

**STRATEGI PENGUSAHA BATU PADAS DI DESA  
BANYUPUTIH KECAMATAN WRINGIN KABUPATEN  
BONDOWOSO**

**SKRIPSI**



Oleh:  
Nasrullah  
NIM: 083 134 022

Pembimbing:  
Nurul Setianingrum, SE,MM  
NIP. 19690523 199803 2 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JANUARI, 2018**

**STRATEGI PENGUSAHA BATU PADAS DI DESA  
BANYUPUTIH KECAMATAN WRINGIN KABUPATEN  
BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:  
Nasrullah  
NIM: 083 134 022

Pembimbing:  
Nurul Setianingrum, SE,MM  
NIP. 19690523 199803 2 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JANUARI, 2018**

**STRATEGI PENGUSAHA BATU PADAS DI DESA  
BANYUPUTIH KECAMATAN WRINGIN KABUPATEN  
BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Nasrullah  
NIM: 083 134 022

Disetujui Pembimbing:

  
IAIN JEMBER

Nurul Setianingrum, SE,MM  
NIP. 19690523 199803 2 001

# STRATEGI PENGUSAHA BATU PADAS DI DESA BANYUPUTIH KECAMATAN WRINGIN KABUPATEN BONDOWOSO

## SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

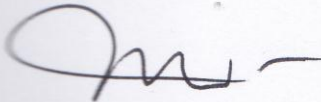
Hari : Selasa


Tanggal : 16 Januari 2018

Tim Penguji

Ketua

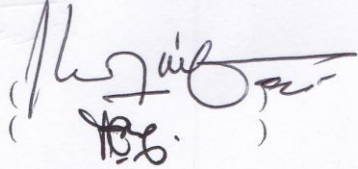
sekretaris

  
Ahmadiono, S.A.g., M.E.I  
NIP: 19760401 200312 1 005


  
Dr. Nurul Widyawati, I.R., S.Sos., M.Si.  
NIP: 19750905 200501 203

Anggota :

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
2. Nurul Setianingrum, SE.MM

  
( )

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. Moch Chotib, S.Ag., M.M  
NIP: 19710727 200212 1 003

## MOTTO

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَةَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا  
بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحْمَةُ رَبِّكَ خَيْرٌ

مِمَّا يَجْمَعُونَ (٣٢)

Artinya: *Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebahagian yang lain beberapa derajat, agar sebahagian mereka dapat mempergunakan sebahagian yang lain. dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.*

(Qs. Az-Zuhruf:32)<sup>1</sup>

IAIN JEMBER

---

<sup>1</sup> DEPAG RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*. (Bogor: PT. HATI EMAS 2014) Hal. 491

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak Maidin dan Ibu Wafa tercinta yang senantiasa mendidik dan membimbing dengan penuh kesabaran dan kasih sayang serta mendoakan setiap waktu, semoga Allah berkenan mengampuni segala kesalahan beliau berdua dan memuliakannya di dunia hingga akhirat kelak, Amin.
2. Keponakan tercinta Ahmad Fawaidurrahman dan Miftahul Arifin, yang selalu mendorong, optimis dan do'a kepada saya.
3. Keluarga besarku, seluruh saudara-saudaraku yang sangat kusayangi.
4. Keluarga besar Pondok Pesantren Nurul Falah Sempusari Kaliwates Jember yang telah memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman dan sahabatku yang selalu memberi motivasi.
6. Keluarga besar Ikatan Mahasiswa Pelajar Bondowoso (IKMPB)
7. Keluarga besar kelas K1 Ekonomi Syariah
8. Keluarga besar basecamp K3
9. Keluarga KKN Posko 76 serta keluarga Krajan I-IV Desa Gambangan Maesan.
10. Kepada almamater tercinta yang saya banggakan, IAIN Jember.

## KATA PENGANTAR



Segala puji syukur bagi Allah karena atas rahmat, taufiq dan hidayahnya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana strata-1 (S1), dapat terselesaikan dengan lancar.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada baginda nabi besar Muhammad S.A.W selaku pengemban amanat berupa wahu ilahi untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia sebagai *Rahmatan Lil 'Alamin*.

Dalam penulisa skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan dan kesulitan, hal ini tidak lain disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman pada diri penulis, sehingga jauh dari kesempurnaan. Dan kesempurnaan hanyalah pada Allah semata, dialah yang maha sempurna dari segala kekurangan. Skripsi ini dapat diselesaikan karena dukungan banyak pihak. Oleh karenanya ucapan terima kasih penulis sampaikan sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Nikmatul Masruroh,. M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah
5. Ibu Nurul Setianingrum., SE,MM. Selaku dosen pembimbing yang telah rela meluangkan waktunya untuk membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada semua guru dan dosen yang telah ikhlas memberikan ilmunya kepada penulis, tanpa imbalan apapun.
7. Tim Penguji
  - a. Ahmadiono, M.E.I
  - b. Dr. Khamdan Rifa'I, S.E., M.Si

c. Nurul Widyawati, I R, S.Sos.,M.Si.

8. Segenap dosen beserta staff Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah berkenan memberikan ilmu dan pengalaman. Sehingga penulis bisa mengetahui ilmu-ilmu baru yang sangat bermanfaat bagi kehidupan nantinya.

Semoga amal kebaikan yang telah kita lakukan menjadi amal yang tiada putus pahalanya, dan bermanfaat bagi kita baik di dunia maupun di akhirat.

Akhirnya besar harapan penulis terhadap saran dan kritik yang bersifat membangun guna menyempurnakan penulisan skripsi ini. Dan semoga apa yang telah diupayakan dapat bermanfaat bagi diri penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

*Amin Ya Robbal 'Alamin.*

Jember, 16 Januari 2018

**Nasrullah**  
NIM. 083 134 022

**IAIN JEMBER**



## ABSTRAK

Nasrullah, Nurul Setianingrum, 2017, *Strategi Pengusaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wiringin Kabupaten Bondowoso*. Skripsi, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017.

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah berdasarkan apa yang terjadi pada perusahaan batu padas Bapak Nurhatim yang berada di Desa Banyuputih, perusahaan batu padas Bapak Nurhatim merupakan perusahaan batu padas yang paling besar yang berada di Desa Banyuputih dan mempekerjakan karyawan, para karyawan ini berperan sebagai oprasional perusahaan menghasilkan berupa barang dan jasa, karyawan di sini menganggap bahwa oprasional hanya sebagai aktivitas produksi yang biasa tanpa memperhatikan strategi usaha. Dari penelitian ini diharapkan dapat meberikan inovasi baru dalam strategi pengembangan usaha di perusahaan batu padas Bapak Nurhatim.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana Bagaimana Strategi yang dilakukan masyarakat dalam Pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso dan sesuaikan dengan strategi pengembangan usaha.

Penelitian ini mengangkat fokus permasalahan yaitu (1) Bagaimana Strategi yang dilakukan masyarakat dalam Pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?. (2) Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?.

Penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian *Field Research*. Penentuan subyek penelitian secara secara *Teknik Purposive*. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, analisis data menggunakan deskriptif kualitatif, dan keabsahan data menggunakan *Triangulasi* sumber.

Hasil penelitian yaitu: (1) Strategi yang dilakukan masyarakat dalam Pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso sudah terapkan dengan baik yaitu strategi keunggulan biaya penuh, strategi diferensiasi, strategi fokus. (2) Faktor yang menjadi pendukung dan penghambat pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso yaitu lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

**Kata Kunci:** Analisis Strategi Pengembangan Usaha

## ABSTRACT

Nasrullah, Nurul Setianingrum, 2017, *Strategy Entrepreneur Stone Rocks in The Village Banyuputih Districts Wringin Regency Bondowoso*. Skripsi, majors Economic Islam faculty Business and Economic Islam, Institute Regilion Islam Country Jember, 2017.

Background problem in this research base on what happened to the stone company of the Father of Nurhatim who was in the Village Banyuputih, the stone company of the Father of Nurhatim is the largest rock company in the Village of Banyuputih and employing its employees, these employees act as operational companies in the form of goods and services, the employee here considers that oprationality is merely an ordinary production activity without regard to business strategy. From this research is expected to give new innovation in business development strategy in stone company of Mr. Nurhatim.

The purpose of research is to know how How Strategies undertaken by the community in the development of stone business in the village Banyuputih Banyuputih Wringin District Bondowoso and in accordance with the strategy development.

This research raises the focus of the problem that is (1) How Strategy is done by the community in the development of stone business in Banyuputih Village Br. District Wringin Bondowoso?. (2) What factors are supporting and hindering the development of rock business in Banyuputih Village Wringin District, Bondowoso Regency?.

This research used in this research is qualitative with research type Field Research. Determination of research subjects in a manner *Teknik Purposive*. Data collection using observation, interview, documentation, data analysis using descriptive qualitative, and validity of data using *Triangulasi* sumber.

The results of the research are: (1) The strategy undertaken by the community in the development of stone business in Banyuputih Village, Wringin Sub-district, Bondowoso Regency has been applied well, namely the strategy of full cost advantage, differentiation strategy, focus strategy. (2) Factors that support and inhibit the development of stone stone business in Banyuputih Village Wringin District Bondowoso Regency is the internal and external circles of the company.

Keywords: Business Development Strategy Analysis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Definisi Istilah.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kajian Teori .....	20
1. Konsep Strategi .....	20
a. Keunggulan Biaya Keseluruhan.....	21
b. Diferensiasi.....	21

c. Fokus .....	21
2. Konsep Pengembangan .....	22
3. Pengembangan Usaha .....	24
4. Analisis SWOT .....	30
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	33
B. Lokasi Penelitian .....	33
C. Subyek penelitian .....	34
D. Teknik Pengumpulan Data .....	34
E. Analisa Data .....	37
F. Keabsahan Data .....	40
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	40
 <b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS</b>	
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	41
1. Sejarah Singkat .....	41
2. Letak Geografis.....	43
3. Visi dan Misi.....	44
4. Struktur Organisasi .....	45
5. Pemilik dan Karyawan.....	47
6. Sarana dan Prasarana .....	48
B. Penyajian Data Dan Analisis .....	48
C. Pembahasan Temuan .....	61
 <b>BAB V PENUTUP</b>	

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

1. Matrik Penelitian
2. Pedoman Wawancara
3. Jurnal Penelitian
4. Foto-foto Dokumentasi
5. Pernyataan Keaslian Tulisan
6. Surat keterangan Izin Penelitian
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian
8. Biodata penulis

**IAIN JEMBER**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Agama Islam sebagai pedoman hidup manusia tidak hanya mengatur ibadah ritual saja, tetapi merupakan aturan lengkap yang mencakup aturan ekonomi. Ekonomi tidak lepas dari kehidupan manusia, sehingga tidak mungkin Allah SWT tidak mengatur masalah yang demikian penting.

Strategi pengembangan ekonomi masyarakat diarahkan untuk mendorong pembahasan struktur yaitu dengan memperkuat kedudukan dan peran ekonomi masyarakat dalam ekonomi masyarakat dalam perekonomian nasional. Perubahan ini meliputi proses perubahan dari ekonomi lemah ke ekonomi yang tangguh, dari ketergantungan kemandirian, perubahan ini mensyaratkan langkah-langkah dasar yang meliputi pengalokasian sumber daya, penguatan kelembagaan, dan penguasaan teknologi.

Dalam surat Al-Qashash ayat 77 yang menerangkan tentang kewajiban manusia untuk berusaha memperoleh kesejahteraan ekonomi, adalah sebagai berikut:

وَابْتَغِ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ  
الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي

الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*Artinya: dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.(QS. Al-qhasash 77)<sup>1</sup>*

Apa yang menjadi penggerak kegiatan ekonomi masyarakat? Faktor utama penggerak masyarakat adalah kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia semakin bertambah dan semakin bervariasi seiring dengan perkembangan peradaban manusia. Karakteristik kebutuhan manusia dalam analisis teori ekonomi adalah bahwa kebutuhan manusia cenderung tidak terbatas dan setiap manusia mempunyai kecenderungan pula memenuhi kebutuhan itu.<sup>2</sup>

Di sisi lain, sumber daya tersedia untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas itu bersifat langka (*scarce*). Oleh karena itu manusia memerlukan cara (metode) tertentu untuk dapat menggunakan sumber daya yang terbatas tersebut agar dapat memenuhi kebutuhannya secara optimal. Di samping langka, sumber daya yang ada juga mengandung alternative penggunaan. Penentuan penggunaan sumber daya untuk tujuan tertentu akan mengorbankan kesempatan penggunaan sumber daya untuk tujuan yang lain.

Alam adalah satu faktor produksi yang asli. Sebelum manusia tahu menghasilkan makanannya, ia hidup dari pemberian alam saja, yaitu kayu di hutan, binatang dirimba dan ikan di air. Tempat kediamanpun tidak tetap. Ia mengembara kesana kesini mencari makanannya. Kalau ia sampai pada suatu tempat yang banyak menghasilkan buah yang dapat dimakannya, ia berhenti

<sup>1</sup> Assobar, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Disertai Doa-Doa* (Jakarta: PUSTAKA AL-MUBIN, 2013), 394.

<sup>2</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Malang: UIN-MALANG PRESS, 2008), 5.

disana beberapa waktu. Dan kalau barang makanannya disana sudah habis, ia berjalan ketempat lain dimana diharapkan akan berjumpa dengan “lumbung” makanan yang disediakan alam.

Tetapi dalam perjuangan hidup akal hidup manusia senantiasa bertambah. Pada suatu ketika dia tidak puas lagi dengan pemberian alam saja. Ia berusaha mendapat lebih banyak dari pada yang disediakan alam baginya. Berangsur-angsur ia pandai memelihara ternak dan bercocok tanam. Semenjak itu manusia belajar menghasilkan barang-barang keperluan hidupnya. Alam yang dulu menjadi tuannya tempat ia tunduk semata-mata, sekarang menguasai untuk menyempurnakan penghidupannya. Barang-barang yang ada di alam, dipadu menjadi barang baru yang lebih besar gunanya. Kondrat yang ada di alam digunakan untuk menyambung tenaganya bekerja.<sup>3</sup>

Pembahasan berbagai aspek dari strategi ekonomi luar negeri termasuk kebijakan ekspor, impor, tarif dan subsidi, modal asing, saluran distribusi, harga, kerja sama luar negeri, kartel dan sebagainya. Tema yang melandasi pembahasan ini adalah bahwa dalam ekonomi pancasila, kita harus pandai-pandai mengawinkan atau mencari titik keseimbangan antara dua pertimbangan pokok: pertama adalah tujuan normatif utama dari hubungan luar negeri yaitu kepentingan stabilitas ekonomi politik dan pembangunan dalam negeri, dan kedua adalah pertimbangan-pertimbangan ekonomi yang obyektif

---

<sup>3</sup>Mohammad Hatta, *Beberapa Fasal Ekonomi* (Jakarta: PERPUSTAKAAN PERGURUAN KEMENTERIAN P.P DAN K, 1954), 51.



yang kita hadapi. Kedua pertimbangan tersebut belum tentu selalu sejalan, dan bila demikian suatu titik keseimbangan kita harus tentukan secara bijaksana.<sup>4</sup>

Indonesia pertama kali menggunakan peraturan pertambangan sejak merdeka peraturan yang berasal dari warisan penjajahan Belanda yaitu *Indische Mijnwet (Staatsblad)* 1899 No. 2140 yang diberlakukan berdasarkan pasal II Aturan Peralihan UUD 1945, sebelum dibentuk peraturan berlaku peraturan-peraturan yang lama.<sup>5</sup>

Setelah merdeka 15 tahun negara kita baru membentuk PERPU No. 37 Tahun 1960 tentang pertambangan yang kemudian yang menjadi undang-undang yaitu UU No. 37 Prp Tahun 1960 yang berlaku pada tanggal 14 Oktober 1960. Undang-undang tersebut mencabut dan tidak memberlakukan lagi *Indische Mijnwet* karena jiwa peraturannya sudah tidak sesuai dengan alam kemerdekaan Indonesia dan kepentingan nasional dibidang pertambangan.

Berselang lebih kurang tujuh tahun, UU No. 37 Prp Tahun 1960 diganti dengan UU No. 11 Tahun 1967 tentang pertambangan dengan alasan undang-undang No. 37 Prp Tahun 1960 tersebut tidak lagi dapat memenuhi tuntutan masyarakat yang ingin berusaha dalam bidang pertambangan. Masyarakat menghendaki agar pihak swasta lebih diberikan kesempatan melakukan penambangan, sedangkan tugas pemerintah lebih di tekankan kepada usaha pengaturan, bimbingan dan pengawasan pertambangan.

---

<sup>4</sup>Mubyarto, *Ekonomi Pancasila Landasan Pikir dan Misi Pendirian* (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2010), 13.

<sup>5</sup>Gatot Supramono, *Hukum Pertambangan Mineral dan Batu Bara di Indonesia* (Jakarta: PT Reneka Cipta, 2012), 4.

Izin lingkungan di atur dalam Pasal 36 Ayat (1) UU No.32 Tahun 2019 yang menyebutkan bahwa setiap usaha atau kegiatan yang wajib memiliki AMDAL atau UKL-UPL wajib memiliki izin lingkungan. Karena pemerintah berkeinginan agar setiap perusahaan memperhatikan lingkungan agar mencegah terjadinya kerusakan lingkungan hidup.<sup>6</sup>

Bondowoso merupakan Kabupaten yang diapit oleh tiga Kabupaten di Jawa Timur. Di sebelah utara Kabupaten Situbondo, di sebelah timur Kabupaten Banyuwangi dan di sebelah selatan Kabupaten Jember. Mayoritas mata pencaharian masyarakat Bondowoso adalah petani dan peternak. Sebagian kecil bermata pencaharian wirausaha.

Bondowoso disamping memiliki lahan pertanian yang cukup luas juga memiliki potensi yang besar sumber alam yang belum digarap secara maksimal oleh masyarakat, pengusaha maupun investor sehingga banyak mengalami kerugian jika dibiarkan terbengkalai begitu saja.

Salah satu potensi alam yang banyak memiliki nilai ekonomi tinggi adalah batu padas yang ada di Kecamatan Wringin Bondowoso. Menurut salah satu pengusaha batu padas, Nurhatim warga Desa Banyuputih Kecamatan wringin Bondowoso saat di temui Memo X, Senin (17/4/2014) batu padas yang berada di kawasan kecamatan Wringin Bondowoso sangat bagus untuk dijadikan bahan lantai seperti keramik, namun hal itu perlu pengolahan yang baik.<sup>7</sup>

Kendala yang ada disetiap perusahaan batu padas di Banyuputih adalah tidak adanya mesin pemotong batu padas berbentuk meja sebagai faktor

---

<sup>6</sup> Ibid., 19.

<sup>7</sup> <https://Bondowoso.Memo-X.Com/1441/Bondowoso-Kaya-Kandungan-Alam.Html> diakses pada 29/07/2017; 17:42.

pendukung sarana dan prasarana menjadi bahan siap jadi, pada pembuatan keramik sehingga batu padas mempunyai nilai ekonomis tinggi. Sedangkan produk yang lain seperti pot bunga dan nisan kuburan sudah siap jual ataupun pakai karena produksi dilakukan dengan alat sederhana berupa pahat dan ukiran tangan. Batu padas itu sendiri berpotensi cukup baik untuk dunia bisnis dan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian kehidupan masyarakat di sekitar Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso pada umumnya.

Persoalan ini sangat menarik untuk dikaji, sebab batu padas ini hanya ada di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso, menurut pendapat salah satu manajer yang peneliti temui di rumahnya Bapak Nurhatim, menurut Habibullah selaku manajer mengatakan batu padas dengan kualitas terbaik hanya ada di Banyuputih, untuk daerah lain memang masih ada tetapi tidak sebgus yang ada di sini kalau dilihat dari corak batu disini cukup keras dan wakna batunya ada warna hitam pekat berbentuk bulat-bulat dan lain-lain. Sedangkan untuk daerah lain, salah satunya seperti yang ada Besuki kabupaten Situbondo batu padas di sana lebih condong ke paras dan warna corak batunya *ngeblur*.<sup>8</sup>

Usaha batu padas ini sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari ketika masyarakat tidak lagi mendapat pekerjaan bertani atau bercocok tanam tembakau yaitu pada saat musim hujan, karena saat musim hujan harga tembakau turun anjlok sehingga masyarakat beralih pekerjaan

---

<sup>8</sup> Pernyataan Habibullah, selaku menajer di perusahaan batu padas Nurhatim

menjadi pekerja usaha batu padas. Usaha batu padas ini bisa menyerap 40 karyawan pada saat musim hujan, sedangkan pada saat musim kemarau perusahaan batu padas hanya bisa memiliki 4-7 karyawan, dan perusahaan di sini sulit merekrut seorang pekerja. Karena masyarakat banyak yang memilih tembakau, karena tembakau pekerjaannya lebih ringan dan mudah dan tidak berat seperti batu padas, sedangkan pekerjaan batu padas perlu tenaga yang ekstra. Pekerjaan menggali batu memang tidak mudah yang kita pikirkan, karena langsung menggali di tebing jurang pegunungan dengan sebuah pacul atau mesin yang sangat tajam untuk memperoleh sebatang balok batu padas dengan ukuran yang berbeda-beda. Setiap harinya pekerja biasanya menghasilkan 10-20 balok sedangkan memakai mesin bisa 40-50 balok perhari tergantung juga pada ukuran yang dibuat, karyawan di sini bisa mendapatkan dengan penghasilan perhari bisa mencapai Rp. 200.000.

Pekerjaan menggali batu perlu membutuhkan tenaga yang banyak untuk menghasilkan produksi yang cukup, sedangkan menjadi karyawan tembakau perlu memikirkan adanya obat tembakau yang mahal dan musim untuk menghasilkan produksi tembakau yang banyak dan berkualitas jika di bandingkan dengan batu dan tembakau masyarakat lebih memilih tembakau karena perkerjaanya lebih ringan ketimbang menjadi karyawan batu padas.

Meskipun pekerjaan batu padas berat tetapi di sini banyak juga karyawan yang setia bekerja pada perusahaan batu padas Bapak Nurhatim, karena dia sadar bahwa pekerjaan tembakau tak selamanya menjanjikan kehidupannya, tidak

seperti batu padas, kapanpun musim dan waktunya orang di sana bisa bekerja sepuasnya dan mendapat penghasilan yang pasti.

Alasan peneliti mengambil judul tentang batu padas karena batu padas sangat menarik, jika seseorang mendengar namanya saja batu padas pasti orang bertanya-tanya seperti apakah batu padas?. Belum banyak orang yang mengetahuinya dan batu padas ini menjanjikan jika dikelola dengan baik bagi masyarakat. Kenyataan inilah yang melatar belakangi penulis mengambil judul penelitian batu padas, untuk mengetahui Strategi Pengusaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan di cari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.<sup>9</sup>

Penentuan fokus berdasarkan hasil studi pendahuluan, pengalaman dan referensi. Fokus penelitian ini juga masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti di lapangan.<sup>10</sup>

Sesuai dengan judul yang peneliti telah ambil dalam penelitian ini, maka fokus penelitian ini yaitu:

---

<sup>9</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 44.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung :Alfabeta, 2011), 290.

1. Bagaimana Strategi yang dilakukan Pengusaha Nurhatim dalam Pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?
2. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian juga merupakan rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai.<sup>11</sup>

Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah di rumuskan sebelumnya. Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam kegiatan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi yang dilakukan Pengusaha Nurhatim dalam Pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso?

---

<sup>11</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), 97.

## D. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian diharapkan mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat baik insan yang melakukan kegiatan maupun orang lain. Adapun manfaat yang peneliti harapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya strategi pelaksanaan upaya mengembangkan kesejahteraan usaha batu padas melalui pemasaran.
- b. Untuk menjadi bahan perbandingan, pertimbangan dan memberikan manfaat berupa terkonfirmasi teori yang berkaitan dengan analisis strategi pengembangan usaha kecil.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi peneliti

- 1) Dapat menambah wawasan dalam ilmu pengetahuan tentang penulisan karya ilmiah baik secara teori maupun praktik.
- 2) Memberikan pemikiran seputar pengetahuan tentang penerapan strategi dalam berusaha.

#### b. Bagi pelaku usaha batu padas

Sebagai bahan acuan untuk meningkatkan dan memberikan motivasi kepada perusahaan dan karyawan. Sehingga dapat mengembangkan usaha bisnis dengan optimal.

### 3. Bagi IAIN Jember

Sebagai bahan bacaan dan bahan referensi tambahan bagi mahasiswa khususnya mahasiswa program studi ekonomi syariah.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi Kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud peneliti.

Penelitian ini mengangkat judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Pada Padas di Desa Bayuputih Kecamatan Bondowoso”.

### 1. Strategi

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan juga diperlukan langkah-langkah tertentu. Misalnya, perusahaan yang ingin menjual barang atau jasanya kepada pelanggan memerlukan langkah yang tepat.<sup>12</sup>

### 2. Pengusaha

Usaha yaitu suatu kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud, pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.<sup>13</sup>

Pengusaha adalah orang yang mengusahakan (perdagangan, industri, dan sebagainya) yaitu orang yang berusaha dalam bidang perdagangan, saudagar, usahawan.

<sup>12</sup> Kasmir, *kewirausahaan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 171.

<sup>13</sup> Rendra Wirawan, *Modul Kuliah Kewirausahaan IAIN Jember*, 2016.



### 3. Batu padas

Batu padas merupakan tanah yang banyak kita temukan dan daerah-daerah seperti pegunungan atau perbukitan, atau di daerah-daerah sungai. Tanah padas ini merupakan salah satu jenis tanah yang mempunyai sifat padat, bahkan sangat padat. Kepadatan tanah ini terjadi karena kandungan mineral yang ada di dalamnya dikeluarkan oleh air yang terdapat pada lapisan tanah yang berada di atasnya. Sehingga tanah ini tadi menjadi tanah yang kosong tanpa kandungan yang ada di dalam tanah tersebut dan hanya bersisa lapukan dari batuan induk.<sup>14</sup>

Dari pemaparan definisi istilah di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan Strategi Pengusaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso adalah menganalisa strategi apa yang dilakukan oleh suatu perusahaan batu padas untuk mengembangkan suatu usaha agar lebih maju dan mencapai tujuan.

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Dengan format penulisan deskriptif.<sup>15</sup>

### Bab 1 PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat komponen dasar penelitian yaitu latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

<sup>14</sup> <http://ilmugeografi.com/ilmu-bumi/tanah/tanah-padas> diakses pada 03/08/2017; 14:22.

<sup>15</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), *Pedoman penulisan Karya Ilmiah*, (Jember, STAIN Jember Press, 2013), 48.

## Bab II KAJIAN KEPUSTAKAAN

Pada bagian ini berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat tentang kajian teori.

## Bab III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas metode yang digunakan peneliti meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, metode pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

## Bab IV HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini membahas tentang inti atau hasil dari permasalahan ini, yang meliputi latar belakang, obyek penelitian, penyajian dan analisis data dan pembahasan temuan.

## Bab V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang bersifat konstruktif bagi semua pihak-pihak pada umumnya dan bagi lembaga yang diteliti pada khususnya. Dan diakhiri dengan penutup.

IAIN JEMBER

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinilitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.

- a. Wardatul Asriyah, tahun 2007, Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga dengan judul skripsi “Strategi Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Tambak Di Desa Babalan Kecamatan Wedung Kabupaten Demak Jawa Tengah”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Dengan hasil temuannya bahwa strategi yang digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi adalah strategi pemeliharaan atau strategi perawatan dan strategi pemasaran atau strategi penjualan. Sedangkan strategi pemeliharaan tambak meliputi memberi pakan, memberi pupuk udang dan ikan.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan sama-sama mengkaji tentang peningkatan usaha masyarakat, sama-sama menggunakan strategi pemasaran dan penjualan.

Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu, peneliti terdahulu menjelaskan

---

<sup>16</sup>Wardatul Asriyah, *Strategi Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Tambak Di Desa Babalan Kecamatan Wedung Kabupaten Demak Jawa Tengah*, Skripsi, Fakultas Dakwah UIN Yogyakarta, 2017.

tentang strategi yang digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui usaha tambak.

- b. Nurul Laela Fatmawati, tahun 2009 Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga “Strategi Pengembangan Industri Kecil tempe di Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten” dalam hasil temuan ini strategi yang di gunakan untuk mengetahui besarnya pendapatan, penerimaan, dan biaya pengusaha tempe.<sup>17</sup>

Persamaan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji tentang strategi pengembangan usaha, perkembangan teknologi. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu, peneliti terdahulu menjelaskan kegiatan usaha-usaha masyarakat melalui usaha tempe.

- c. Fathurrochman Mursalim, tahun 2013 Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga “Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas” Dalam hasil penelitian ini mengacu pada strategi-strategi yang di tempuh oleh Panguyuban Konveksi Mandiri dalam mengembangkan usaha komunitas yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.<sup>18</sup>

Persamaan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji tentang strategi pengembangan berkaitan dengan produksi usaha masyarakat. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu, peneliti terdahulu menjelaskan kegiatan usaha-usaha masyarakat melalui koperasi dan mendirikan koperasi tingkat dusun.

<sup>17</sup> Nurul Laela Fatmawati, *Strategi Pengembangan Industri Kecil tempe di Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten*, Skripsi, Fakultas Dakwah UIN Yogyakarta, 2009.

<sup>18</sup> Fathurrochman Mursalim, *Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas*, Skripsi, Fakultas Dakwah UIN Yogyakarta, 2013.

- d. Oktaviani Rahmawati, tahun 2014, Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga dengan judul Skripsi “Upaya Peningkatan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Melalui Usaha Kripik Belut Di Kelurahan Sidoagung Kecamatan Godean”. Dalam hasil temuan ini bahwa upaya perekonomian masyarakat yang dilakukan oleh pedagang kripik belut melalui tiga hal yaitu pemasaran, permodalan, dan Pembentukan Paguyuban Harapan Mulya. Dalam pemasaran ini pemerintah menyediakan tempat khusus untuk para pedagang kripik belut agar tertata rapi tidak seperti sebelumnya berada di pinggir jalan depan pasar Godean. Juga adanya bantuan modal, hibah dari Dinas Perikanan Kabupaten Sleman dalam bentuk simpan pinjam dalam hal modal.<sup>19</sup>

Persamaan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan sama-sama mengkaji tentang peningkatan usaha masyarakat, dan juga penentuan informan menggunakan *Teknik Purposive*, Analisis datanya terdiri dari reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Adapun perbedaan ini yaitu, penelitian terdahulu menggunakan analisis interaktif dan juga adanya peran pemerintah dan badan perikanan dan adanya pembentkan paguyuban untuk meningkatkan usaha masyarakat.

- e. Maflukah, tahun 2015, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dengan judul skripsi “Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Penyaluran APBD Kabupaten Banyuwangi”. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Subyek penelitiannya

---

<sup>19</sup>Oktaviani Rahmawati, *Upaya Peningkatan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Melalui Usaha Kripik Belut Di Kelurahan Sidoagung Kecamatan Godean*, Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Yogyakarta, 2014.

menggunakan *Teknik Purposive*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis datanya dilakukan dengan Analisis deskriptif dan keabsahan datanya menggunakan regulasi sumber. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat berupa pemberdayaan (pendampingan manajemen BUMdes), bimbingan, pelatihan, pembinaan, bantuan hibah, bantuan sosial, bantuan keuangan.<sup>20</sup>

Persamaan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan sama-sama mengkaji tentang peningkatan usaha masyarakat, dan juga penentuan informan menggunakan *Teknik Purposive*, Analisis datanya terdiri dari reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Adapun perbedaan ini yaitu, peneliti terdahulu menjelaskan strategi yang digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan melalui usaha APBD (Anggaran Pendapatan Belaja Daerah).

- f. Ghalib Agfa Polnaya, tahun 2015, Skripsi Universitas Ponorogo “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah” Penelitian ini penelitian analisis kualitatif-kuantitatif. Dalam hasil temuan ini bahwa peneliti menentukan strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada UKM ekonomi kreatif di Pati, Jawa Tengah. Alat analisis yang digunakan adalah metode ANP yang memungkinkan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi dan menyusun semua faktor yang

---

<sup>20</sup>Maflukah, *Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Penyaluran APBD Kabupaten Banyuwangi*, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Jember, 2015.

mempengaruhi output atau keputusan yang dihasilkan. Informan peneliti menggunakan teknik *Teknik Purposive* dalam menentukan sampel pada penelitian ini.<sup>21</sup>

Persamaan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji tentang strategi pengembangan usaha masyarakat. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu, menggunakan analisis kualitatif-kuantitatif. Peneliti terdahulu menjelaskan tentang strategi pengembangan batik melalui UKM.

- g. Achmad Irfan Bachtiyar, tahun 2017, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dengan judul skripsi “Analisis Strategi Bisnis dalam Pengembangan Usaha UD. SALAMA GORDYN Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember”. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Subyek penelitiannya menggunakan *Teknik Purposive*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>22</sup>

Persamaan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji tentang analisis strategi pengembangan usaha masyarakat, dalam analisisnya dan metode penelitiannya menggunakan penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaannya adalah obyek penelitiannya, Usaha yang bergerak dibidang kain gorden dan perusahaan batu padas yang peneliti lakukan.

<sup>21</sup> Ghalib Agfa Polnaya, *Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah*, skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2015.

<sup>22</sup> Achmad Irfan Bachtiyar, *Analisis Strategi Bisnis dalam Pengembangan Usaha UD. SALAMA GORDYN Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember*, skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, 2017.

## B. Kajian Teori

### 1. Konsep Strategi

Strategi adalah seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif. Strategi menjelaskan bagaimana suatu organisasi menyelaraskan kemampuannya dengan peluang yang ada di pasar untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, strategi menjelaskan cara perusahaan untuk bersaing dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada.<sup>23</sup>

Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang di pakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Jadi, strategi dibuat berdasarkan tujuan.<sup>24</sup>

Strategi merupakan rencana besar dan penting. Strategi menyatakan secara umum arahan bagi senior manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. Meningkatkan nilai pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui pemilihan berbagai strategi yang tepat.

Berfikir strategis adalah memikirkan masa atau waktu yang akan datang, tentang apa yang harus dilakukan, keputusan apa yang harus diambil, apa yang harus dibelanjakan, apa yang harus disiapkan, apa yang harus dipilih,

---

<sup>23</sup> Hery, *Soal-Jawab Sistem Pengendalian Manajemen* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 13.

<sup>24</sup> Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: LIBERTY YOGYAKARTA, 1999), 67.



apa yang harus diselesaikan. Strategi diikuti dengan implementasi (pelaksanaan strategi) yang disebut dengan taktik.<sup>25</sup>

Tujuan menunjukkan apa yang ingin dicapai unit bisnis, strategi menunjukkan bagaimana cara mencapainya. Setiap bisnis harus menetapkan strategi mencapai tujuannya. Walaupun banyak jenis strategi, Michael Porter telah merangkumnya menjadi tiga tipe generik yang memberikan titik awal bagi pemikiran strategik.<sup>26</sup>

a. Keunggulan Biaya Keseluruhan

Di sini bisnis berusaha keras mencapai biaya produksi dan distribusi terendah, sehingga harga lebih rendah, sehingga harganya lebih rendah dari pada pesaingnya dan mendapatkan pangsa pasar yang besar. Perusahaan yang menerapkan strategi ini harus trampil dalam rekayasa, pembelian, pemanufakturan, maupun distribusi fisik, dan tidak terlalu terampil dalam pemasaran. Texas instruments adalah pengguna strategi ini adalah bahwa perusahaan lain biasanya akan muncul dengan biaya lebih murah, dan membahayakan perusahaan yang menyadari masa depannya pada biaya rendah. Kuncinya adalah perusahaan harus mencapai biaya terendah di antara para pesaing yang menerapkan strategi fokus dan diferensiasi serupa.

b. Diferensiasi

Strategi generik yang kedua adalah mendefereasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, yaitu menciptakan sesuatu yang baru

---

<sup>25</sup> Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 3.

<sup>26</sup> Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 69.

yang dirasakan oleh keseluruhan industry sebagai hal yang unik. Pendekatan dalam melakukan strategi diferensiasi dapat bermacam-macam bentuknya: citra rancangan atau merek, teknologi, karakteristik khusus (ciri khas), pelayanan pelanggan, jaringan-jaringan penyalur atau dimensi-dimensi lainnya.<sup>27</sup>

Strategi diferensiasi merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba diatas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kelima kekuatan persaingan, meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya.

- 1) Diferensiasi memberikan perekat terhadap pesaingnya karena adanya loyalitas merek dari pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga dan produk pengganti.
- 2) Diferensiasi menciptakan kesetiaan pelanggan sehingga menciptakan hambatan masuk.
- 3) Diferensiasi dapat mengurangi kekuatan pembeli karena diferensiasi memiliki produk yang unik (khas) yang tidak dimiliki perusahaan lain, sehingga pembeli tidak memiliki alternatif lain, oleh karena itu tidak peka terhadap harga.
- 4) Akhirnya, perusahaan yang telah mendiferensiasikan dirinya untuk mendapatkan kesetiaan pelanggan menghasilkan margin yang

---

<sup>27</sup> Irwan Purwanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: CV. Yrama Widya, 2012), 153.

tinggi yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kekuatan pemasok.

Yang menjadi pusat dari strategi diferensiasi ini adalah kemampuan untuk memahami keinginan pembeli. Perusahaan harus mengetahui apa nilai atau *value* yang diinginkan dan diharapkan oleh pembeli, kemampuan untuk menyerahkan produk sesuai dengan keinginan serta menetapkan harga yang pantas. Dengan demikian, perusahaan telah menciptakan sekelompok pelanggan setia (*loyal customer*) dan mungkin perusahaan telah menciptakan suatu pasar monopoli mini.

c. Fokus

Di sini bisnis memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit, dan tidak mengejar pasar yang luas. Perusahaan mengidentifikasi kebutuhan segmen ini dan mengejar keunggulan biaya atau diferensiasi dalam segmen sasaran tersebut. Naxos berspesialisasi dalam memproduksi *original compact discs* yang harganya separuh dari harga pesaing, sehingga berhasil mengukir ceruk pasar baginya.

## 2. Konsep Pengembangan

Strategi pengembangan dilakukan oleh unit usaha yang baru merintis, serta perusahaan yang sedang banyak mendapat peluang dalam memajukan bisnisnya, perusahaan yang mempunyai ide cemerlang atas produk yang sudah lama atau terbaru. Strategi pengembangan dengan penambahan fungsi lebih cenderung dilakukan pada bidang usaha (bengkel, usaha antar, jasa

manajemen dan lain-lain) karena pengembangan usaha ini tidak membutuhkan investasi yang sangat besar ketimbang manufaktur.<sup>28</sup>

Untuk mengembangkan kesejahteraan ekonomi masyarakat perlu adanya manajemen kerja dan teknologi. Dalam rangka membuat pekerjaan lebih manusiawi maka pekerjaan itu harus memungkinkan menjamin kehidupan dan kesehatan bagi pekerja, memberikan waktu beristirahat dan waktu luang untuk menikmati hidupnya dan memberikan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan pribadi pekerja dan juga perlu partisipasi semua pihak pemerintah, pengusaha, pekerja partisipasi berdasarkan kesetiakawanan (partnership) dalam meningkatkan efisiensi.<sup>29</sup>

Salah satu komponen utama dalam penyeimbang struktur usaha nasional adalah mengembangkan pengusaha kecil yang berorientasi produksi menjadi pengusaha-pengusaha kecil berorientasi bisnis atau berwawasan wirausaha. Pengusaha-pengusaha kecil yang mampu mengikuti peluang dan perubahan situasi sebagai faktor penentu kegiatan usahanya, terutama perubahan situasi pasar yang mengarah pada pasar global. Pengusaha kecil akan selalu dihadapkan pada berbagai kendala keterbatasan, khususnya keterbatasan skala usaha, manajemen usaha, modal, teknologi, keterampilan berusaha, dan pemasaran produk.

Cara untuk memperluas dan memperbesar pasar yaitu dengan mengembangkan usaha yang ada atau membeli perusahaan lain. Upaya-upaya tersebut harus dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dan pengelola serta

---

<sup>28</sup> Ibid., 108.

<sup>29</sup> Edilius, *Pengantar Ekonomi Perusahaan* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), 187.

situasi pasar. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya penetrasi pasar, perluasan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi produk.

Strategi pengembangan akan menyangkut pasar dan produk secara langsung. Jika situasi pasar memungkinkan bagi produk yang baru, strategi pengembangan produk dapat dilakukan. Produk yang ditawarkan bukanlah produk yang lama tetapi produk baru atau produk yang diperbaharui. Penetapan strategi ini bukan pengembangan hasil penjualan dari tahun ke tahun yang digunakan untuk ramalan permintaan pasar karena termasuk jenis produk baru atau diperbaharui. Semua perkiraan permintaan pasar harus didasarkan atas informasi hasil penelitian pasar.

### **3. Pengembangan Usaha**

Untuk usaha yang skala besar dan mapan, pengembangan usaha sering mengacu pada peraturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain, perusahaan pihak ke tiga. Pengembangan usaha berfokus pada implementasi dan rencana bisnis strategis melalui ekuitas pembiayaan, akuisisi atau dipestasi, teknologi, produk, dan lain-lain.

Pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi islam bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan taraf kehidupan dalam sebuah negara semata, memperhatikan terjamin tidaknya setiap orang untuk menikmati kehidupan tersebut.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Pres, 2018), 17.

Jadi, pengembangan usaha memiliki tingkat yang berbeda. Level atau tingkatan tersebut menjadi produk, komersial dan korporasi. Berikut ini akan dijelaskan tentang tingkatan – tingkatan yang ada pada pengembangan usaha yaitu:<sup>31</sup>

a. Tingkat Produk

Pada level produk pengembangan usaha berarti mengembangkan produk atau teknologi baru. Meskipun tingkat pengembangan dapat berbeda dari perusahaan ke perusahaan. Tingkat perkembangan usaha dibagi menjadi satu kategori yaitu Perkembangan incremental adalah perkembangan yang meningkatkan fungsi yang ada platform atau teknologi, sementara pengembangan mengganggu atau terputus-putus benar-benar hal baru yang dikembangkan dari awal.

b. Tingkat Komersial

Tingkat berikutnya dari pengembangan usaha komersial adalah saluran atau aturan organisasi penjualan. Saluran atau organisasi penjualan dapat terdiri dari mitra, agen seperti, distributor, pemegang lisensi, *franchise*, atau cabang anda sendiri nasional atau internasional. Dan terakhir tingkat pengembangan usaha komersial adalah tingkat rantai nilai. Pada pengembangan rantai nilai tingkat usaha adalah tentang mengembangkan penawaran produk secara keseluruhan.

---

<sup>31</sup> <https://harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/> 19/10/2017; 21:30.

### c. Tingkat Korporasi

Bila organisasi harus memutuskan apakah akan membuat atau membeli kompetensi organisasi tertentu Kita memasuki bidang pengembangan bisnis perusahaan . Fokusnya adalah bukan pada produk maupun komersial tingkat tetapi pada korporasi tingkatan usaha.

## 4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis informasi yang diperoleh, dicari, atau diterima dari berbagai sumber hasil dari pernyataan: apa yang sedang terjadi, kenapa terjadi, dimana terjadi dan kapan terjadi, yang semuanya berasal dari internal perusahaan dan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan.<sup>32</sup>

Siapapun yang sudah berkecimpung dalam kegiatan perumusan strategi perusahaan dan menjadi perilaku dalam proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi pasti mengetahui bahwa analisis “SWOT” merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Telah diketahui juga secara luas bahwa “SWOT” merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* kekuatan, *weaknesses* kelemahan, *opportunities* peluang, dan *threats* ancaman. Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi termasuk dalam satuan bisnis tertentu. Sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang bersangkutan.<sup>33</sup>

*Faktor-faktor berupa kekuatan.* Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis

<sup>32</sup> Sabariah, *Manajemen Strategis*, 41.

<sup>33</sup> Siaga Sondang, *Manajemen Strategi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 172.

dalamnya adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat dalam pemikiran keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian satuan bisnis memiliki sumber, keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuat lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

Faktor-faktor kelemahan, jika seseorang bicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.<sup>34</sup>

Faktor peluang. Definisi sederhana tentang peluang ialah “berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis”. yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain ialah:

- a. Kecendrungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk,
- b. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian,
- c. Perubahan dalam kondisi persaingan,
- d. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha,
- e. Hubungan antra pembeli yang akrab, dan
- f. Hubungan dengan pemasok yang humanis

---

<sup>34</sup> Ibid., 173.



Faktor ancaman. Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi ancaman menjadi suatu “ganjalan” bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan. Contohnya, antara lain adalah:

- a. Masuknya pesaing baru,
- b. Pertumbuhan pasar yang lamban,
- c. Meningkatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan, baku yang diperlukan untuk proses lebih lanjut menjadi produk tertentu,
- d. Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai,
- e. Perubahan dalam perundang-undangan yang sifatnya reskripif.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam hidupnya, berinteraksi untuk mengetahui tentang kehidupan mereka. Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkret mengenai Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *Field Research*, yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lingkungan tertentu.

#### **2. Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat yang akan dijadikan sebagai lapangan penelitian atau tempat di mana penelitian tersebut hendak dilakukan. Adapun lokasi penelitian bertempat di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Situbondo. Desa Banyuputih adalah Desa dataran tinggi yaitu pegunungan, akses jalannya juga kurang bagus dengan struktur tanah yang keras menyerupai bebatuan sehingga banyak masyarakat Banyuputih memanfaatkannya batu menjadi kesenian yang bagus. Peneliti memilih lokasi ini karena tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang strategi untuk mengembangkan usaha yang dilakukan oleh masyarakat Desa Banyuputih. Di sini juga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam hal mengembangkan usahanya, hal ini akan memberikan tambahan ilmu pengetahuan

kepada pelaku usaha dalam hal kepuasan kepada pelanggan atau konsumen terhadap produk yang di pasarkannya.

### 3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang yang menjadi sumber untuk memperoleh keterangan penelitian.<sup>35</sup> Subyek dalam penelitian kualitatif yaitu melaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin. Adapun teknik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Teknik *Purposive*. Teknik *Purposive* ini dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan didasarkan strata random atau daerah, tetapi didasarkan atas tujuan tertentu.

Yang menjadi subyek penelitian penulis kali ini yaitu:

- a. Pemilik usaha batu (Bapak Nurhatim, Habibullah)
- b. Karyawan (Mahmud Ali, Ahmad Fawaid, Junaidi, Ahmad Amir, Abdul Hafid Mohammad Ridho, Lutfi Dianto)
- c. Konsumen (Badrin Fawaidi, Nur Kholis)

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

---

<sup>35</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2010), 129.

a. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati atau mencatat sistematis gejala yang diselidiki. Dalam penelitian ini menggunakan observasi partisipan yaitu peneliti melakukan apa yang dilakukan narasumber, akan tetapi belum sepenuhnya lengkap. Karena penelitian yang dilakukan termasuk jenis penelitian kualitatif. Maka observasi yang peneliti lakukan adalah observasi langsung kepada sumber data. Dalam melakukan observasi ini peneliti berdomisili di Desa Banyuputih selama 20 hari. Dengan harapan peneliti dapat melaksanakan pengamatan dengan cermat tentang perilaku subyek, dan mempunyai pemahaman dan kemampuannya dalam membuat makna atau suatu kejadian atau fenomena pada situasi yang tampak. Melalui observasi data yang diperoleh yaitu :

- 1) Letak geografis batu padas
- 2) Sarana dan prasarana batu padas

b. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data.

Ada dua macam wawancara yang dijadikan pedoman dalam proses penelitian untuk pengumpulan data, yaitu :

- 1) Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data.

Yang mana dalam pengumpulan data telah menyiapkan instrumen

penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif yang jawabannya telah disiapkan.

- 2) Wawancara tidak struktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara tidak struktur hanya memuat garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Pada pedoman ini hasil wawancara banyak tergantung pada pewawancara. Pewawancara sebagai pengemudi jawaban dari responden.<sup>36</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara tidak struktur. Wawancara tidak struktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Peneliti menggunakan metode wawancara tersebut untuk memperoleh data-data sebagai berikut:

1. Sejarah Berdirinya Usaha Batu Padas
2. Profil Usaha Batu padas
3. Luas dan letak pengusaha batu padas
4. Struktur Organisasi
5. Macam-macam strategi usaha
6. Visi dan Misi serta Tujuan

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung :Alfabeta, 2011), 140.

### c. Metode Dokumenter

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumentasi merupakan perlengkapan dari metode observasi dan *interview* dalam penelitian kualitatif.<sup>37</sup>

Dokumenter merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara atau studi dokumenter yaitu mengumpulkn dokumen dan data yang diperlukan dalam permasalahan sehingga dapat menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Peneliti menggunakan dokumentasi untuk memperoleh:

- 1) Peta Wilayah/lokasi Usaha Batu Padas
- 2) Struktur kepengurusan Usaha Batu Padas

## 5. Teknik Analisis Data

Analisa data menurut bodgan dan biklen yang dikutip dari meleong adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, minsistensikannya, mencari dan menentukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada yang lain.<sup>38</sup>

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus-menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali.

<sup>37</sup> Ibid., 240.

<sup>38</sup> Lexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung :PT Remaja Rosda Karya, 2002), 28.

Data dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Tujuan dari analisis data deskriptif yaitu untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan yang sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta berhubungan dengan fenomena yang dimiliki.

Berdasarkan pengertian di atas, dalam menganalisa data peneliti mencoba melakukan sebuah kombinasi antara hasil penelitian di lapangan teori yang ada.

Ketika penggalan data telah berakhir dan semua data telah terkumpul, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan menganalisis data, proses ini terbagi menjadi tiga komponen, yaitu :

a) *Data Reduction* ( Reduksi Data)

Reduksi data merupakan identifikasi satuan (Unit). Pada mulanya diidentifikasi adanya satuan. Yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b) *Data Display*

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *Flowchart* dan sejenisnya.

Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, selanjutnya merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Miles dan Huberman menyatakan, dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* (jejering kerja) dan *Chart*.

c) *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang masih ditemukan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap



sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

## 6. Keabsahan Data

Bagian ini memuat bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan. Agar diperoleh temuan yang abash, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data seperti perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan, observasi secara lebih mendalam, *triangulasi* (menggunakan beberapa sumber, metode, peneliti, teori) melacak kesesuaian hasil, dan pengecekan anggota (*member check*).<sup>39</sup>

Dalam penelitian ini, uji keabsahan data yang digunakan adalah *triangulasi sumber* yaitu untuk menguji kredibilitas data dari tiga sumber berbeda. Dari tiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda dan spesifik dari tiga sumber tersebut, data yang dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data tersebut.<sup>40</sup>

Hal ini dapat tercapai dengan jalan diantaranya:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

---

<sup>39</sup> Tim Penyusun IAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 47.

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 373.

- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang suatu penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>41</sup>

## 7. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap – Tahap penelitian ini menguraikan rencana pelaksanaan yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.

### a. Tahap pra penelitian lapangan

#### 1) Menyusun Rancangan Penelitian

Pada tahapan ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, selanjutnya dikonsultasikan dengan dosen pembimbing dan dilanjutkan penyusunan skripsi penelitian hingga ujian skripsi.

#### 2) Memilih Lapangan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus memilih lapangan untuk penelitian. Lapangan penelitian yang dipilih peneliti di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

#### 3) Mengurus Perizinan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengurus perizinan kepada pihak kampus. Kemudian diberikan kepada pemilik usaha batu

---

<sup>41</sup> Melong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 331.

padas apakah diizinkan apa tidak untuk menilai lapangan. Di sini peneliti sudah memberikan surat perizinan untuk meneliti kepada pihak perusahaan batu padas dan telah diberikan izin untuk peneliti menilai tempat tersebut.

Setelah diberikan perizinan, peneliti melakukan penelitian dan penilaian lapangan untuk mengetahui latar belakang, objek penelitian. Hal ini agar memudahkan peneliti untuk mencari data dan menggali informasi.

#### 4) Memilih dan Memanfaatkan Informan

Pada tahap ini peneliti memilih informan untuk mendapatkan informasi, informan yang diambil dalam penelitian ini adalah pemilik usaha batu padas, karyawan dan konsumen.

#### 5) Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Sebelum terjun ke lapangan peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian berupa alat tulis dan sebuah kamera untuk mengambil gambar.

#### b. Tahapan Pekerjaan lapangan

Pada tahap ini peneliti terjun ke lokasi penelitian, sebelum terjun ke lokasi penelitian peneliti sudah mempersiapkan diri, baik secara fisik maupun mental.

IAIN JEMBER

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Obyek Penelitian**

Usaha batu padas Bapak Nurhatim merupakan salah satu usaha batu padas terbesar yang berada di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso Provinsi Jawa Timur. Usaha batu padas Bapak Nurhatim merupakan usaha yang bergerak dibidang pertambangan dan produksi dan pemasaran. Produk yang dihasilkan berupa, pot bunga, nisan kuburan, meja, maupun patung yang semuanya terbuat dari bahan batu padas.

Semua kesuksesan yang diperoleh perusahaan Bapak Nurhatim di Desa Banyuputih berasal dari sumber daya alam tersedia dan sumber daya manusia yang memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat dan juga mengembangkan usaha batu padas dalam memberikan kualitas maupun kuantitas hasil produksi yang maksimal.

Berikut ini adalah akan dijelaskan mengenai kondisi yang terdapat di daerah penelitian tersebut:

##### **1. Sejarah Singkat**

Usaha batu padas adalah usaha yang bergerak di bidang produksi yang menghasilkan bahan-bahan bangunan seperti keramik, tembok, pot bunga, meja, maupun kejing kuburan. Usaha ini di kelola oleh Bapak Nurhatim sejak lulus SMA pada tahun 1993 yang diwariskan dari turun-temurun dari kakek-nenek mereka. Lokasi melintasi Jl. Raya Wringin, ke utara terus ke Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo dan keselatan tembus ke Kota Bondowoso. Desa

Banyuputih itu sendiri terletak di Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso. Untuk masa selanjutnya usaha ini akan diteruskan kepada anaknya Bapak Nurhatim yaitu saudara Habibullah yang sekarang masih menjabat menjadi manajer di perusahaan batu padas Bapak Nurhatim.<sup>42</sup>

Bapak Nurhatim merintis usaha ini berawal dari orang tuanya yang terlebih dulu berkecimpung dalam usaha batu badas. perbedan usaha batu padas zaman dahulu dan sekarang terletak pada pemanfaatanya dulu batu padas hanya digunakan sebagai pondasi rumah dan nisan kuburan dan sekarang lebih luas lagi pemanfaatanya. Contoh batu padas dibuat keramik, meja, dinding rumah, meja dan pot bunga sehingga mempunyai nilai jual yang tinggi.

## **2. Letak Geografis**

Usaha batu padas Bapak Nurhatim merupakan salah satu usaha batu padas yang berada di Desa Banyuputih kecamatan Wringin kabupaten Bondowoso. Usaha batu padas Bapak Nurhatim memiliki luas tanah 600 meter persegi.

Secara administratif usaha batu padas Bapak Nurhatim terletak di wilayah Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Situbondo sebelah barat, sebelah timur pasar Wringin, sebelah selatan Desa Glingseran dan sebelah utara Desa Sumbercantig.

---

<sup>42</sup> Dokumentasi Usaha Batu Padas Bapak Nurhatim.

### 3. Visi, Misi dan Tujuan

Visi adalah pernyataan tentang pandangan, cita-cita atau impian mengenai masa depan bisnis sebuah organisasi atau perusahaan.<sup>43</sup> Kemana dan bagaimana perusahaan akan dibawa dan berkarya agar tetap konsisten dan dapat eksis, antisipatis, inisiatif serta produktif.

Visi Usaha Bapak Nurhatim sebagai berikut:

“MEWUJUDKAN USAHA BATU YANG BERKUALITAS TERBAIK YANG DIMINATI KONSUMEN, MAJU, MANDIRI DAN SEJAHTERA”

Misi adalah sesuatu yang harus diemban atau dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan visi yang telah ditetapkan agar tujuan organisasi dapat terlaksana dan berhasil guna dengan baik, dengan misi tersebut diharapkan seluruh aparatur dan pihak yang berkepentingan dapat mengetahui akan peran dan program-program serta hasil yang hendak dicapai diwaktu yang akan datang dari misi yang telah ditetapkan tersebut. Misi juga menjadi pembeda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.<sup>44</sup>

Misi Usaha Batu Padas Bapak Nurhatim

- a. Memproduksi barang yang bagus dengan alat yang modern.
- b. Menjemput bola atau mencari konsumen.
- c. Melayani konsumen dengan ramah<sup>45</sup>

<sup>43</sup> Abdul Halim Usman, *Manajemen Syariah Teori, Konsep & Aplikasi* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015) 81.

<sup>44</sup> Aryo Bogadenta, *The Secret Of Business Plan* (Jogjakarta: Laksana, 2013), 19.

<sup>45</sup> Dokumentasi Perusahaan Batu Padas Bapak Nurhatim.

Tujuan

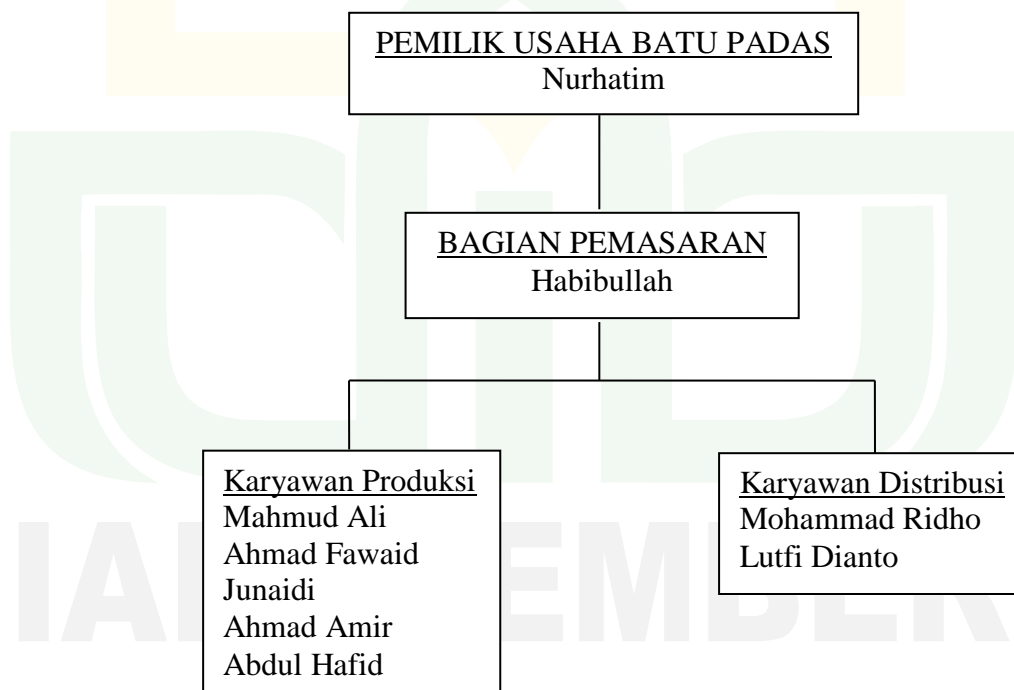
- a. Meningkatkan perusahaan batu padas yang mandiri dan berdaya saing, membuka cabang baru dimana-mana.
- b. Meningkatkan pemasaran produk ke Bali sampai ke Jepang

#### 4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi di perusahaan batu padas Bapak Nurhatim di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso tersusun sesuai dengan tugas dan fungsinya, dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Gambar 1.1**

**Sruktur Organisasi Usaha Batu Padas Bapak Nurhatin**



Keterangan gambar struktur organisasi usaha batu padas Bapak Nurhatim fungsinya adalah sebagai berikut:

- a. Pemilik Usaha Batu Padas

- 1) Memimpin dan mengordinasi kegiatan usaha di perusahaan batu padas.
- 2) Mengarahkan dan mengawasi seluruh kegiatan yang dilaksanakan oleh manajer dan karyawan.

b. Bagian Pemasaran

- 1) Memasarkan hasil produksi batu padas
- 2) Menemukan konsumen maupun pasar
- 3) Distribusi

Mengantar dan mengirimkan barang yang dipesan konsumen ke tempat tujuan.

c. Bagian produksi

- 1) Menggali batu di tebing gunung.
- 2) Membentuk produk batu padas menjadi setengah jadi maupun jadi.
- 3) Memindahkan batu ke tempat pembentukan lebih detail.

Di samping usaha batu padas tersebut mempunyai karyawan tetap dan ada juga karyawan yang tidak tetap. Karyawan yang tetap yang ada saat ini ada 7 orang di bagian produksi. Kebanyakan yang ada di sini karyawan yang tidak tetap. Karyawan disini banyak yang musiman yaitu hanya ada pada saat waktu tidak musim tembakau. Karna kalau musim tembakau banyak karyawan yang pindah ke tembakau karena alasannya kerjanya lebih ringan meskipun penghasilannya lebih besar menjadi karyawan batu padas.

Proses produksi batu padas ini langsung di ambil dari tebing pegunungan yang masih alami yang tidak bisa sudah ditanami pohon-pohonan. Langkah pertama bawa pacul, palu besar, paku besar, untuk menggali atau



menghancurkan batu menjadi kotak-kotak sesuai keinginan atau pesanan pelanggan. Batu tersebut di ukur terlebih dahulu sebelum digali agar sesuai ukuran, agar tidak rugi dan langsung di bentuk di tempat menjadi ukuran 40x20 cm, 45x25 cm, 90x25 cm, batu ini yang biasa dijual di sana dan banyak juga ukuran lain-lain sesuai pesanan pelanggan. Kemudian batu di bawa ketempat penyimpanan agar lebih aman di dekatnya rumahnya Bapak Nurhatim selanjutnya diproses menjadi bahan jadi maupun langsung di jual.

## 5. Pemilik dan Karyawan

Usaha batu padas dalam menjalankan fungsi dan tugasnya sudah menerapkan pembagian tugas dan fungsi yang jelas sebagaimana tertera dalam struktur organisasi tersusun dengan sangat baik. Adapun pemilik dan karyawan usaha batu padas Bapak Nurhatim dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Daftar dan nama pemilik dan karyawan Bapak Nurhatim

No	Nama	Pendidikan	Jabatan
1.	Nurhatim	SMA	Pemilik
2.	Habibullah	SMA	Manajer
3.	Mahmud Ali	SMP	Karyawan
4.	Ahmad Fawaid	SMA	Karyawan
5.	Junaidi	SMP	karyawan
6.	Ahmad Amir	SMA	Karyawan
7.	Abdul Hafid	SD	Karyawan
8.	Muhammad Ridho	SMA	Karyawan
9.	Lutfi Dianto	SMA	Karyawan

Sumber : Usaha Batu Padas Nurhatim 2017

## 6. Sarana dan prasarana

Sarana prasarana merupakan suatu faktor penunjang dalam terselenggaranya suatu proses produksi yang dipakai sebagai alat untuk terciptanya suatu maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam kualitas maupun kuantitas hasil produksi.

Sarana dan prasarana juga merupakan faktor penunjang untuk mengembangkan atau meningkatkan produk yang maksimal kepada konsumen. Sarana dan prasarana juga mampu mendukung minat konsumen dalam membeli kualitas produk barang yang ingin dijual, sarana dan prasarana yang ada di perusahaan batu Bapak Nurhatim yaitu Pacul 12 buah, palu besar 3, paku besar 10, *Senso* yang telah di modif 1, Lahan 600 meter persegi, Truk 1, dan *pick up* 1. Sarana dan prasarana ini dapat mendukung untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atas barang dan jasa dan juga menarik minat konsumen untuk membeli barang yang diproduksi dan dijual di perusahaan Bapak Nurhatim.

### B. Penyajian Data Dan Analisis

Dalam penyajian data yang diungkapkan kondisi yang sebenarnya tentang Strategi Pengusaha Batu Padas di Perusahaan Bapak Nurhatim Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab III, bahwa penelitian ini menggunakan metode atau teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sebagai alat untuk memperoleh data yang berkaitan dengan obyek penelitian yang diteliti. Setelah proses pengumpulan data selesai kemudian dilanjutkan menjadi skripsi.

Penelitian ini berusaha memaparkan gambaran tentang Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso. Berikut ini penyajian dan analisis data berdasarkan masing-masing fokus penelitian.

### **1. Strategi yang dilakukan Pengusaha Nurhatim dalam Pengembangan Usaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso**

Berkaitan dengan dengan judul yang dibahas yang berkaitan dengan Bagaimana Strategi yang dilakukan pengusaha Nurhatim dalam pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso, maka perlu adanya informan guna memberikan informasi tentang bagaimana kondisi sebenarnya yang terjadi di tempat penelitian.

Akan tetapi sebelumnya akan sangat penting untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi yang dilakukan oleh masyarakat dalam Pengembangan usaha tersebut. Seperti halnya yang telah dikatakan oleh saudara Bapak Nurhatim selaku pemilik di perusahaan batu padas tersebut beliau mengatakan:

“Saya menjual barang produksi saya sendiri dengan kualitas dan mutu yang terbaik, karena saya mempertahankan kepercayaan konsumen saya, kalau produk saya gagal maka konsumen nanti kecewa dan tidak akan membelinya lagi. Dan juga saya takut produk saya ini tidak laku di pasaran dan membuat usaha ini tidak maju akhirnya gulung tikar.”<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Nurhatim, *Wawancara*, Banyuputih, 20 September 2017.

Seperti halnya yang telah dikatakan oleh saudara Habibullah selaku manajer di perusahaan batu padas, beliau mengatakan:

“kalau bicara pengembangan usaha, yang jelas disini yang berperan penting, pasti dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal, faktor internal berasal dari karyawan, karyawan disini perlu mempunyai keterampilan khusus karna proses pembuatan pot, nisan, keramik itu harus mempunyai seni. sedangkan faktor eksternal berasal dari konsumen, konsumen yang menggunakan produk kita tentu kita harus mengetahui selera mereka agar produk kita ini laku”.<sup>47</sup>

Hasil wawancara dengan saudara Ahmad Fawaid selaku karyawan produksi di perusahaan batu padas juga menjelaskan strategi usaha batu padas, beliau menjelaskan mengenai strategi pengembangan usaha sebagai berikut:

“Strategi Pengembangan Usaha berasal juga dari karyawan, karna karyawan memiliki peran penting di dalam perusahaan, dengan dibentuknya sumber daya manusia yang memadai, karyawan akan memberikan kontribusi dalam memberikan kualitas hasil produksi yang maksimal kepada perusahaan maupun konsumen”.<sup>48</sup>

Sebagaimana pernyataan menurut saudara Habibullah bahwa untuk mengembangkan usaha batu padas perlu adanya formulasi strategi unit bisnis yang bagus dimulai dari keunggulan biaya, diferensiasi, fokus. Dengan terbentuknya formulasi strategi tersebut akan memberikan kontribusi yang baik dalam mengembangkan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

Seperti halnya yang telah dikatakan oleh Mahmud Ali selaku karyawan di perusahaan batu padas Bapak Nurhatim, beliau mengatakan:

<sup>47</sup> Habibullah, *Wawancara*, Banyuputih, 20 September 2017.

<sup>48</sup> Amad Fawaid, *Wawancara*, Banyuputih, 20 September 2017.

“Dengan diterapkannya manajemen pemasaran dalam pengembangan usaha terhadap pelayanan kepada konsumen dapat menunjang perkembangan dan juga kemajuan usaha batu padas, penerapan manajemen pemasaran yang benar dapat memastikan konsumen terpuaskan dengan hasil produksi yang kita lakukan, setia menggunakan jasa dan barang kami yang diberikan”.<sup>49</sup>

Sebagaimana pernyataan menurut Mahmud Ali bahwa dengan diterapkannya manajemen pemasaran yang benar dalam pengembangan usaha dapat memberikan kepuasan dan kepercayaan dan memastikan kesetiaan konsumen untuk tetap menggunakan barang hasil produksi yang diberikan.

Penerapan strategi pada pengembangan usaha batu padas yaitu:

#### 1) Keunggulan biaya keseluruhan

Di sini bisnis berusaha keras mencapai biaya produksi dan distribusi terendah, sehingga harga lebih rendah, sehingga harganya lebih rendah dari pada pesaingnya dan mendapatkan pangsa pasar yang besar. Perusahaan yang menerapkan strategi ini harus trampil dalam rekayasa, pembelian, pemanufakturan, maupun distribusi fisik, dan tidak terlalu terampil dalam pemasaran.

Berdasarkan wawancara dengan Habibullah sebagai manajer yang bekerja di perusahaan batu padas Bapak Nurhatim, beliau mengatakan:

“Keunggulan biaya batu padas disini lebih seimbang dari para pesaingnya karena disini biaya di potong dengan transportasi yang dibebankan kepada konsumen sehingga harganya lebih mahal. Para pengusaha batu padas disini tidak merasa khawatir dengan menerapkan harga yang lebih mahal karena disini mengedepankan kualitas produk yang dijual dan mencari pasar yang lebih luas sehingga mencangkup konsumen menengah ke atas.”<sup>50</sup>

<sup>49</sup> Mahmud Ali, *Wawancara*, Banyuputih, 20 September 2017.

<sup>50</sup> Habibullah, *Wawancara*, Banyuputih, 24 Oktober 2017.

Berikut wawancara dengan bapak Badrun Fawaidi sebagai konsumen perusahaan batu padas Nurhatim, beliau mengatakan :

“Harga yang digunakan oleh perusahaan batu Bapak Nurhatim cukup normal mereka bisa menyesuaikan harga dengan kondisi yang ada di lingkungan pasar, selain harga batu yang standar mereka juga menggunkan tawar menawar yang baik dan juga sopan, sehingga saya mampu membeli produk batu padas dengan baik”.<sup>51</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Nur Kholis mengenai keunggulan biaya, beliau mengatakan:

“Masalah biaya yang ditetapkan oleh perusahaan batu Bapak Nurhatim lebih murah, misalkan saja untuk batu setengah jadi yang dijual ukura 25x45 saya beli Rp. 12.000 sedangkan tempat-tempat lain sebelumnya di Banyuputih selisih harganya sampai Rp 2.000 - Rp. 3.000 dari itulah saya hanya membeli batu itu di Bapak Nurhatim selain harganya lebih murah kualitas produknya juga bagus. Dan Bapak Nurhatim juga mendengarkan dengan baik apa yang diinginkan dan dikeluhkan oleh konsumen termasuk masalah harga yang saya inginkan dan dibicarakan dan mereka juga melayani apa yang saya butuhkan dengan baik”.<sup>52</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, dapat dipahami bahwa Keunggulan biaya keseluruhan yaitu perusahaan memberikan biaya terendah mulai dari input, output bahkan pendistribusianya sehingga perusahaan Bapak Nurhatim ini masih bisa bertahan sampai sekarang.

Dengan adanya posisi biaya terendah melindungi perusahaan dari pembeli yang kuat karena pembeli menggunakan kekuatan untuk menekan harga sampai biaya terendah. Biaya terendah memberikan hambatan masuk yang cukup berarti bagi pesaingnya dari skala ekonomis atau keunggulan biaya.

<sup>51</sup> Badrun Fawaidi, *Wawancara*, Banyuputih, 28 Oktober 2017.

<sup>52</sup> Nur Kholis, *Wawancara*, Banyuputih, 28 Oktober 2017.

## 2) Deferensiasi

Di sini bisnis berkonsentrasi pada upaya mencapai kinerja superior dalam bidang manfaat pelanggan yang diinginkan sebagian besar pasar. Perusahaan dapat berjuang untuk menjadi pemimpin pelayanan, pemimpin kualitas, pemimpin gaya, pemimpin teknologi.

Berdasarkan wawancara dengan Muhammad Ridho sebagai karyawan produksi beliau mengatakan:

“Di sini sudah mencari pelanggan yang super seperti orang yang mampu dalam kehidupan ekonomi dan mengerti akan kualitas batu padas serta seni dari hasil produk batu ini sendiri, kebanyakan disini pasar atau konsumen dari daerah Bali yang dipesan terlebih dahulu oleh pelanggan kepada produsen”.<sup>53</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Ahmad Amir selaku karyawan beliau mengatakan:

“Dalam hal melaksanakan tugasnya perusahaan sudah berhasil dalam kualitas produk. Menurut pendapat saya sendiri karena saya mengedepankan kualitas batu padas terbaik yaitu batu padas yang memiliki corak bintik-bintik hitam tebal itulah yang membuat ciri khas berbeda dari batu padas yang yang lain dan bentuknya yang pas sesuai ukuran dan selera konsumen. Produk batu ini hanya ada di Desa Banyuputih, itulah yang membuat banyak kosumen menyukai batu padas Bapak Nurhatim”.<sup>54</sup>

Dapat disimpulkan dari wawancara di atas, bahwa deferensiasi untuk mendapatkan hasil diatas rata-rata dalam sebuah bisnis tertentu karena loyalitas merek akan membuat sensitivitas konsumen terhadap harga menjadi rendah. Loyalitas pembeli berfungsi sebagai penghalang

<sup>53</sup> Mohammad ridho, *Wawancara*, Banyuputih, 30 Oktober 2017.

<sup>54</sup> Ahmad Amir, *Wawancara*, Banyuputih, 30 Oktober 2017.

masuk industri perusahaan-perusahaan baru harus mengembangkan kompetenssi harga premium.

### 3) Fokus

Di sini bisnis memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit, dan tidak mengejar pasar yang luas. Perusahaan mengidentifikasi kebutuhan segmen ini dan mengejar keunggulan biaya atau diferensiasi dalam segmen sasaran tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan Junaidi sebagai karyawan distribusi yang bekerja di perusahaan batu padas Bapak Nurhatim, beliau mengatakan:

“Kami sangat mengejar pasar Bali, karna Bali merupakan pasar yang strategis untuk kerajinan batu padas dan peminat paling banyak sehingga kami menjual barang kesana. Orang Bali suka dengan produk yang bernuansa seni, sedangkan daerah Bondowoso ataupun daerah sekitarnya seperti Jember, Situbondo dan Banyuwangi kurang meminati batu seperti ini karna harganya yang cukup lumayan mahal juga dan kurang mengerti seni.”

Hal senada juga disampaikan oleh Lutfi Dianto selaku karyawan beliau mengatakan:

“Produk ini kebanyakan disukai atau dikonsumsi orang Bali karna orang Bali mayoritas agamanya Hindu tak sedikit batu ini juga di buat Pure atau tempat ibadahnya orang Hindu. bisa juga batu padas untuk penambah nuansa klasik rumahnya sendiri karna orang bali menyukai nuansa alam seperti pohon pohonan dan batu-batuan”.<sup>55</sup>

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa strategi pada pengembangan usaha batu padas yaitu:

<sup>55</sup> Lutfi Dianto, *Wawancara*, Banyuputih, 30 Oktober 2017.



- a. Keunggulan biaya keseluruhan untuk berusaha keras mencapai biaya produksi dan distribusi terendah, sehingga harganya lebih rendah dari pada pesaingnya dan mendapatkan pangsa pasar yang besar.
- b. Deferensiasi upaya mencapai kinerja superior, dalam bidang manfaat pelanggan yang diinginkan sebagian besar pasar.
- c. Fokus memfokuskan diri pada satu atau lebih, segmen pasar yang sempit, dan tidak mengejar pasar yang luas.

## **2. Faktor pendukung dan penghambat pengembangan Usaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso**

Analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*opportunity*) dan tantangan (*Treats*).

Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan sebagai faktor-faktor internal, tim pembuat rencana perlu memperhatikan tiga unsur yaitu sumber-sumber daya (*input*), strategi berjalan (*proses*) dan kinerja (*outputs*).

Pertimbangan atas kekuatan dan kelemahan organisasi tidak lain adalah mengidentifikasi keunggulan perusahaan, kemampuan bersaing, ketajaman strategi untuk memenangkan pertarungan dan pengelolaan sumber daya yang tepat sehingga menjamin kelangsungan usaha.

Faktor peluang dan ancaman ditemukan dengan memperhatikan perkembangan politik, ekonomi, sosial, teknologi, pendidikan termasuk *stakeholder* eksternal utamanya penyalur sumber daya. Fokus perhatian tidak hanya pada aspek negatif berupa ancaman, akan tetapi pelanggan mendapat perhatian. Diperhitungkan pula sebagai *stakeholder* eksternal: pengguna jasa, pelanggan, pendana, pembayar pungutan, regulator dan lembaga terkait. Termasuk dalam kategori eksternal adalah pesaing, kekuatan, persaingan, potensi menambah kekuatan penting.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Nurhatim selaku pemimpin di perusahaan batu padas, beliau mengatakan:

“faktor pendukung yang ada disini 1., kekuatan (*Stenght*) perusahaan kami meliputi: Menjual barang yang mempunyai ciri khas menu yang berbeda-beda, tempatnya strategis yang dimaksud strategis di sini produksi yang dilakukan jauh dari perumahan sehingga perusahaan tidak mengganggu masyarakat yang lain, Harganya cukup murah, terjangkau, pelayanan memuaskan, rapi dan bersih, Bahan baku digunakan dengan kualitas terbaik. 2., sedangkan kalau berbicara kelemahan (*Weakness*) meliputi: Pengambilan batu dari tebing banyak batu yang pecah, belum mempunyai cabang, kurang modal untuk meningkatkan usaha, harga produk yang tidak stabil.<sup>56</sup>

Berikut wawancara dengan Habibullah selaku manajer batu padas beliau berbicara faktor penghambat perusahaan mengatakan:

“Untuk bicara masalah penghambat 1., peluang (*Opportunity*) disini produk kami digemari sebagian besar masyarakat luar kota Bondowoso, ciri khas pada tiap-tiap selera orang luar menjadikan usaha ini sangat menjanjikan, jika saya membuka cabang yang membawa konsumen mudah mendatangnya, budaya masyarakat luar yang konsumtif terhadap produk kami. 2., Untuk ancamannya (*treat*) harga produk yang sewaktu-waktu bisa naik dapat menyebabkan dapat mengurangi pembeli, Bila hujan turun maka orang malas keluar rumah

---

<sup>56</sup> Nurhatim, *Wawancara*, Banyuputih, 04 November 2017.

sehingga pembeli tidak begitu banyak datang kesini apa lagi disini daerah pegunungan jika hujan turun anginnya kencang”.<sup>57</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dipahami bahwa faktor pendukung dan faktor penghambat perusahaan yaitu faktor pendukung dari dalam perusahaan atau pihak internal dan faktor penghambat dari luar perusahaan atau pihak eksternal.

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha yaitu:

- a. Faktor pendukung meliputi analisis internal perusahaan meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*) diantaranya yaitu:
  - 1) Produk mempunyai ciri khas berbeda dari batu padas di daerah yang lainnya. Misalkan dari corak batunya sangat menarik dengan motif hitam.
  - 2) Tempatnya strategis terletak di daerah jauh dari lingkungan masyarakat sehingga tidak mengganggu masyarakat yang ada disekitarnya dalam menjalankan aktifitasnya perusahaan.
  - 3) Harganya cukup murah, terjangkau, disini harga di bandingkan pesaingnya lebih murah disini juga memakai politik harga dimana setiap perusahaan batu padas saling menjatuhkan harga.
  - 4) pelayanan memuaskan, rapi dan bersih, di sini perusahaan responsive dalam menanggapi keinginan atau keluhan konsumen

---

<sup>57</sup> Habibullah, *Wawancara*, Banyuputih, 04 November 2017.

- 5) Bahan baku digunakan dengan kualitas terbaik batu di sini memang di cari dari batu yang bagus di daerah pegunungan.
  - 6) Kelemahan batu padas meliputi: Pengambilan batu dari tebing banyak batu yang pecah,
  - 7) Belum mempunyai cabang, kurang modal untuk meningkatkan usaha, di sini untuk mengembangkan perusahaan belum perlu adanya modal yang besar untuk menciptakan produk yang bagus dan membuka cabang.
  - 8) Harga produk yang tidak stabil dikarenakan dari akibat politik harga
- b. Faktor penghambat, menganalisis eksternal perusahaan mencakup faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*Treats*).
- 1) Peluang (*Opportunity*) di sini produk digemari sebagian besar masyarakat luar kota Bondowoso, sehingga perlu adanya pengeluaran distribusi yang di bebankan kepada konsumen
  - 2) Selera orang luar menjadikan usaha ini sangat menjanjikan, perusahaan batu padas mempunyai tantangan untuk menemukan konsumen di luar kota.
  - 3) Jika perusahaan membuka cabang yang membawa konsumen mudah mendatangnya, konsomen tidak akan jauh-jauh ke Banyuputih
  - 4) Budaya masyarakat luar yang konsumtif terhadap produk kami terutama masyarakat Bali.

- 5) Untuk ancamannya (*treat*) harga produk yang sewaktu-waktu bisa naik dapat menyebabkan dapat mengurangi pembeli, jika produk mahal maka konsumen membeli produk yang lebih murah.
- 6) Jika hujan turun maka konsumen malas keluar rumah sehingga pembeli tidak begitu banyak datang kesini apa lagi disini daerah pegunungan jika hujan turun anginnya kencang.

### C. Analisis

Dari beberapa data yang disajikan dan kemudian dilakukan analisis, maka hasil tersebut perlu untuk diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan diskusi dengan teori-teori yang ada dan relevan dengan topik penelitian ini, untuk itu pembahasan ini akan disesuaikan dengan sub yang menjadi pokok pembahasan, guna mempermudah dalam menjawab pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian. Maka disini akan membahas temuan-temuan di lapangan yang meliputi:

#### 1. Strategi yang dilakukan masyarakat dalam Pengembangan Usaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

Berdasarkan paparan data di atas dapat diketahui bahwa penerapan Strategi yang dilakukan masyarakat dalam Pengembangan usaha batu padas yaitu Keunggulan biaya keseluruhan, Deferensiasi dan Fokus.

Strategi mempunyai peranan paling penting dalam mengembangkan usaha batu padas, strategi juga dapat memberikan atau membantu meningkatkan nilai pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui pemilihan berbagai strategi yang tepat.

Strategis juga menunjukkan apa yang ingin dicapai unit bisnis dan strategi juga menunjukkan bagaimana cara mencapainya.

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa strategi pada pengembangan usaha batu padas yaitu:

- a. Keunggulan biaya keseluruhan untuk berusaha keras mencapai biaya produksi dan distribusi terendah, sehingga harganya lebih rendah dari pada pesaingnya dan mendapatkan pangsa pasar yang besar.
- b. Diferensiasi upaya mencapai kinerja superior, dalam bidang manfaat pelanggan yang diinginkan sebagian besar pasar.
- c. Fokus memfokuskan diri pada satu atau lebih, segmen pasar yang sempit, dan tidak mengejar pasar yang luas.

Maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan perusahaan batu padas Bapak Nurhatim dalam menerapkan strategi pengembangan usaha menguatkan teori yang dikemukakan oleh para ahli yaitu seorang pemimpin dalam memberikan strategi pengembangan kepada perusahaanya yaitu keunggulan biaya penuh dimana suatu produk menguasai pasar dari keunggulan biayanya. diferensiasi, memiliki konsumen, dimana perusahaan bertanggung jawab melayani konsumen dari awal sampai akhir. Fokus, menemukan pasar yang pas untuk memajukan suatu perusahaannya dan juga untuk memuaskan konsumen atas jasa dan barang yang diberikan.

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.

Pertimbangan atas kekuatan dan kelemahan organisasi tidak lain adalah mengidentifikasi keunggulan perusahaan, kemampuan bersaing, ketajaman strategi untuk memenangkan pertarungan dan pengelolaan sumber daya yang tepat sehingga menjamin kelangsungan usaha.

Faktor peluang dan ancaman ditemukan dengan memperhatikan perkembangan politik, ekonomi, sosial, teknologi, pendidikan termasuk *stakeholder* eksternal utamanya penyalur sumber daya. Fokus perhatian tidak hanya pada aspek negatif berupa ancaman, akan tetapi pelanggan mendapat perhatian. Diperhitungkan pula sebagai *stakeholder* eksternal: pengguna jasa, pelanggan, pendana, pembayar pungutan, regulator dan lembaga terkait. Termasuk dalam kategori eksternal adalah pesaing, kekuatan, persaingan, potensi menambah kekuatan penting.

### a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung meliputi analisis internal perusahaan meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*) diantaranya yaitu:

- 1) Produk mempunyai ciri khas berbeda dari batu padas di daerah yang lainnya. Misalkan dari corak batunya sangat menarik dengan motif hitam.

- 2) Tempatnya strategis terletak di daerah jauh dari lingkungan masyarakat sehingga tidak mengganggu masyarakat yang ada disekitarnya dalam menjalankan aktifitasnya perusahaan.
- 3) Harganya cukup murah, terjangkau, disini harga di bandingkan pesaingnya lebih murah disini juga memakai politik harga dimana setiap perusahaan batu padas saling menjatuhkan harga.
- 4) pelayanan memuaskan, rapi dan bersih, di sini perusahaan responsive dalam menanggapi keinginan atau keluhan konsumen
- 5) Bahan baku digunakan dengan kualitas terbaik batu di sini memang di cari dari batu yang bagus di daerah pegunungan.
- 6) Kelemahan batu padas meliputi: Pengambilan batu dari tebing banyak batu yang pecah,
- 7) Belum mempunyai cabang, kurang modal untuk meningkatkan usaha, di sini untuk mengembangkan perusahaan belum perlu adanya modal yang besar untuk menciptakan produk yang bagus dan membuka cabang.
- 8) Harga produk yang tidak stabil dikarenakan dari akibat politik harga

#### b. Faktor Penghambat

Faktor penghambat, menganalisis eksternal perusahaan mencakup faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*Treats*).

- 1) Peluang (*Opportunity*) di sini produk digemari sebagian besar masyarakat luar kota Bondowoso, sehingga perlu adanya pengeluaran distribusi yang di bebaskan kepada konsumen



- 2) Selera orang luar menjadikan usaha ini sangat menjanjikan, perusahaan batu padas mempunyai tantangan untuk menemukan konsumen di luar kota.
- 3) Jika perusahaan membuka cabang yang membawa konsumen mudah mendatangnya, konsumen tidak akan jauh-jauh ke Banyuwangi
- 4) Budaya masyarakat luar yang konsumtif terhadap produk kami terutama masyarakat Bali.
- 5) Untuk ancumannya (*treat*) harga produk yang sewaktu-waktu bisa naik dapat menyebabkan dapat mengurangi pembeli, jika produk mahal maka konsumen membeli produk yang lebih murah.
- 6) Jika hujan turun maka konsumen malas keluar rumah sehingga pembeli tidak begitu banyak datang kesini apa lagi disini daerah pegunungan jika hujan turun anginnya kencang.

Maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan batu padas ini memiliki kekuatan dan kelemahan yang dipengaruhi dari dalam perusahaan seperti karyawan dan lain-lain. Sedangkan untuk faktor eksternal dipengaruhi oleh pihak konsumen atau pihak pesaingnya.

IAIN JEMBER

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang berjudul “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso*” yang dilakukan penulis di perusahaan batu padas Bapak Nurhatim di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso, berdasarkan analisis data dan keabsahan data yang diperoleh penulis dilapangan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan masyarakat dalam Pengembangan Usaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso telah teraplikasikan dengan baik dalam strategi pengembangan usaha tercermin dengan strategi keunggulan biaya, strategi diferensiasi, strategi fokus.
2. Faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso meliputi dari pihak dalam perusahaan dan pihak luar perusahaan mulai dari kinerja karyawan, pemimpin, pihak manajer, dan konsumen.

## B. Saran

Setelah melakukan penelitian yang dilakukan di perusahaan batu padas Bapak Nurhatim Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso, Maka Penelitian dapat memberikan saran, Yaitu:

1. Untuk perusahaan batu perlu pengembangan usaha yang baik lebih dioptimalkan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan juga menjaga kualitas produksi terhadap kesetiaan konsumen.
2. Agar perusahaan batu mengutamakan pelayanan yang cepat dan tepat.
3. Agar perusahaan batu menambah wawasan atau pengetahuan karyawan dengan melakukan rapat dan doa bersama setiap pagi.
4. Untuk perusahaan batu kebersihan dan kerapian produk di jaga karena konsumen juga membutuhkan kerapian produk dan juga kebersihan.
5. Untuk peneliti berikutnya lebih diperdalam lagi penelitiannya tentang strategi pengembangan usaha.

IAIN JEMBER

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assobar. 2013. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Disertai Doa-Doa*. Jakarta: PUSTAKA AL-MUBIN.
- Asriyah, Wardatul, *Strategi Penigkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Tambak Di Desa Babalan Kecamatan Wedung Kabupaten Demak Jawa Tengah*, Skripsi, Fakultas Dakwah UIN Yogyakarta, 2017.
- Bachtiyar, Achmad Irfan, *Analisis Strategi Bisnis dalam Pengembangan Usaha UD. SALAMA GORDYN Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember*, skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, 2017.
- Bogadenta, Aryo. 2013. *The Secret Of Business Plan* Jogjakarta: Laksana.
- Edilius. 1992. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fatmawati, Nurul Laela , *Strategi Pengembangan Industri Kecil tempe di Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten*,Skripsi, Fakultas Dakwah UIN Yogyakarta, 2009.
- Ghalib, Agfa Polnaya, *Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah*, skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dipenorogo, 2015.
- Hatta, Mohammad. 1954. *Beberapa Fasal Ekonomi*. Jakarta: PERPUSTAKAAN PERGURUAN KEMENTERIAN P.P DAN K.
- Hery. 2011. *Soal-Jawab Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- <https://Bondowoso.Memo-X.Com/1441/Bondowoso-Kaya-Kandungan-Alam.Html>
- <https://harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha>
- Kasmir, *kewirausahaan*. 2008. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Lexy J, Moleong. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung :PT Remaja Rosda Karya.

- Maflukah, *Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Penyaluran APBD Kabupaten Banyuwangi*, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Jember, 2015.
- Mubyarto, *Ekonomi Pancasila Landasan Pikir dan Misi Pendirian*, (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Mursalim, Fathurrochman, *Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas*, Skripsi, Fakultas Dakwah UIN Yogyakarta, 2013.
- Oktaviani Rahmawati, *Upaya Peningkatan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Melalui Usaha Kripik Belut Di Kelurahan Sidoagung Kecamatan Godean*, Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Yogyakarta, 2014.
- Sabariah, Etika. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember STAIN Jember Press.
- setiawan, Ebta. 2010. *KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) versi offline* <http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi>.
- Sondang, Siaga. 2011. *Manajemen Strategi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Supramono, Gatot. 2012. *Hukum Pertambangan Mineral dan Batu Bara di Indonesia*. Jakarta: PT Reneka Cipta.
- Suprayitno, Eko. 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN MALANG PRESS.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LIBERTY YOGYAKARTA.
- Usman Abdul Halim. 2015. *Manajemen Syariah Teori, Konsep & Aplikasi*. Jakarta: Zikrul Hakim,
- Wilantara, Rio F. 2016. *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama
- Wirawan, Rendra. 2016. *Modul Kuliah Kewirausahaan IAIN Jember*.



## MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pengusaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso	Strategi Pengembangan Usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keunggulan Biaya Keseluruhan</li> <li>2. Diferensiasi</li> <li>3. Fokus</li> <li>4. Analisis SWOT</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumber data primer responden:               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pemilik usaha batu padas</li> <li>b. Perkerja usaha batu padas</li> <li>c. Pembeli batu padas</li> </ol> </li> <li>2. Sumber data sekunder               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kepustakaan</li> <li>b. Dokumentasi</li> <li>c. Artikel</li> <li>d. internet</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode dan prosedur penelitian menggunakan metode kualitatif</li> <li>2. Metode pengumpulan data               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi</li> <li>b. Wawancara</li> <li>c. Kepustakaan</li> </ol> </li> </ol> <p>Metode analisis data Deskriptif Kualitatif</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana Strategi yang dilakukan Pengusaha dalam Pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso</li> <li>2. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso</li> </ol>

## **PEDOMAN WAWANCARA**






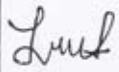

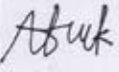



1. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan batu padas ?
2. Apa saja Visi dan Misi perusahaan batu padas ?
3. Apa saja Sarana dan prasarana perusahaan batu padas ?
4. Seperti apa Struktur Pengurus perusahaan batu padas?
5. Darimana pendanaan perusahaan batu padas?
6. Apa saja produk yang dihasilkan di perusahaan batu padas?
7. Bagaimana menghasilkan keramik yang bagus ?
8. Berapa lama proses produk batu padas dari bahan mentah hingga menjadi bahan setengan jadi maupun jadi?
9. Bagaiman ukuran batu padas yang bagus ?
10. Bagaimana menghasilkan keramik yang bagus ?
11. Berapakah kisaran harga produk batu padas ?
12. Bagaimana strategi pengembangan usaha ?
13. Apa saja SWOT yang ada dalam produk batu padas ?
14. Apa saja faktor internal dan eksternal perusahaan dalam analisi SWOT yang ada an batu padas ?

**IAIN JEMBER**

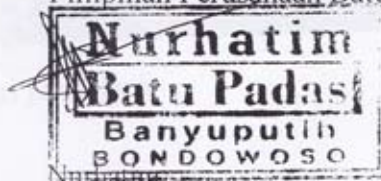


## JURNAL PENELITIAN

### STRATEGI PENGUSAHA BATU PADAS DI DESA BANYUPUTIH KECAMATAN WRIGIN KABUPATEN BONDOWOSO

No	TANGGAL	Pihak yang Diwawancara	Jenis Kegiatan	Ttd
1	9 Sept 2017	Pimpinan perusahaan Batu Padas (Nurhatim)	Observasi sambil izin penelitian di perusahaan batu padas Nurhatim	
2	16 Sept 2017	Manajer perusahaan Batu Padas (Habibullah)	Penyerahan surat penelitian	
3	20 Sept 2017	Menejer perusahaan Batu Padas (Habibullah)	Wawancara tentang ruang lingkup perusahaan	
4	20 Sept 2017	Manajer pemasaran (Habibullah)	Wawancara strategi pengembangan usaha	
5	20 Sept 2017	Karyawan produksi (Ahmad Fawaid)	Wawancara strategi usaha	
6	20 Sept r 2017	Karyawan produksi (Madmud Alii)	Wawancara strategi usaha	
7	28 Sept 2017	Konsumen (Badrun Fawaidi)	Wawancara pengembangan usaha	
8	28 Sept 2017	Konsumen (Nur Kholis)	Wawancara Keunggulan Biaya	
9	28 Oktober 2017	Karyawan produksi (Abdul Hafid)	Wawancara peran batu padas	
10	28 Oktober 2017	Karyawan produksi (Ahamad Amir)	Wawancara peran batu padas	
11	4 November 2017	Pimpinan perushaan batu padas (Nurhatim)	Pengambilan surat balasan penelitian	

Jember, 16 Januari 2017  
Pimpinan Perusahaan Batu Padas



## FOTO DOKUMENTASI



Foto: pemilik usaha batu padas dan salah satu konsumen



Foto: tempat penggalian batu padas dari jarak jauh





Foto: tempat penggalian batu padas dilihat dari jarak dekat



Foto: proses penggalian batu padas memakai manual.



foto: proses penggalian batu padas memakai mesin



foto: hasil galian batu padas setengah jadi menggunakan mesin





foto: hasil batu padas dalam bentuk kursi dan meja satu paket seharga  
Rp.4.000.000



Foto: salah satu produk yang akan kebal, meja dan pot bunga super seharga Rp.  
2.500.000 dan Rp. 3.000.000



Foto: peneliti ikut serta menggali batu padas.



Foto: saat mengikuti penggalian batu di pegunungan dan pengenalan produk oleh pihak manajer





Foto: wawancara bersama dengan pemilik usaha dan karyawan.



Foto: pada saat melakukan wawancara dengan konsumen batu padas.

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Nasrullah

NIM : 083 134 022

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Program : S-1

Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pengusaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso”** merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri, dan tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 16 Januari 2018

Saya yang menyatakan



Nasrullah

NIM: 083134022



Nomor : B.463/In.20/7.a/PP.00.9/ .10... /2017  
Lampiran : -  
Perihal : **Izin Penelitian Skripsi**

Kepada Yth.

Bapak: Nurhatim

Di

TEMPAT

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Nasrullah  
NIM : 083134022  
Semester : IX  
Prodi : Ekonomi Islam  
Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)  
Alamat : Ds. Jumping Kec. Wonosari Kab. Bondowoso...  
No TLP : 082234347106  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Padas Di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Jember, 19 Oktober 2017

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik  
Dan Pengembangan Lembaga



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I  
NIP. 19730830 199903 1 002

## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurhatim

Jabatan : Pemilik usaha batu padas

Alamat : Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Nasrullah

NIM : 083 134 022

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Institut : IAIN Jember

Telah selesai melakukan penelitian pada usaha batu padas untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Pengusaha Batu Padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan kepada yang bersangkutan sebagaimana semestinya.

Jember, 23 November 2017  
Pimpinan Usaha batu padas



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Biodata diri :

Nama : Nasrullah

NIM : 083 134 022

Tempat, tanggal lahir : Bondowoso, 04 Juli 1993

Alamat : Jl. Kyai Togo Abarsari Desa Jumpang Kecamatan  
Wonosari Kabupaten Bondowoso

Jurusan/ Prodi : Ekonomi Islam/ Ekonomi Syariah

### Riwayat pendidikan :

2000-2007 : SDN Tangsil Watan 02

2007-2010 : MTs Negeri 01 Bondowoso

2010-2013 : MAN Bondowoso

2013 s/d sekarang : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

### Pengalaman Organisasi

1. Pengurus OSIS MTs Negeri 01 bondowoso periode 2006-2009
2. Pengurus pondok pesantren Nurul Falah, bidang keamanan periode 2014-2015
3. Pengurus IKMPB (Ikatan Mahasiswa Pergerakan Bonodowoso) IAIN Jember periode 2015-2016