar Teguh dan Rosidah, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep, Teori dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.

Suryana, *Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian dan Kualitatif*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.

Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Liberty, 2002.

Waluya, Bagya, *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat Untuk SMA/MA Kelas X*, Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2007.

Sanrego, Yulizar D dan Moch Taufik, *Fiqih Tamkin: Membangun Modal Sosial Dalam Mewujudkan Khairu Ummah*. Jakarta: Qisthi Press, 2016.

Ife, Jim dan Frank Tesorieso, *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*, Penerjemah: Sastrawan Manullang dkk. Terjemah dari, *Community Development: Community-Based Alternatives in an Age of Globalisation*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008

B. Jurnal

Arham, Muhammad, *Islamic Perspective on Marketing*, Jurnal of Islamic Marketing, Vol. 1, No. 2, 2010.

Bachri, Bachtiar S., *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*, Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol. 10, No. 1, 2010.

Cahyani, Okkie Pritha dkk, *Batu Nisan: Pola Pengrajin dan Korelasinya Terhadap Budaya (Studi Kasus Kampung Gondang Kelurahan Manahan)*, JIEP, Vol. 15, No. 1, 2015.

Fauzi, Ahmad, dkk, *Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar*, Jurnal Ilmu Politik, Vol 1. No.1, 2017.

Hariyati, Sinta, *Persepsi Masyarakat terhadap Pembangunan Jembatan Mahkota II di Kota Samarinda*, eJournal Ilmu Pemerintahan, Vol. 3, No. 2, 2015.

Gunawan, Khairul Rakhmat, *Dampak Covid 19 Terhadap Penjualan Masker dan Hand Sanitizer di Kabupaten Sumenep*, Eco-Entrepreneurship, Vol. 6, No. 1 Juni 2020.

Somantri, Gumilar Rusliwa, *Memahami Metode Kualitatif*, Makara: Sosial

Humaniora, Vol. 9, No. 2, 2005.

Purnamasari, Ika dan Anisa Ell Raharyani, *Tingkat Pengetahuan dan Perilaku Masyarakat Kabupaten Wonosobo Tentang Covid-19*, Jurnal Ilmiah Kesehatan, 2020.

Rasmikayati, Elly, dkk, *Keragaan, Potensi dan Kendala pada Usaha Kedai Kopi di Jatinangor (Kasus pada Belike Coffe Shop dan Balad Coffe Works)*, Agritek (Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan), Vol. 1, No. 1, 2020.

Susilo, Adityo, dkk, *Coronavitus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini*, Jurnal Penyakit Dalam Indonesia, Vol. 7, No. 1, 2020.

Tampi, Andreas G. Ch., dkk, *Dampak Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Terhadap Masyarakat di KelurahanTingkulu*, e-journal Acta Diurna, Vol. 5, No. 1. 2016.

Toriquuddin, Moh., *Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan Syariah*, de Jure Jurnal Syariah dan Hukum, Vol. 7, No. 2, 2015.

Yamali, Fakhrol Rozi dan Ririn Noviyanti Putri, *Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia*, Journal of Economics and Business, Vol. 4, No.2, 2020.

Yuliana, *Corona Virus Diseas (Covid-19); Sebuah Tinjauan Literatur*, Wellness and Healthy Magazine, Vol. 2, No. 1, 2020.

Zaini, Muslih, Abd Hadi dan Ahmad Afan, *Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Tengah Pandemi Covid 19 Melalui Home Industri dengan Memanfaatkan Kain Perca di Desa Kranji Paciran Lamongan*, Journal of community Engagement, Vol. 1, No. 1 Juni 2021.

Yasa, I G. W. Murjana, *“Ekonomi Hijau, Produksi Bersih Dan Ekonomi Kreatif: Pendekatan Pencegahan Resiko Lingkungan Menuju Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas Di Provinsi Bali”*, Jurnal Bumi Lestari, Vol. 10, No. 2, Agustus 2010

C. Kitab Suci

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1993.

D. Undang-Undang

Undang- Undang Republik Indonesia Tahun Pasal 1 2015 tentang Ekonomi Kreatif.

E. Skripsi

- Anam, Khairul, “*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Komunitas ECO Bussiness Indonesia Kelurahan Kedaung Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan*”, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017.
- Anshar, Muhammad, “*Analisis Program Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Warga Kelurahan Sei Kera Hilir II Medan,*” Skripsi, Medan: UIN Sumatera Utara, 2017.
- Bahril, Samsul Alil, “*Peningkatan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa*”, Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017.
- Fitria, Hanifah Afro, “*Analisis Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Sentra Industri Kecil Roti Desa Kalimalang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo*”, Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019,
- Nggaur, Dionisius Apecilus, *Pengaruh Harga, Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Vaeriable Moderator*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Rindi, Tyas Arma, “*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wonokarto, Kec. Sekampung Kab. Lampung Timur)*”, Metro: IAIN Metro, 2019.
- Furwanti, Riska, “*Pengembangan Dodol Rasau Pada Home Industry Di Kota Palangka Raya (Pendekatan Swot Analisis)*”, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2021.

F. Sumber Internet

- Fian, *Teknik Purpsive Sampling serta Contohnya*, <http://tambahpinter.com/teknik-puposive-sampling/> (Online 25 Oktober 2021 pukul 21.30 WIB)
- Idtesis.com, *Definisi Metode Deskriptif*, <https://idtesis.com/metode-deskriptif/> (Online 29 Oktober 2021 Pukul 08.50 WIB)
- Lele, Daniel Suka, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Era Otonomi Daerah*, wordpress.com/about/pemberdayaan-masyarakat-miskin-di-era-otonomi-daerah (Online 13 Oktober 2021 pukul 14.22 WIB)
- Prokal.co, *Menikmati Akhir Pekan di Kedai Itah, Berasa di Kampung Halaman*, <https://kalteng.prokal.co/read/news/50486-menikmati-akhir-pekan-di-kedai-itah-berasa-di-kampung-halaman.html> (Online 22 Oktober 2021 pukul 15.54 WIB)

Lenteratoday.com, *Kedai Itah Tangkiling, Kuliner Segar dan Sehat Berbahan Organik Di Palangka Raya*, <https://lenteratoday.com/kedai-itah-tangkiling-kuliner-segar-dan-sehat-berbahan-organik-di-palangka-raya/> (Online 05 September 2022 pukul 20.30 WIB)

Ahmad, Faridah, *Mafhum At-Tamkin fi Al-Quran Al-Karim*, 2010; <http://www.almithaq.ma> diakses pada 03 November 2022 pukul 15;00.

