

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KUE LADRANG
RINO DI DESA KRANJINGAN KECAMATAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq 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:
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**
ELA APRINA
NIM : E20192068

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KUE LADRANG
RINO DI DESA KRANJINGAN KECAMATAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq 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 :

**ELA APRINA
NIM. E20192068**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Disetujui Oleh Pembimbing



Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos.,M.Si.
NIP. 197509052005012003

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KUE LADRANG
RINO DI DESA KRANJINGAN KECAMATAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER**

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 : Kamis
Tanggal : 08 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. M.F Hidayatuallah, S.H.I, M.S.I
NIP. 197608122008011015

Ara Pratiwi, M.S.A
NIP. 198809232019032019

Anggota:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, M.M
2. Dr. Nurul Widyawati IR, S.Sos., M.Si

Mengetahui,
Dekan Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 06808072000031001

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Karena sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan,”

(QS Al-Insyirah:6)¹



¹ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 596.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirabbil Alamin segala puji bagi Allah SWT yang tiada henti melimpahkan rahmat, nikmat serta hidayah-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sebagai tanda terima kasih, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Suwarno dan Ibu Ridowati yang telah mendidik dan membesarkanku dengan do'a dan segenap jasa-jasanya yang tak terhingga demi keberhasilan cita-citaku, saya yakin bahwa ridho Allah SWT adalah keridhoanmu.
2. Saudara kandung saya Bachtiar dan Riza Nurfaizah, Saudara Ipar saya Irayani Hofifah dan Kurniawan serta Ponakan-ponakan saya Najwa, Najendra, Arsy,dan Adzkiya yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung dan memotivasi ketika saya mulai putus asa dan selalu mendukung dari awal kuliah hingga saat ini.
3. Seluruh Guru Sekolah mulai dari jenjang TK sampai SMA, Guru Mengaji dan Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan barokah bagi saya.
4. Teman-teman seperjuangan dalam menuntut ilmu di UIN KHAS Jember angkatan 2019 khususnya kelas Ekonomi Syariah 2.
5. Sahabat-sahabatku Nindy Faradila H, Farah Qorinatin N dan Sulva Ulin N yang telah berjuang bersama hingga terselesaikan skripsi ini.
6. Almamater tercinta, UIN KHAS Jember dan semoga ilmu yang kita dapat membawa berkah dan manfaat, Aamiin Ya Rabbal Alaamiin.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta shalawat dan salam yang selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan Karya Ilmiah Tertulis (Skripsi) dengan judul “**Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember**”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu (S-1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Tanpa motivasi, bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak, tentunya penulis skripsi ini tidak bisa berjalan dengan baik. Pada kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H Babun Suharto, S.E.,MM selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN KHAS Jember.
4. Bapak M.F Hidayatuallah, S.H.I., M.S.I, selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember.

5. Ibu Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos.,M.Si.selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam skripsi ini
6. Bapak dan ibu Dosen UIN KHAS Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti.
7. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini asih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar kesempurnaan skripsi dimasa datang. Dan tentunya semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.



Ela Aprina

ABSTRAK

Ela Aprina, Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos.,M.Si. 2023 : Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Strategi pengembangan produk merupakan suatu strategi untuk pengembangan dari produk orisinil, peningkatan produk, dan merk baru. Produk harus diciptakan agar memperhatikan penjualan agar terus meningkat yaitu dengan menambah produk baru atau mengembangkan produk yang sudah lama.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember? 2) Apa saja Kendala Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. 2) Untuk mengetahui Kendala Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, jenis deskriptif. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Kranjingan, Sumbersari, Jember. Penentuan informan menggunakan teknik purposive. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) Strategi pengembangan *home industry* produk Kue Ladrang Rino dipengaruhi oleh faktor penjual merintis usaha dengan mencari pelanggan, penambahan jumlah karyawan, penjual dengan sistem *offline*, dibutuhkan dana atau modal double, memperbaiki produk yang telah ada, menambahkan variasi model pada produk lama. 2) Kendala strategi pengembangan produk pada *home industry* Kue Ladrang Rino ada 2 yaitu masalah internal dan eksternal. Internal meliputi melonjaknya harga bahan baku tepung terigu, kelangkaan pasokan minyak goreng, kegiatan operasional yang tidak terstruktur. Eksternal: toko warung tidak jujur, cuaca saat penjualan produk Kue Ladrang Rino

Kata kunci : strategi pengembangan produk, kendala, *home industry*

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	10
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	28
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47

B. Lokasi Penelitian	48
C. Subyek Penelitian	48
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Analisis Data	52
F. Keabsahan Data	53
G. Tahap-tahap Penelitian	54
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	56
A. Gambaran Objek Penelitian	56
B. Penyajian Data dan Analisis	61
C. Pembahasan Temuan	70
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN LAMPIRAN	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Pedoman Wawancara	
4. Jurnal Kegiatan Penelitian	
5. Surat Keterangan Ijin Penelitian	
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi	
8. Dokumentasi (Foto-Foto)	
9. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

	Hal
Table 1.1 Perkembangan Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Periode 2015-2019	2
Tabel 2.1 Tabulasi Penelitian terdahulu	24



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan produk menurut Kotler dan Amstrong merupakan strategi suatu perusahaan dengan menawarkan produk baru atau memodifikasi ke segmen pasar yang sekarang.² Jadi pengembangan produk itu suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyempurnakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Pengembangan produk itu suatu aktivitas yang mana dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan dan pengiriman produk kepada konsumen. Produk yang dihasilkan bisa berupa produk jadi, setengah jadi, komponen, assembling, subassembling atau bahan baku produk.

Untuk mencapai standar yang kualitas baik merupakan tantangan yang cukup signifikan bagi banyak pengusaha bisnis. Karena dalam pengembangan usaha dan kemasan dalam kualitas yang baik dan cocok menjadi sangat penting maka dari itu perusahaan - perusahaan Indonesia harus meningkatkan kualitas produk mereka dan untuk memenuhi selera pasar internasional baik dari segi kualitas dan kuantitasnya.³

² I Wayan Mendra, "Pengaruh Personal Selling, Pengembangan Produk dan Kewajaran Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk," (2019):78.

³ KementrianPerdagangan RI, "Pengembangan Produk," 19 September 2022, <http://djpen.kemendag.go.id>.

Pada sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) agar pendapatan daerah bruto meningkat perlu adanya permodalan dalam setiap sektornya agar unit usaha UMKM di Indonesia dapat meningkatkan perekonomian negara.

Table 1.1
Perkembangan Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah
(UMKM) Periode 2015-2019

Tahun	Unit
2015	59,26
2016	61,65
2017	62,92
2018	64,19
2019	65,27

Sumber : Kemenkop UKM

Berdasarkan pada tabel 1.1 menjelaskan bahwasanya perkembangan UMKM yang terjadi di Indonesia terus meningkat dari tahun ketahun. Jika dilihat dari tahun 2015 sebanyak 59,26 juta unit hingga tahun 2019 sebanyak 65,27 juta unit UMKM, hal ini menunjukkan bahwa sektor ekonomi khususnya UMKM dapat mensejahterakan dan meningkatkan perekonomian negara. UMKM menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam proses pemulihan ekonomi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang tentunya menjadi kepentingan masyarakat dan juga mampu menopang perekonomian. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga mempunyai peran yang sangat penting dalam mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan

dan membangun karakter bangsa melalui kewirausahaan.⁴ Berdasarkan data Kementerian Koperasi perkembangan UMKM di Indonesia saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi UMKM tercatat mencapai kisaran 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah terhadap PDB nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja dan dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Di setiap periode krisis, UMKM sudah menjadi buffer, yang sifatnya resilien dan bisa pulih dengan baik. Pemerintah Indonesia juga memberikan perhatian yang serius kepada UMKM agar perkembangan UMKM naik kelas yaitu dengan melalui peningkatan akses pembiayaan. Tentunya dalam mewujudkan hal tersebut membutuhkan dukungan dari semua pihak.⁵ Oleh karena itu dengan adanya UMKM yang mampu mendorong perekonomian akan menjadi pilar yang sangat penting bagi pembangunan suatu negara, jika UMKM bangkit tentunya perekonomian akan terungkit karena memang UMKM mempunyai kontribusi yang sangat besar.

Kabupaten Jember merupakan salah satu bagian wilayah provinsi Jawa Timur yang terdiri dari 31 kecamatan terdiri atas 28 kecamatan dengan 226 dan 3 kecamatan dengan 22 kelurahan. Berdasarkan wawancara dengan bapak Gandi yang merupakan salah satu pegawai atau staff Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) sebagai konsultan pendamping bidang pemasaran jumlah UMKM di Kabupaten Jember

⁴ Nuramalia Hasanah, "Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) et.al. (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), 6.

⁵ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, "Pengembangan UMKM Menjadi Necessary Condition untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi," Sumber ekon.go.id, 20 Mei 2022.

sebanyak 400 ribuan tidak sampai 600 ribuan dan untuk data jumlah UMKM di Kabupaten Jember masih belum diketahui karena masih proses pendataan. Dan juga pada masa pandemi jumlah UMKM di Kabupaten Jember meningkat secara drastis.⁶

Di Kabupaten Jember ada kurang lebih 10 *home industry* kue ladrang. Diantaranya Kue Ladrang Rino (Jln Ajisaka Kranjingan Jember), Aneka Cemilan Trisna Jaya (Perumahan Pemali), Aneka Cemilan Manalagi (Jln Wolter Monginsidi Sumber Salak Jember), Annasya Ladrang (Jln Blinjo Sukorambi Jember), Ladrang Thusnack.jbr (Sumbersari Jember), Banina (Jatilawang Umbulsari Jember), Ladrang Balado (Sidodadi Tempurejo Jember), Ladrang Kopwan Srikandi (Nogosari Rambipuji Jember), Cemilan Ramadani (Jember), Kue Ladrang (Karangsono Jember).⁷ Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada toko di Kecamatan Sumbersari yaitu bu linda yang menjual aneka cemilan bahwa disana ada beberapa produk Kue Ladrang diantaranya Kue Ladrang Rino, Trisna Jaya dan Dua Putri. Sedangkan hasil wawancara toko bu erlin yang menjual aneka cemilan dan bahan sembako menjual produk Kue Ladrang Rino dan Trisna Jaya.⁸ Dari beberapa *home industry* tersebut peneliti tertarik untuk meneliti Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember karena memang menarik

⁶ Gandi, Wawancara konsultan pendamping bidang pemasaran PLUT Jember, September 21,2022.

⁷ Gandi, Wawancara konsultan pendamping bidang pemasaran PLUT Jember, Oktober 10,2022

⁸ Bu Linda dan Bu Erlin , Wawancara selaku penjual toko aneka cemilan dan bahan sembako , Oktober 8,2022.

perhatian pada masyarakat umum, tentunya penggemar makanan ringan, bisa dilihat dari segi bagian isinya, kemasannya maupun dari rasanya. Maka dari itu banyak orang yang beramai - ramai untuk membeli dan memesannya untuk berbagai acara, seperti hari raya, khitanan, nikahan dan acara lainnya. Karena produk yang ditawarkan sangat cocok untuk mengisi waktu luang dan harga yang diberikan sangat terjangkau, baik untuk kalangan menengah kebawah maupun sebaliknya, selain proses produksinya yang terbilang cukup mudah, keuntungan yang diperolehpun cukup banyak untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, dan bukan hanya perekonomian saja yang bisa terpenuhi akan tetapi biaya pendidikan untuk anak-anaknya juga bisa terpenuhi.

Kue ladrang yakni nama jenis kue kering yang memiliki tekstur yang renyah. Kue ladrang memiliki rasa yang nikmat, gurih dan bikin ketagihan. Selain itu, kue ladrang sangat cocok dikonsumsi apabila sedang bersantai dengan keluarga. Kue ladrang juga dapat dikatakan sebagai kue bawang karena dalam memproses suatu bahan yang digunakan hampir sama atau benar-benar sama karena disetiap daerah penamaan kue kering ini berbeda - beda namun maksudnya sama.⁹

Persaingan yang terjadi pada pengusaha makanan kering lainnya “Kue Ladrang Rino” memunculkan strategi produk atau langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk mengembangkan produknya. Agar mampu bersaing dengan produk - produk lain yang ditawarkan oleh

⁹ Khoirul Ifa, ” Pendampingan Inovasi Produk dan Pemasaran pada Kelompok Usaha Kue Ladrang di Desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember”, Empowerment society, no.1 (Februari, 2018): 19.

pesaing usaha. Sehingga keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari strategi yang dilakukan guna untuk mempertahankan produk mereka supaya menjadi perhatian pelanggan atau konsumen, tidak hanya jangka pendek tetapi juga bertahan pada jangka lama.¹⁰ Oleh karena, peneliti tertarik untuk meneliti pengusaha Kue Ladrang Rino yang berada di Desa Kranjingan yang sudah cukup lama dalam menjalankan usaha Kue Ladrang Rino tersebut, yakni sekitar 35 tahunan selain itu dibandingkan dengan yang lain Kue Ladrang Rino memiliki bentuk yang lebih besar dari pada produk kue ladrang yang lain, cara penggorengan Kue Ladrang Rino ditumpu kayu sehingga Kue Ladrang Rino tidak berminyak, tidak mudah bau, awet sekitar kurang 5 bulan, tentunya dilihat dari rasa dan isi kemasannya harga Kue Ladrang Rino masih lebih murah dibandingkan dengan kue ladrang lainnya dan pemasarannya yang sudah cukup luas jangkauannya bahkan toko-toko yang tersebar di daerah jember seperti kecong, silo, bangsal, puger dan lain sebagainya.¹¹

Melihat peran dari strategi pengembangan dalam meningkatkan penjualan pada produk Kue Ladrang Rino merupakan salah satu sektor yang harus dikembangkan dan dipertahankan agar hasil pendapatan dari penjualan produk Kue Ladrang Rino terus meningkat dan dapat mengatasi kendala-kendala yang ada pada usaha produk Kue Ladrang Rino. Dalam menawarkan atau memasarkan produk-produk yang sudah di produksi berbagai macam cara pengusaha lakukan, dilihat dari segi isi, merek

¹⁰ Temmy Wijaya, "Strategi Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi", Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan, no.2(2018):89.

¹¹ Bapak rino, diwawancarai Penulis, Jember, 15 september 2022.

maupun kemasan yang mereka buat semenarik mungkin agar mampu menarik konsumen untuk membelinya. Segmentasi pasar yang cukup luas jangkauannya sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas, baik dari kalangan ekonomi bawah, menengah maupun atas. Dan juga dalam hal pemesanan mereka tidak pilih - pilih, artinya baik pesenan sedikit atau banyak dan dekat ataupun jauh pesenannya mereka tetap menerima, sehingga pelanggan merasa puas dengan produk yang ia beli. Oleh karena itu strategi pengembangan pada produk Kue Ladrang Rino harus diperhatikan agar dapat meningkatkan pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera.¹²

Strategi pengembangan produk akan digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan produknya untuk meningkatkan hasil produknya dan meningkatkan penjualannya. Dengan demikian produk Kue Ladrang Rino harus berusaha membuat produk yang unggul dan menarik, adapun produk unggulan perusahaan berupa produk yang lebih berkualitas, harga yang lebih murah, pembuatan produk yang lebih cepat, dan pelayanan yang baik dan memuaskan, tentunya cita rasa yang diproduksi pada produk Kue Ladrang Rino harus enak agar konsumen lebih puas terhadap produk yang diberikan dan pelayanan yang diterima.¹³

Penemuan pengembangan dan ide - ide baru sangat penting bagi perusahaan karena dapat mendorong kelangsungan hidup dalam jangka

¹² Temmy Wijaya, "Strategi Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi", Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan, no.2(2018):89.

¹³ Erdi Suroso, Strategi Pengembangan Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning di Kota Bandar Lampung, Jurnal Agroindustri Berkelanjutan, no.1 (2022):14.

panjang perusahaan.¹⁴ Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah ini lebih mendalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

B. Fokus Penelitian

Perumusan suatu masalah pada penelitian kualitatif disebut sebagai fokus penelitian. Merumuskan permasalahannya harus dengan singkat, jelas, tegas, spesifik, dan dituankan dalam bentuk kalimat tanya. Masalah adalah suatu bagian dari kebutuhan seseorang untuk dipecahkan dan orang yang akan mengadakan penelitian karena ingin mendapatkan jawaban dari masalah yang dihadapi. Rumusan masalah yang benar akan membantu peneliti dalam mencari data-data yang diperlukan.¹⁵

Berdasarkan latar belakang di atas mengklasifikasikan permasalahan yaitu dapat dipertimbangkan :

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino Di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember ?
2. Apa saja Kendala Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino Di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember ?

¹⁴ Enny Noegraheni Hendarwati, "Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember", *Jurnal Kewirausahaan*, no.1(2021):43.

¹⁵ Tim Penyusunan, *Metode Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS JEMBER, 2019), 90.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah suatu gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan dari penelitian berkaitan dengan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁶ Tujuan dari peneliti yang peneliti lakukan dengan melihat fokus penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino Di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui Kendala Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino Di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember

D. Manfaat Penelitian

Pada dasarnya suatu penelitian itu lebih berguna jika dapat memeberikan kontribusi yang baik bagi semua pihak, baik bagi peneliti maupun lingkungan sekitarnya. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoretis maupun kegunaan praktis.¹⁷

1. Manfaat Teoritis

Menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan kajian strategi pengembangan produk Kue Ladrang serta menjadi bahan teori yang memiliki manfaat dalam kepentingan karya ilmiah dengan mengembangkan kajian studi ilmu berbentuk tugas akhir atau skripsi.

¹⁶ Tim Penyusunan, *Metode Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS JEMBER, 2019), 90.

¹⁷ Tim Penyusun, *Metode Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS JEMBER, 2019), 90.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq (UIN KHAS) Jember, Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengalaman tentang bagaimana proses tentang suatu produk dan strategi apa saja yang dapat dilakukan oleh pengusaha dalam mengembangkan suatu produknya.

b. Bagi perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember

- 1) Dapat dijadikan referensi bagi UIN KHAS Jember yang akan terjun ke lapangan.
- 2) Dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan pengetahuan tentang pengembangan suatu produk.

c. Bagi Pengusaha Kue Ladrang Rino

Penelitian ini semoga dapat memberikan informasi serta pengetahuan tentang bagaimana mengembangkan suatu produk.

E. Definisi Istilah

Tujuan pendefinisian istilah ialah supaya yang dimaksud peneliti istilah tersebut tidak disalah pahami.¹⁸

¹⁸ Tim Penyusun, Karya Ilmiah, 73.

1. Strategi

Menurut Stephanie K Marrus, seperti yang dikutip Sukristono (1995), Strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka' panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹⁹ Jadi strategi ini suatu rencana untuk mencapai tujuan, beberapa perusahaan pasti mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut berbeda. Maka dari itu strategi dibuat berdasarkan suatu tujuan.

2. Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi suatu masalah yang kemungkinan terjadinya perubahan suatu produk kearah yang lebih baik lagi agar memberikan daya tarik yang lebih besar. Pengembangan produk itu seperti perubahan atau modifikasi produk yang sudah ada.²⁰

Jadi yang dimaksud dengan strategi dan pengembangan produk dalam penelitian ini adalah suatu upaya atau rencana yang digunakan oleh pengusaha kue ladrang rino untuk mencapai sebuah tujuan, yaitu dalam melakukan perubahan pada produk kue ladrang rino kea rah yang lebih baik lagi di Desa Kranjingan Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember.

¹⁹ H. Abd. Rahman Rahim, "Manajemen Strategi"(Makasar:UMM,2017),4.

²⁰ Prof.Dr.Ir.Hari Eko Irianto,"*Pengembangan Produk Pangan Teori dan Implementasi*"(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada:2021),9.

3. Produk

Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hasil produksi ini nyata yang dapat dilihat, diraba, dirasakan dan menarik. Produk yang dibuat juga harus bermanfaat bagi konsumen.²¹

Dalam penelitian ini yang dimaksud produk adalah Kue Ladrang Rino yang di produksi oleh seorang produsen yang berada di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa maksud dari judul penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino yang dilakukan oleh seorang pengusaha *home industry* yang lebih tepatnya yang memproduksi Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. penulisan skripsi²² Dari keseluruhan skripsi ini terdiri atas beberapa bab, dan setiap bab terbagi menjadi beberapa sub bab, hal ini merupakan satu kesatuan yang bulat dan utuh. Oleh karena itu dalam memudahkan pemahama isi,

²¹ Dr. M. Anang Firmansyah, "Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)" (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 2.

²² Tim Penyusun, *Metode Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS JEMBER, 2019), 91.

peneliti menguraikan setiap babnya untuk memudahkan pemahaman si pembaca. Sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, bab ini memberikan gambaran secara singkat tentang keseluruhan pembahasan sekaligus memberikan rambu-rambu untuk masuk pada bab-bab berikutnya. Bab ini dimulai dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II : Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang memberikan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu atau sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan pada saat itu dengan memasukan kajian-kajian teori.

BAB III : Metode penelitian, dalam bab ini metode penelitian berisi tentang metode apa yang akan digunakan dalam penelitian.

Metode penelitian meliputi pendekatan terhadap jenis penelitian, lokasi pada penelitian, sumber data yang akan peneliti cari, metode pengumpulan data yang berupa analisis, keabsahan data dan terakhir tahapan penyidikan pada penelitian yang akan dilakukan.

BAB IV : Penyajian dan analisis data, bab ini membahas mengenai gambaran tentang pendekatan penelitian, menyajikan data dan analisis, dan menemukan pembahasan. Bagian ini adalah pemaparan data yang diperoleh di lapangan dan juga menarik

kesimpulan dalam rangka menjawab masalah yang telah dirumuskan.

BAB V : Penutup atau kesimpulan dan saran. Kesimpulan ini berisi tentang berbagai temuan hasil analisa dari bab-bab sebelumnya, sedangkan saran merupakan tindak lanjut dan bersifat konstruktif.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan sebuah inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya dan juga penelitian terdahulu membantu peneliti untuk menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian yang mempunyai relasi atau keterkaitan dengan kajian ini antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Puji Cahyo Astik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro dalam penelitiannya yang berjudul “Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Pabrik Roti Sari Asri Hadimulyo TimurMetro Pusat)”. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) sedangkan sifat dari penelitian ini adalah deskriptif dengan teknik analisis kualitatif dan metode berfikir secara induktif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut Pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan sudah dilakukan dengan sebaik mungkin oleh pemilik pabrik roti sari asri tetapi belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan volume dan strategi yang diterapkan adalah strategi produk karena perusahaan cenderung mengutamakan sisi produk.

Persamaan dengan penelitian terdahulu sama memiliki metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif, pembahasan tentang analisis pengembangan produk, serta teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi.

Perbedaan terletak pada penelitian terdahulu lokasi dan objek penelitian, menganalisis pengembangan produk melalui diversifikasi dalam meningkatkan volume penjualan. Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino yang menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha tersebut untuk peningkatan penjualan.²³

2. Penelitian yang dilakukan Miftahur Rahman Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Raden Intan Lampung dalam penelitiannya yang berjudul “Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut dalam Meningkatkan Penjualan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kelompok Wanita Tani Melati desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan pengembangan produk kopi bubuk cap semut pada kelompok wanita tani melati sudah berkembang dengan baik dari peningkatan hasil penjualan dari periode sebelumnya. Dan menciptakan produk yang halal bermutu dan berkualitas.

²³ Puji Cahyo Astik,” Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Pabrik Roti Sari Asri Hadimulyo TimurMetro Pusat)”(Skripsi.IAIN Metro 2017),38.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif serta pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaan terletak pada lokasi atau objek penelitian, menganalisis pengembangan usaha pada Produk Kopi Bubuk Cap Semut ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino yang menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha tersebut untuk peningkatan penjualan.²⁴

3. Penelitian yang dilakukan Risda Pratiwi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)”. Penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan strategi pengembangan usaha yang digunakan adalah dengan memproduksi rengginang pulut yang berkualitas, menjual produk dengan harga yang murah, meningkatkan promosi penjualan dan memilih lokasi yang pas.

Persamaan dengan penelitian terdahulu sama memiliki metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif, pembahasan tentang analisis

²⁴ Miftahur Rahman, ”Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut dalam Meningkatkan Penjualan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kelompok Wanita Tani Melati desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat” (Skripsi. IAIN Raden Intan Lampung 2017), 108.

pengembangan produk, serta teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi.

Perbedaan terletak pada penelitian terdahulu yaitu lokasi dan objek penelitian, menganalisis pengembangan produk usaha dengan analisis SWOT. Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino yang menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha tersebut untuk peningkatan penjualan.²⁵

4. Penelitian yang dilakukan Ahmad Fatma Nurbasya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan Strategi pengembangan sudah diterapkan dengan baik tetapi masih perlu meningkatkan strategi pemasarannya agar memperluas penjualan dan menambah banyak konsumen serta pengoptimalan pengembangan produk dan inovasi baru.

Persamaan dengan penelitian terdahulu sama memiliki metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif, pembahasan tentang analisis pengembangan produk, serta teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi.

²⁵ Risda Pratiwi, “Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)” (Skripsi. UIN Sumatera Utara Medan 2018), 78.

Perbedaan terletak pada penelitian terdahulu lokasi dan objek penelitian, menganalisis pengembangan produk usaha peternakan ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino yang menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha tersebut untuk peningkatan penjualan.²⁶

5. Penelitian yang dilakukan Fandi Purwo Saputro Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Home Industri Tempe di Desa Pliken Kecamatan Kembaran Kabupaten Banyumas”. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan dilaksanakan dengan teknik survey. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa home industri tempe mempunyai kekuatan dan kelemahan. Kekuatan yang dimiliki yaitu kualitas tempe yang terkenal unggul dan kelemahannya yaitu produk tempe belum mempunyai merek dan langsung dijual tanpa pengelolaan lebih lanjut. Sehingga strategi yang dihasilkan yaitu meningkatkan produk dan mempertahankan kualitas produk, memaksimalkan kinerja lembaga yang sudah ada.

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama membahas mengenai pengembangan dan pengumpulan data melalui interview dan dokumen.

²⁶ Ahmad Fatan Nurbasya, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi. UIN Walisongo Semarang 2018), 68.

Perbedaan terletak pada, penelitian terdahulu menganalisis strategi pengembangan bisnis *home industry* tempe. Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino.²⁷

6. Penelitian yang dilakukan Ade Syafirah Lukmana Lubis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang, Bedagai”. Metode yang digunakan yaitu metode kuisisioner dan metode interview. Data dan informasi penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan Strategi pengembangan yang dilakukan memiliki kekuatan dan kelemahan. Kekuatan yang dimiliki produk yang berkualitas sedangkan kelemahannya pengemasan tidak menarik. Usaha arang melakukan pengembangan produk yaitu memperhatikan kualitas produk, memasarkan lebih luas, merubah bentuk kemasan semenarik mungkin agar mempertahankan atau meningkatkan permintaan produk arang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi.

Perbedaan terletak pada penelitian terdahulu menganalisis strategi pengembangan usaha arang dengan metode studi kasus analisis SWOT.

²⁷ Fandi Purwo Saputro, “Strategi Pengembangan Bisnis Home Industri Tempe di Desa Pliken Kecamatan Kembaran Kabupaten Banyumas” (Skripsi. Universitas Muhammadiyah Purwokerto 2018), 61.

Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino.²⁸

7. Penelitian yang dilakukan Dian Widiastri Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas”. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research). Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan strategi pengembangan usaha di Home Industri Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas sudah menjalankan strategi pengembangan usaha yang baik. Karena sudah dibuktikan hasil omset penjualan dan modal setiap tahunnya mengalami kenaikan dengan melakukan strategi pengembangan usaha diantaranya peningkatan akses kepada aset produktif, peningkatan akses pada pasar, kewirausahaan, kelembagaan ekonomi, dan kemitraan usaha.

Persamaan peneliti sebelumnya sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif, mendiskusikan mengenai strategi pengembangan usaha *home industry*, serta teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaan pada penelitian terdahulu menganalisis strategi pada pengembangan *home industry* pada rumah lidi yang menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha tersebut. Sedangkan peneliti meneliti tentang

²⁸ Ade Syafirah Lukmana Lubis,” Analisis Strategi Pengembangan Usaha Arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang, Bedagai”(Skripsi.UMSU 2019),72.

strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino yang menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha untuk peningkatan penjualan.²⁹

8. Penelitian yang dilakukan Reni Maryani Fakultas Pertanian Universitas Cokroaminoto Palopo dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Dange (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Munawwarah Desa Munte Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara)”. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan strategi pengembangan yang dilakukan pada usaha dange memperoleh hasil yaitu meningkatkan kegiatan promosi usaha dange dengan mendesain kemasan yang menarik, melakukan inovasi baru dalam produk seperti diversifikasi produk dange, menghadiri dan mengikuti pameran-pameran hasil tanaman pangan yang dapat memperkenalkan produk ke masyarakat secara luas.

Persamaan peneliti sebelumnya sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif serta membahas mengenai pengembangan.

Perbedaan pada penelitian terdahulu terletak pada lokasi atau objek penelitian serta teknik pengumpulan datanya menggunakan bentuk daftar pertanyaan (*kuesioner*). Penelitian terdahulu menganalisis strategi pengembangan usaha untuk peningkatan mutu, kapasitas dan variasi produksi. Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan

²⁹ Dian Widiastri, “Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas”(Skripsi.IAIN Purwokerto 2020),55.

produk Kue Ladrang Rino yang menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha untuk peningkatan penjualan.³⁰

9. Penelitian yang dilakukan Yosi Nara Sinta Dewi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis IAIN Bengkulu dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sibat Buah Pedada Desa Penago Baru Kecamatan Ilir Talo Kabupaten Seluma”. Jenis penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan mempertahankan kualitas dan mutu bahan baku agar dapat menarik konsumen lebih banyak lagi, pererat silaturahmi yang baik dengan konsumen, tingkatkan packaging yang baik agar lebih menarik, perluas lagi pemasaran agar semakin banyak konsumen.

Persamaan peneliti ini dengan peneliti sebelumnya sama menggunakan metode kualitatif jenis deskriptif dan teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaan terletak pada lokasi atau objek penelitian, menganalisis strategi usaha pada usaha Sibat Buah Pedada dengan analisis SWOT. Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino yang menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha tersebut untuk peningkatan penjualan.³¹

10. Penelitian yang dilakukan Titik Cuciana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis

³⁰ Reni Maryani, ” “Strategi Pengembangan Usaha Dange (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Munawwarah Desa Munte Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara)”(Skripsi. Universitas Cokroaminoto Palopo 2020),47.

³¹ Yosi Nara Sinta Dewi , “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sibat Buah Pedada Desa Penago Baru Kecamatan Ilir Talo Kabupaten Seluma”(Skripsi. IAIN Bengkulu 2021),59.

Peranan Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pacitan”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan Pengembangan produk di UD Widagdo Rahayu Pacitan menambah jenis produk baru yang lebih variatif dan menarik agar mencegah kebosanan konsumen. Pengembangan produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan produk.

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu membahas mengenai pengembangan, menggunakan metode kualitatif dan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaannya terletak pada lokasi atau objek penelitian, penelitian terdahulu membahas tentang peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan. Sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino.³²

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian terdahulu

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Puji Cahyo Astik (2017)	Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Pabrik Roti Sari Asri	Terletak pada lokasi dan objek penelitian dan fokus penelitian Pengembangan produk melalui diversifikasi dalam meningkatkan	Membahas mengenai pengembangan. Metode penelitiannya menggunakan kualitatif deskriptif dan pengumpulan data melalui

³² Titik Cuciana “Analisis Peranan Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pacitan”(Skripsi. IAIN Ponorogo),61.

		Hadimulyo TimurMetro Pusat)	volume penjualan.	wawancara dan dokumentasi.
2.	Miftahur Rahman (2017)	Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut dalam Meningkatkan Penjualan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kelompok Wanita Tani Melati desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat	Terletak pada lokasi atau objek penelitian. Fokus penelitian: pengembangan produk dala meningkatkan penjualan. Dan tinjauan dari segi ekonomi islam sedangkan peneliti fokus pada pengembangan produk saja.	Membahas mengenai pengembangan menggunakan metode kualitatif jenis deskriptif dan Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.
3.	Risda Pratiwi (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT(Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)	Terletak pada lokasi atau objek penelitian.	Membahas mengenai pengembangan, Metode penelitian kualitatif deskriptif dan Pengumpulan data melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi.
4.	Ahmad Fatan Nurbasya (2018)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam	Terletak pada lokasi atau objek penelitian. Dan Tinjauan dari segi ekonomi islam sedangkan peneliti fokus pada pengembangan saja.	Membahas mengenai pengembangan, Metode penelitian kualitatif deskriptif dan Pengumpulan data melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi.
5.	Fandi Purwo Saputro, (2018)	Strategi Pengembangan Bisnis Home Industri Tempe di Desa Pliken Kecamatan Kembaran Kabupaten Banyumas	Terletak pada lokasi atau objek penelitian dan Metode analisis data yaitu analisis SWOT.	Membahas mengenai pengembangan, pengumpulan data melalui interview dan dokumentasi

6.	Ade Syafirah Lukmana Lubis, (2019)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang Bedagai	Terletak apada metode penelitian yaitu studi kasus dan lokasi atau objek penelitian	Membahas mengenai pengembangan dan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi.
7.	Dian Widiarsi (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas	Lokasi dan Objek Penelitian	Membahas mengenai pengembangan home industry, menggunakan metode kualitatif jenis deskriptif dan Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi
8.	Reni Maryani (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Dange (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Munawwarah Desa Munte Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara)	Terletak pada lokasi atau obbjek penelitian dan Pengumpulan data melalui kuesioner (bentuk daftar pertanyaan).	Membahas mengenai strategi pengembangan pada perusahaan dan Metode penelitian kualitatif deskriptif.
9.	Yosi Nara Sinta Dewi (2021)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sibat Buah Pedada Desa Penago Baru Kecamatan Ilir Talo Kabupaten Seluma	Terletak pada lokasi atau objek penelitian.	Membahas mengenai pengembangan menggunakan metode kualitatif jenis deskriptif dan Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.
10.	Titik Cuciana (2021)	Analisis Peranan Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pacitan	Terletak pada lokasi atau objek, penelitian pada peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan	Membahas mengenai pengembangan menggunakan metode kualitatif dan Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

			sedangkan peneliti fokus pada pengembangan produk saja.	
--	--	--	---	--

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu, 2022.

Terdapat persamaan dan perbedaan hasil dari berbagai jenis penelitian yang dikemukakan diatas yang telah diidentifikasi oleh penulis dengan hasil penelitiannya. Persamaannya: keduanya menggunakan metode penelitian dengan jenis deskriptif yang sering membahas mengenai strategi pengembangan home industry. Perbedaan terletak pada lokasi atau objek penelitian, fokus penelitian berdasarkan permasalahan yang diteliti, oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan cara berikut: strategi pengembangan apa yang tepat dari Produk Kue Ladrang Rino dalam memaksimalkan keuntungan dan tetap menarik pelanggan di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

B. Kajian Teori

Kajian teori pembahasannya akan digunakan sebagai sudut pandang untuk melakukan penyelidikan. Berikut pembahsan teori dalam penelitian ini:³³

1. Strategi

Strategi adalah suatu rencana atau tindakan yang mendasar untuk mencapai suatu tujuan dalam perusahaan.³⁴ Di dalam perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang digunakan

³³ Tim Penyusun, *Metode Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*(Jember: UIN KHAS JEMBER ,2019),91.

³⁴ Prof. Dr. H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung:ALFABETA,CV,2016),199.

setiap perusahaan pastinya berbeda dalam mencapai tujuan. Sehingga strategi dalam perusahaan itu mempunyai kesamaan yaitu mencapai suatu tujuan untuk kedepannya.

Menurut Kenneth R. Andrews “Strategi adalah suatu keputusan dalam menentukan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijakan-kebijakan untuk mencapai tujuan dalam perusahaan.

Ada beberapa pendapat dari para ahli mengenai strategi, diantaranya:

- 1) William M. Pride : Strategi kata yang berasal dari bahasa Yunani “*strategia*” yang artinya seni umum yang berkaitan dengan keputusan untuk mencapai suatu tujuan.
- 2) Chandler : Strategi adalah suatu penentuan untuk mencapai tujuan perusahaan yang kaitannya dengan tujuan jangka panjang, adopsi tindakan serta alokasi sumber daya.
- 3) Smart : Strategi adalah suatu rencana yang terdiri dari keputusan dan tujuan guna mencapai tujuan organisasi yang layak.
- 4) Strategi bisnis adalah keputusan dan tindakan yang terarah untuk mencapai tujuan dalam perusahaan atau organisasi.³⁵

Sehingga dari beberapa definisi di atas menunjukkan bahwa strategi adalah suatu tindakan atau rencana dalam perusahaan untuk mencapai tujuan. Perusahaan melakukan tindakan agar menjadikan keuntungan yang baik bagi perusahaan maupun pihak lain dan strategi yang digunakan

³⁵ Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 199.

dalam perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis dari pesaingnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pada prinsipnya strategi dikelompokkan menjadi beberapa tipe, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis.

1) Strategi Manajemen

Strategi Manajemen adalah strategi yang dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, seperti strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan strategi mengenai keuangan.

2) Strategi Investasi

Strategi Investasi adalah suatu kegiatan yang orientasinya pada investasi seperti apakah perusahaan tersebut sudah melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi investasi.

3) Strategi Bisnis

Strategi Bisnis adalah strategi yang fungsionalnya berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.³⁶

³⁶ Devi Herfita, " Analisis Strategi Bisnis pada PT Gancia Citra Rasa," *Jurnal Eksekutif*, Vol 14, No.2,(Desember,2017):374.

Strategi adalah sarana yang dilakukan individu atau organisasi guna mencapai suatu tujuan, diperlukannya strategi dalam perusahaan untuk menunjang keberhasilan untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan yang merupakan bagian dari pondasi dasar dalam bisnis. Macam - macam strategi diantaranya:

- 1) Strategi Perusahaan adalah ruang lingkup dari perusahaan dalam hal industri dan pasar dimana perusahaan tersebut dapat menyelesaikannya. Keputusan strategi perusahaan termasuk dalam investasi yang diversifikasi, integrasi vertical, aquisitions dan usaha-usaha baru.
- 2) Strategi Bisnis adalah startegi yang kaitannya dengan bagaimana perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dalam industri tertentu atau pasar.³⁷

2.Strategi Pengembangan Produk

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller “Pengembangan Produk adalah suatu strategi dimana dalam mencapai pertumbuhan perusahaan yaitu dengan menawarkan produk baru atau memodifikasi produk yang ada ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik agar mampu menyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.”³⁸

³⁷ Devi Herfita, “ Analisis Strategi Bisnis pada PT Gancia Citra Rasa,” *Jurnal Eksekutif*, Vol 14, No.2,(Desember,2017):375.

³⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II., Ed.12.,Terj.Benjamin Molan (Jakarta:Prehallindo,2007):320.

Strategi pengembangan produk menjadi salah satu strategi usaha dalam perusahaan untuk mencapai keberhasilan tentunya dalam meningkatkan volume penjualan maupun laba di perusahaan. Strategi pengembangan produk yang di cetuskan oleh Swastha meliputi:

- a. Memperbaiki produk yang telah ada, seperti penggunaan teknologi serta fasilitas dalam membuat variasi yang lebih maju,
- b. Memperluas pemasaran produk dengan menawarkan produk yang lebih menarik,
- c. Menambahkan variasi model pada produk lama,
- d. Menirukan strategi pesaing
- e. Menambahkan produk-produk baru, namun strategi ini membutuhkan waktu dan biaya yang cukup lama.³⁹

Strategi pengembangan merupakan tindakan untuk menuntut sebuah keputusan manajemen puncak untuk merealisasikan dalam pengembangan usaha. Tentunya juga, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, strategi pengembangan ini sifat orientasinya untuk masa depan. Dimana strategi pengembangan ini mempunyai fungsi perumusan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang harus dihadapi oleh perusahaan.⁴⁰

³⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta:Liberty,2003),29-30.

⁴⁰ Azmi Azizi Muhammad, "Strategi Pengembangan Bisnis Toko Buku Sinar Fajri Berbasis Inovasi Kanvas", <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download>, diakses pada tanggal 2 maret 2023.

Strategi merupakan rencana dalam suatu perusahaan dalam mencapai pencapaian suatu sasaran yang dituju. Dalam pengembangan usaha perlu adanya strategi yang efektif dan efisien, adapun strategi pengembangan usaha dapat dilihat sebagai berikut:⁴¹

- 1) Pengaruh karakteristik wirausaha dalam hal seperti keinginan mengambil resiko (siapa mengambil resiko), percaya diri dengan berani mengambil langkah dan berkeinginan kuat dalam melakukan usaha karena dalam berbisnis pasti ada resiko yang harus dihadapi.
- 2) Modal merupakan faktor terpenting dalam melakukan kegiatan atau berbisnis. Karena besar kecilnya modal akan berpengaruh terhadap pencapaian pendapatan dalam perkembangan usaha tersebut. Modal bisa didapatkan dari 2 sumber yaitu bisa dari modal usaha sendiri dan modal yang diperoleh dari luar seperti lembaga perkreditan.
- 3) Dalam strategi pemasaran terdapat empat unsur dalam interaksi pemasaran seperti produk atau jasa, harga, distribusi atau penjualan dan promosi.

3. Pengembangan Produk

a. Produk

Produk tidak dapat terlepas dari kebutuhan atau need, karena produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Oleh karena itu segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan

⁴¹ Ending Purwanti, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga", Among Makarti 5, no.9(Maret,2023):14.

manusia disebut dengan produk.⁴² Produk bisa dikatakan dengan suatu atribut yang berwujud dan tidak berwujud, seperti kemasan, warna, harga, prestise produsen dan pengecer yangditerima oleh pembeli sebagai penawaran keinginan dan kepuasan.

Menurut Kotler “ Produk adalah segala sesuatu yang yang dapat ditawarkan ke pasar guna untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri dari beberapa komponen seperti barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide. Sehingga produk ini bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja seperti makanan, pakaian dan sebagainya, akan tetapi sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua digunakan untuk pemuasan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk hanya sekedar untuk kebutuhan saja tetapi juga bertujuan pada keinginan. Misalnya membeli bentuk sepatu, gaya, warna, merek, dan harga yang menimbulkan atau mengangkat prestise.⁴³

Untuk menciptakan produk yang lebih baik maka harus ada strategi produk, agar produk yang ditawarkan atau dijual sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Strategi produk yang dijalankan dengan baik pada perusahaan agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Strategi produk adalah suatu

⁴² Khamdan Rifa’I,SE.,M.SI,*Pemasaran Suatu Pengantar*,(Jember:STAIN Jember Press,2022),58.

⁴³ Prof. Dr. H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung:ALFABETA,CV,2016),139.

strategi yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan produk yang akan ditawarkan.

b. Tingkatan Produk

Sekarang ini perusahaan tidak lagi bersaing dengan produk yang dihasilkan saja akan tetapi perusahaan bersaing dalam aspek tambahan pada produknya seperti pembungkus, servis, iklan, pemberian kredit, pengiriman dan faktor-faktor lainnya yang mampu menguntungkan konsumen. Oleh karena itu ada beberapa tingkatan pada produk:

- 1) *Core benefit* (Manfaat inti) yaitu suatu keuntungan yang mendasar yang dibeli oleh konsumen. Aspek mendasar harus dipenuhi secara baik oleh perusahaan agar dapat memuaskan konsumen.
- 2) *Basic product* (Produk dasar) yaitu sekarang core benefit diganti dengan basic product oleh karena itu produk yang akan disediakan harus menunjang manfaat bagi konsumen.
- 3) *Expected product* (Produk yang diharapkan) yaitu bagi konsumen mempunyai suatu harapan yang terbaik bagi barang dan jasa yang dibelinya.
- 4) *Augmented product* (Produk tambahan) yaitu ada sesuatu nilai tambah pada produk agar dapat menarik perhatian pada konsumen sehingga mampu membedakan penawaran perusahaan dan penawaran perusahaan bersaing.

5) *Potential product* (Potensi produk) yaitu mencari nilai tambah pada produk lain untuk masa yang akan datang. Produsen harus mampu mencari nilai tambahan yang dapat memuaskan pelanggannya.⁴⁴

Menurut pendapat Crocc, pengembangan produk adalah serangkaian aktivitas yang dimulai dengan analisa persepsi dan peluang. Pengembangan produk merupakan suatu aktivitas yang disiplin dilakukan oleh perusahaan serta berkontribusi di setiap fungsi. Sementara menurut Kotler, setiap perusahaan harus mengembangkan produk barunya. Agar membentuk masa depan yang baik bagi perusahaan perlunya adanya pengembangan produk baru. Produk harus diciptakan agar mempertahankan penjualan agar terus meningkat. Maka dari itu perusahaan dapat menambah produk baru atau mengembangkan produk yang sudah lama dengan begitu maka minat konsumen lebih meningkat.⁴⁵

Pengembangan produk merupakan salah satu kunci dari siklus hidup produk (*product life cycle*) dalam perusahaan. Karena (*product life cycle*) memungkinkan suatu perusahaan untuk berinovasi guna memperkenalkan rancangan atau pengembangan produknya, sehingga produk yang ada dapat lebih mengembangkan perusahaannya.⁴⁶

Sedangkan menurut Subagyo, pengembangan produk adalah

⁴⁴ Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*,140-141.

⁴⁵ Fitriah Febriyani, "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk terhadap Minat Beli," *Jurnal Ilmu manajemen*, Vol.4, No.2 (Oktober, 2017): 245.

⁴⁶ Fitri Agustina, dkk, "Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak berdasarkan Analisis Product Life Cycle (PLC) dan SWOT pada Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan, *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Vol.1, No.2 (Mei, 2012): 105.

menciptakan produk – produk dengan karakteristik yang baru untuk menawarkan manfaat atau menambah manfaat pada produk untuk para konsumen.⁴⁷

Dari beberapa definisi diatas dapat dijelaskan bahwa pengembangan produk adalah strategi yang dilakukan untuk pertumbuhan setiap perusahaan dengan menawarkan produk baru atau produk yang sudah ada dengan dimodifikasi kepada konsumen agar lebih memuaskan. Dan dengan adanya pelaksanaan pengembangan produk itu dapat meningkatkan konsumen maka harapan-harapan konsumen bisa terpuaskan.

c. Jenis Strategi Pengembangan Produk

Setiap perusahaan harus mempunyai strategi yang bagus dalam melakukan pengembangan produk agar produk yang akan dikembangkan dapat menarik konsumen atau pelanggan. Menurut Kotler dan Keller ada beberapa jenis strategi pengembangan produk yaitu:

- 1) Memperbaiki yang sudah ada, dalam hal ini perusahaan mampu menggunakan teknologi dan fasilitas sebagai variasi dan memperbaiki produk yang sudah ada. Oleh karena itu cara yang dilakukan oleh perusahaan tidak memiliki resiko besar karena hanya melakukan sebuah perubahan yang menyeluruh.

⁴⁷Ahmad Subagyo, Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi,(Jakarta: Elex Media Komputindo,2007):43.

- 2) Memperluas lini produk, pada jenis pengembangan ini dapat dilakukan perusahaan dengan cara menambah item pada lini produk yang sudah ada atau menambah lini produk baru.
- 3) Menambah produk yang sudah ada, perusahaan dapat menambah atau memberikan variasi pada produk yang sudah ada dan dapat memperluas segmen pasar dengan melayani konsumen atau pelanggan yang setiap konsumen mempunyai selera masing-masing yang berbeda pada pemilihan suatu produk.
- 4) Meniru strategi pesaing, pada cara ini perusahaan bisa meniru kebijakan pesaing lainnya yang dianggap menguntungkan contohnya seperti penepata harga.
- 5) Menambah lini produk, dalam hal ini biasanya perusahaan memerlukan dana yang besar terhadap penambahan dana produk yang tidak ada kaitannya dengan lini produk yang sudah ada. Karena produk yang belum pernah di produksi sebelumnya memerlukan proses yang lama untuk mempromosikannya.⁴⁸

d. Perencanaan Pengembangan Produk

Menurut Cannon dan Wichert “Perencanaan produk adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan dan mengembangkan produknya, memperbaiki produk yang sudah ada atau memodifikasi, memperbanyak kegunaan dari produk yang sudah ada serta mengurangi biaya produksi maupun biaya pembungkus.

⁴⁸ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 356-357.

⁴⁹Pengembangan produk juga bisa dijalankan oleh perusahaan dengan sistem mengembangkan produknya sesuai dengan model-model yang sudah direncanakan. Menurut Philip Kotler ada beberapa cara perusahaan lakukan untuk pengembangan produk :

1) Penciptaan Ide

Pengembangan ide baru yang diawali dengan penciptaan ide merupakan suatu pencarian untuk ide produk yang baru. Misalnya perusahaan mencari informasi dari beberapa orang dalam, hasil survey perusahaan, maupun informasi yang diperoleh melalui para konsumen. Bahkan penciptaan ide ini berasal dari intuisi yang muncul seketika kemudian dianalisis untuk dikembangkan. Tujuannya adalah menghasilkan ide yang cukup banyak, sehingga ide baru ini layak atau tidaknya untuk dikembangkan dalam proses produk baru.

2) Penyaringan Ide

Tujuan dari penyaringan ide untuk menemukan ide yang sudah terkumpul dalam jumlah yang tidak sedikit. Maksudnya masih *brain storming* (sumbang saran) biasanya masih belum matang oleh karena itu perlu adanya penyaringan mana yang mungkin dapat dikembangkan dan mana yang tidak. Dalam hal ini ide yang dibuang memiliki prospek yang menguntungkan di

⁴⁹ Prof. Dr. H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung:ALFABETA,CV,2016),141.

kemudian hari dan perusahaan mampu menghasilkan ide-ide yang baik untuk kebutuhan konsumen.

3) Pengembangan dan Pengujian Konsep

Setelah proses penyaringan ide langkah selanjutnya adalah memperkenalkan model produk baru serta diperlihatkan kepada konsumen dan mengadakan *survey* terhadap pendapat konsumen pada produk baru agar konsumen membeli produk tersebut.

4) Pengembangan Strategi Pemasaran

Dalam hal ini perusahaan merencanakan strategi pemasaran produk baru dengan segmentasi pasar yang ada serta cara informasi yang digunakan.

5) Analisis Usaha

Analisis usaha yang dilakukan dengan cara memperbaiki jumlah penjualan dari pada pembelian bahan baku, biaya produksi serta perkiraan laba.

6) Pengembangan Produk

Dalam pengembangan produk ini gagasan produk yang masih dalam rancangan dikirim ke bagian produksi untuk dibuat, diberi merk, dan membuat kemasan semenarik mungkin. Pemberian merk pada produk harus hati-hati tidak boleh menyimpang dari kualitas produk. Nama merk harus sesuai dengan keadaan produk atau perusahaan. Merk yang kuat akan menghasilkan pelanggan yang berlanggan.

7) *Market Testing*

Langkah selanjutnya setelah produk yang sudah dirancang sejak awal maka siap untuk dipasarkan oleh karena itu akan memperoleh informasi yang berharga tentang kondisi barang, penyelur, permintaan potensial dan lain sebagainya

8) Komersialisasi

Setelah perencanaan matang, dilaksanakan, dan di uji hal yang perlu dilakukan yaitu memproduksi dengan skala besar tentunya memerlukan modal investasi cukup besar. Mulailah menciptakan produk baru dipasar yang akan menjalani proses kehidupan sebagai suatu produk baru, sampai kepada tahap proses adopsi oleh pihak konsumen, oleh karena itu memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.⁵⁰

e. Tujuan Pengembangan Produk

Untuk menghasilkan produk yang baik secara berkelanjutan tentunya perusahaan harus memperhatikan arti pentingnya pengembangan produk. Produk yang itu-itu saja akan dinilai oleh konsumen sebagai produk yang membosankan oleh karena itu perusahaan dengan mengembangkan produknya yaitu dengan kreativitas, modifikasi dan inovasi sangat dibutuhkan agar produk tersebut menarik perhatian konsumen. Dalam kondisi persaingan antar

⁵⁰ Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 142.

perusahaan maka pengembangan produk tidak lagi menjadi anjuran bagi perusahaan melainkan sebagai suatu yang harus dilakukan. Pengembangan produk dilakukan oleh perusahaan untuk berbagai tujuan yaitu:

- 1) Mengurangi waktu pengembangan, waktu pengembangan ini dimulai dari konsepsi awal dan diakhiri dengan memperkenalkan produk tersebut ke pasar. Dimana perusahaan akan menawarkan produknya yang lebih baru dari pada produk yang sebelumnya.
- 2) Memaksimalkan kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, banyak produk baru yang gagal untuk ditawarkan ke pasaran karena produk tersebut tidak di desain sesuai kebutuhan konsumen. Proses mendesain produk akan memerlukan waktu yang harus benar-benar dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan visi suatu bisnis. Penyebab tidak diterimanya produk dipasaran karena ketidakpedulian perusahaan terhadap produk yang akan dipasarkan sehingga karakteristik produk sesuai dengan kebutuhan konsumen merupakan suatu hal yang penting terhadap keberhasilan dalam pengembangan produk.
- 3) Memaksimalkan kualitas produk, pengembangan produk baru ini untuk menghasilkan kualitas produk yang lebih baik. Tentunya kualitas pada produk itu sangat penting karena perusahaan harus mampu mengembangkan produknya dalam waktu yang cepat dan tepat agar produk tersebut memiliki kualitas yang baik.

- 4) Memaksimalkan kemampuan produksi dan efisien, pengemabnagan produk baru bertujuan untuk memaksimalkan kemampuan perusahaan dalam memproduksi dengan biaya yang efisien. Dimana efektivitas dan efisien menjadi tujuan yang penting dalam pengembangan produk baru. Produk yang dihasilkan harus *marketable* dan *profitable* agar tercapainya *efesiensi* yang merupakan kunci bagi usaha pengembangan produk.⁵¹

4. Kendala atau Permasalahan Home Industry

Menurut UU No 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, pada umumnya industri rumahan termasuk dari sektor yang informal untuk memproduksi secara unik, terkait dengan kearifan lokal, sumber daya setempat dan mengedepankan hasil dari buatan tangan agar mampu menarik perhatian. Jadi *home industry* adalah perusahaan yang bergerak dalam skala kecil yang tenaga kerja adalah anggota keluarga itu sendiri yang bukan profesional, modal yang kecil, dan proses pengerjaannya butuh proses yang rumit tanpa bantuan mesin yang modern.⁵²

1. Kendala atau Permasalahan Usaha

Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sudah ditetapkan pada tingkat perekonomian Nasional, tentunya dalam menghadapi bisnis usaha pasti ada kendala atau masalah yang harus dihadapi atau di atasi baik dari internal maupun eksternal. Menurut Hafisah (2004)

⁵¹ Muhandi, Strategi Operasi, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 76-79.

⁵² Khairil Hamdi, "Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif," *Prosiding Seminar Nasional*, (2019):43.

menjelaskan tentang permasalahan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sebagai berikut:⁵³

1) Masalah Internal

a. Kurangnya modal

Modal adalah faktor utama dalam mengembangkan usaha. Maka dari itu untuk mengembangkan suatu usaha diperlukan modal karena tergantung besar kecilnya modal suatu perusahaan yang digunakan.

b. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas

Keterbatasan Sumber Daya Manusia berkaitan dengan pendidikan formal karena mampu menghambat pada manajemen bisnis. Pengetahuan dan keterampilan usaha kecil ini secara tradisional sudah tumbuh turun temurun yang mewarisi bisnis keluarga. Oleh karena itu terbatasnya sumber daya manusia akan mengalami kesulitan dalam mengembangkan teknologi baru sehingga tidak mampu bersaing.

c. Lemahnya jaringan usaha dalam penetrasi pasar

Pada umumnya usaha kecil cenderung milik usaha keluarga sehingga seringkali memiliki koneksi yang lemah dan kapasitas penetrasi pasar yang terbatas. Akibatnya kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan tidak kompetitif. Berbeda dengan bisnis

⁵³ Danu Kusbandono, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan E-Commerce untuk Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen terhadap Penjualan Bibit Ikan di Desa Plosobuden Kec. Deket Kab.Lamongan," *Jurnal SNasTEKs* (2019): 383-384.

yang sudah mapan dan memiliki jaringan yang kuat dengan teknologi yang memadai serta promosi yang baik.

2) Masalah Eksternal

a. Iklim Usaha yang kurang Kondusif

Kebijakan pemerintah mengenai pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) akan terus di sempurnakan meski tidak selalu dalam kondisi terbaiknya, tidak pernah ada permusuhan antara satu pengusaha dengan pengusaha lainnya selama bertahun-tahun.

b. Terbatasnya Jumlah Sarana dan Prasarana

Informasi yang kurang mendukung kemajuan usaha dan kemajuan teknologi merupakan salah satu penyebab usaha untuk berkembang pesa serta kurang mendukung kemajuan usaha.

c. Karakteristik Produk dengan umur simpan yang pendek (*lifetime pendek*)

Sebagian besar produk industry kecil memiliki karakteristik yang sifatnya umur simpan yang pendek .

d. Akses Pasar yang Terbatas

Terbatasnya akses pasar menyebabkan produk yang dihasilkan sulit untuk dipasarkan di pasar Nasional maupun Internasional.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian diperlukan metode penelitian yang sesuai dengan permasalahan atau keterbatasan yang diteliti untuk memudahkan tujuannya untuk memperoleh suatu masalah yang suatu waktu timbul di masyarakat.⁵⁴ Jadi suatu penelitian dikatakan sempurna apabila terstruktur dengan baik.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan pencarian kebenaran ini dan tergolong penelitian ilmiah yang dibangun atas dasar teori-teori yang dikembangkan atas dasar empiris penelitian-penelitian sebelumnya.⁵⁵

Jenis penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah jenis deskriptif, yaitu meneliti sumber dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dilakukan dengan mendatangi lokasi dan menanyakan langsung kepada informan. Pendekatan ini lebih tentang proses dari pada akhir. Oleh karena itu urutan kegiatan bisa berbeda-beda tergantung kondisi dan jumlah gejala yang ditemukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran secermat mungkin, mengenai strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino di Desa

⁵⁴ Sukandarrumidi, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012), 111.

⁵⁵ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 6.

Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember. Adapun beberapa alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, seperti dalam penelitian ini, peneliti ingin memfokuskan pada bagaimana strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino dan bagaimana kendala strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang valid yang diinginkan. Peneliti mengumpulkan data penelitian dengan kata - kata untuk mendeskripsikan fenomena yang ada dan bukan menggunakan angka statistik.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukan dimana peneliti akan melakukan suatu penelitian.⁵⁶ Penelitian ini dilaksanakan di *home Industry* Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur, 68123. Keterkaitan peneliti melakukan penelitian di *home Industry* Kue Ladrang Rino yaitu karena terlepas dari kenyataan bahwa ada masalah yang serius dan harus ditangani, masalah tersebut terkait dengan pembuatan barang oleh perusahaan atau pengembangan produk dan transaksinya tidak terlalu signifikan.

C. Subyek Penelitian

Untuk mengidentifikasi subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive* untuk mengidentifikasi siapa yang akan memberikan data. *Purposive* adalah teknik untuk mengekstraksi informasi yang relevan dari kumpulan data dengan tujuan dengan pertimbangan tertentu

⁵⁶ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan, 43.

seperti orang yang paling berpengetahuan atau orang tersebut sebagai orang penguasa sehingga memudahkan peneliti menemukan data valid yang akan diteliti.⁵⁷

Subjek yang ditetapkan sebagai informan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- 1) Pimpinan *home Industry* Kue Ladrang Rino yaitu bapak Rino
- 2) Karyawan *home Industry* Kue Ladrang Rino yaitu bapak Rino, ibu Wati, Ibu May dan bapak Tatang.
- 3) Pembeli atau pelanggan *home Industry* Kue Ladrang Rino yaitu bu andrik.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data tentang subjek yang dibahas dalam penelitian, maka data yang diperoleh harus data yang valid. Menggunakan metode akan meningkatkan validitas penelitian. Pada teknik pengumpulan data yang dipakai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yakni suatu kegiatan yang mencari data untuk memberikan suatu kesimpulan. Disebut observasi apabila mempunyai tujuan, mengamati, melihat serta mencermati perilaku oleh karena itu dikatakan observasi apabila memiliki tujuan yang jelas. Dalam melakukan observasi di lapangan guna untuk mendapatkan informasi

⁵⁷ Sugino, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta,2011)218.

sebanyak-banyaknya serta mengidentifikasi informasi atau mencatat hal penting mengenai masalah yang sedang dikaji.⁵⁸

Jenis observasi peneliti menggunakan metode observasi non-partisipatif. Dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan non-partisipatif karena peneliti tidak berpartisipasi dalam semua aktivitas subjek penelitian akan tetapi data yang diperoleh melalui teknik observasi adalah:

a. Situasi dan kondisi serta aktifitas *home industry* produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan dalam mengembangkan usaha dalam meningkatkan penjualan.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah percakapan dengan subjek utama. Wawancara dilakukan oleh dua pihak yakni pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang menanggapi dengan tanggapan atas pertanyaan tersebut.

Terdapat 2 macam wawancara yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam proses penelitian untuk pengumpulan data, yaitu:

1) Wawancara terstruktur sebagai teknik pengumpulan data dimana dalam pengumpulan data mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang diungkapkan saat wawancara yang jawabannya sudah disiapkan.

⁵⁸ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 209.

- 2) Wawancara ini tidak terstruktur bersifat terbuka dengan peneliti tidak memiliki pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis dan lengkap dalam pengambilan data. Wawancara tidak terstruktur hanya mencantumkan pertanyaan yang akan diajukan.⁵⁹

Peneliti menggunakan jenis wawancara semi terstruktur yaitu peneliti menggunakan alat bantu sebagai pedoman dalam melakukan wawancara, namun dalam melakukan wawancara tidak sepenuhnya nyambung atau tidak semuanya terpandu dan secara terbuka mengikuti alur wawancara atau fokus penelitian. Panduan wawancara digunakan untuk menjawab beberapa pertanyaan yang menarik bagi masyarakat dan berfungsi sebagai wawancara terstruktur dengan baik. Dalam teknik ini peneliti menggunakan wawancara semistruktur. Wawancara dilakukan dengan peneliti:

- 1) Memilih tujuan penggunaan bahan utama dengan mempertimbangkan proses produksi menjadi produk jadi dan dapat dijual.
- 2) Menganalisis pengembangan *home industry* produk Kue Ladrang Rino untuk meningkatkan volume penjualan

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bagian data yang paling penting ketika melakukan penelitian dalam studi bersejarah. Dokumen dapat terdiri

⁵⁹ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 213.

dari teks, gambaran, foto atau karya dokumen yang berfungsi sebagai ringkasan atau arsip dari kejadian sebelumnya.⁶⁰

Dokumen yang dihasilkan peneliti berupa foto, teks, video atau informasi lain dari hasil wawancara dengan pengusaha produk Kue Ladrang Rino serta buku, jurnal dan informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Informasi yang diperoleh peneliti melalui metode dokumentasi adalah karakteristik proses produksi dan hasil dari produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan.

E. Analisis data

Dalam analisis penelitian ini, analisis data menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif. Tujuan metode ini adalah untuk memberikan gambaran tentang pokok permasalahan yang diteliti berdasarkan data dari suatu variabel yang diambil dari sampel pokok permasalahan yang dianalisis. Menurut Miles dan Huberman terdapat beberapa langkah dalam menganalisis data sebagai berikut :⁶¹

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Reduksi data adalah proses untuk mengidentifikasi sesuatu yang penting untuk diukur dengan cara memilah. Sederhanakan dengan berfokus pada hal yang penting. Data yang direduksi memberi peneliti gambaran tentang pengumpulan dimasa mendatang.

⁶⁰ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 215.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian* 337.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Penyajian data adalah pengatuan informasi untuk mengambil tindakan selanjutnya. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau teks yang bersifat naratif. Oleh karena itu dengan menggunakan desain ini menentukan langkah kedepannya.

3. *Conclusion Drawing/ Verification* (Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi)

Pemeriksaan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan kegiatan dilapangan untuk mendapatkan wawasan baru. Maka kesimpulan diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Dalam teknik penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber membandingkan suatu informasi yang diperoleh.⁶² Teknik ini dapat tercapai dengan jalan:

1. Membandingkan data dari hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

⁶² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, 241.

2. Membandingkan antara yang dikatakan pribadi dengan perkataan orang di depan umum.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan perkataan sepanjang waktu.
4. Membandingkan perspektif orang dengan pendapat orang lain.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik “perbandingan perspektif seseorang dengan pendapat orang lain. Karena peneliti mencari informasi dengan cara mengamati dan bertanya langsung kepada para ahli, membandingkan suatu sumber dengan sumber lain yang dijadikan bahan penelitian. Sehingga dapat ditarik kesimpulan.

G. Tahap-tahap Penelitian

Peneliti menguraikan proses pelaksanaan penelitian. Proses ini dilakukan mulai awal hingga akhir dengan uraian tahap-tahap penelitian berikut:

1. Tahap Pra-Lapangan
 - a. Menyusun Rancangan Penelitian
 - b. Memilih Penelitian Lapangan
 - c. Peninjauan Lokasi Penelitian
 - d. Pengajuan Judul pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul yang diajukan oleh peneliti, membuat saran mini di latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

e. Peninjauan pada Kajian Pustaka

carilah referensi penelitian terdahulu dengan melihat teori-teori yang berkaitan dengan fokus masalah dan judul penelitian.

f. Pengonsultasian proposal pada dosen pembimbing

g. Pengurusan surat izin penelitian paada lokasi terkait

h. Menyiapkan pelaksanaan penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah peneliti mendapat izin dan bersedia melakukan penelitian, langkah selanjutnya peneliti turun ke lapangan dan melakukan penelitian bagaimana cara mengumpulkan informasi melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh informasi guna tujuan penelitian mengumpulkan dan mengunjungi informan (pengusaha) dengan penentuan sebelumnya.

3. Tahapan Penyusunan Laporan

Pada fase ini setelah mengumpulkan data lapangan, laporan dibuat dengan menyelesaikan langkah-langkahnya.

a. Mendeskripsikan dengan menganalisis data yang suda terkumpul secara keseluruhan dalam bentuk sebuah teks.

b. Penyusunan data

c. Menarik kesimpulan pada data-data yang sudah terkumpul

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah singkat Home Industry Produk Kue Ladrang Rino

Banyak sekali tuntutan dan desakan ekonomi yang harus di penuhi, serta banyaknya pengangguran sehingga masyarakat membuat lapangan sendiri atau usaha kecil (rumah tangga). Pada tingkat perusahaan, industri rumahan merupakan sektor informal yang cara produksinya dengan cara yang unik, berkaitan dengan kearifan lokal, mengedepankan buatan tangan, dan cara pembuatannya masih sangat sederhana.

Usaha produk Kue Ladrang Rino merupakan usaha yang ada di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember Provinsi Jawa timur. Usaha produk Kue Ladrang Rino ini bukan usaha turun temurun dari orang tua tetapi memang merintis dari awal yaitu milik bapak Rino dan istrinya. Bapak rino merintis usaha ini dari setelah menikah dengan istri dan mempunyai anak yang pertama, sebelum merintis usaha ini bapak rino bekerja dengan orang lain seperti kuli bangunan dan menjahit dan istrinya bekerja sebagai pedagang sayuran keliling, oleh karena itu bapak rino dan istri awalnya mencoba-coba merintis usaha sendiri dengan membuat resep Kue Ladrang terlebih dahulu dan pekerjajanya masih keluarga sendiri. Alasan membuat usaha produk Kue Ladrang Rino ini selain tidak bekerja dengan orang lain

serta bahan yang diperoleh sangatlah mudah dan proses pembuatannya tidak rumit.

Dengan berjalannya waktu usaha produk Kue Ladrang Rino sudah memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan juga mulai mencoba berinovasi tidak hanya soal rasa dan bentuk tetapi mesin pembuatannya sudah mulai canggih, memperbesar segmentasi pasarnya seperti silo, bangsal, ambulu, tanggul, puger dll dengan menggunakan sepeda yang dikasih tempat untuk Kue Ladrangnya.

Hingga saat ini, Usaha Produk Kue Ladrang Rino yang awalnya coba-coba dan usaha kecilan-kecilan sudah mulai dikenal luas dan memiliki pelanggan tetap yang membantu memasarkan produknya. Setiap harinya usaha produk Kue Ladrang Rino menghabiskan 1 sak tepung untuk di produksi menjadi produk kue ladrang rino.

Jadi dari apa yang dipaparkan diatas, bahwasannya usaha produk Kue Ladrang Rino merupakan inisiatif tersendiri bukan usaha turun temurun tetapi merintis dari awal dan memperbaiki produk yang sudah ada dari memberi merk, membuat surat izin serta mengembangkan produk kue ladrang dari bentuk maupun dari rasanya.⁶³

⁶³ Bapak Rino, Wawancara, Pengusaha produk Kue Ladrang Rino, 28 Februari 2023.

2. Letak Geografis

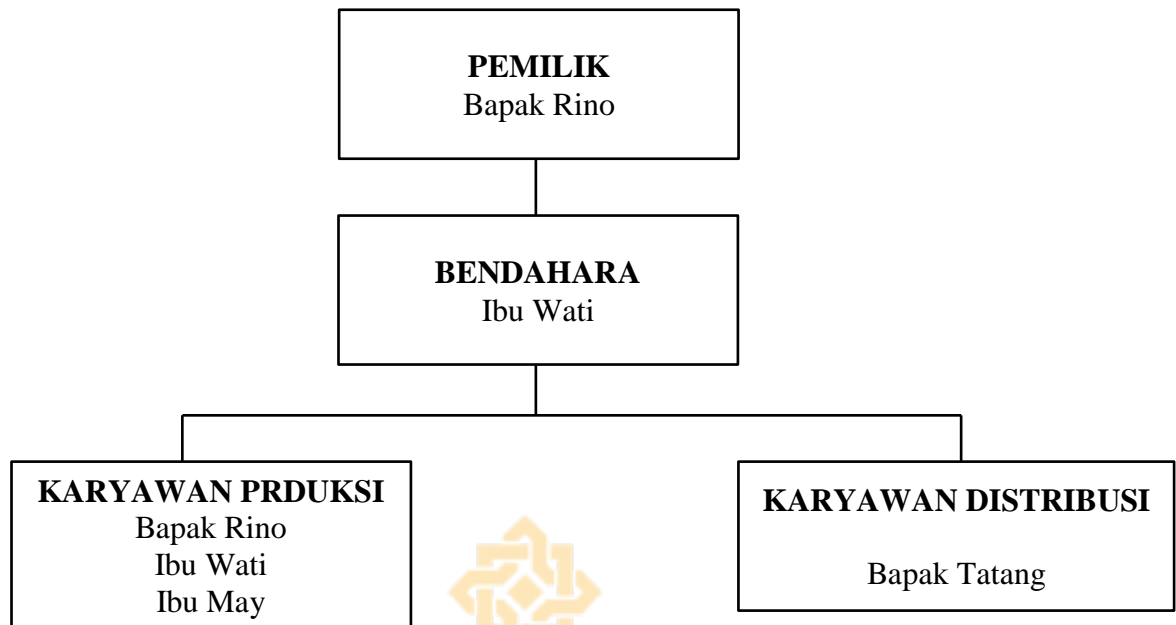
Usaha produk Kue Ladrang Rino milik bapak rino terletak di Jalan Ajisaka Kranjingan Gg. No 03 Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. Desa Kranjingan mempunyai batas-batas wilayah yaitu sebelah utara lingkungan krajan desa kranjingan, sebelah selatan dusun rowo indah desa wirowongso, sebelah barat lingkungan kramat desa kranjingan dan sebelah timur dusun gempal desa wirolegi.

3. Visi dan Misi

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak rino dapat digambarkan bahwa visinya adalah “ Menjadi usaha yang sukses dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen”. Misi dari berdirinya usaha ini adalah “ Menjadi produk dengan kualitas yang terbaik dan bisa terkenal”.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang berada pada *home industry* Produk Kue Ladrang Rino milik bapak Rino masih tergolong sederhana, sebagai berikut:



Sumber : Data diolah

a. Pemilik Usaha Produk Kue Ladrang Rino

- 1) Memimpin dan mengordinasi kegiatan usaha
- 2) Mengarahkan dan mengawasi seluruh kegiatan yang dilakukan oleh manajer dan karyawan.

b. Bagian produksi

- 1) Mengatur kegiatan yang diperlukan dari proses produksi.
- 2) Mengoperasikan mesin
- 3) Menjaga kualitas produksi

c. Bagian pemasaran

- 1) Memasarkan hasil produk Kue Ladrang Rino
- 2) Menemukan konsumen maupun pasar
- 3) Distribusi, mengantar dan mengirimkan barang yang dipesan konsumen ketempat tujuan.

5. Sarana dan prasarana

Sarana prasarana merupakan suatu faktor yang menunjang terselenggaranya suatu proses produksi yang dipakai sebagai alat untuk terciptanya suatu tujuan yang dicapai dalam kualitas maupun kuantitas dari hasil produksi.

Sarana dan prasarana juga mampu menunjang untuk mengembangkan atau meningkatkan produk yang maksimal kepada konsumen. Tentunya juga dengan adanya sarana dan prasarana mampu mendukung minat konsumen dalam membeli kualitas produk barang yang akan dijual, sarana dan prasarana yang ada di usaha milik bapak Rino yaitu mesin penggiling 3 terdiri 2 mesin besar dan 1 mesin jadi, motor. Oleh karena itu sarana dan prasarana ini dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atas barang dan jasa serta menarik minat konsumen untuk membeli barang yang diproduksi oleh bapak Rino.

6. Bahan Baku dan Proses Pembuatan Produk Kue Ladrang Rino

a. Bahan Baku Pembuatan

- 1) Tepung terigu cap payung 1 sak atau 25kg
- 2) Gula 2kg
- 3) Garam $\frac{1}{2}$ kg
- 4) Margarine 2kg
- 5) Micin $\frac{1}{2}$ kg
- 6) Magic 1 renteng
- 7) Telur 2kg

8) Minyak goreng 15kg

b. Proses Pembuatan

- 1) Pertama-tama sebelum membuat adonan, masukan gula, mentega, micin, garam, magic, dan air sesuai takaran dalam satu wadah dan aduk hingga rata.
- 2) Tambahkan telur dan aduk kembali hingga tercampur semuanya.
- 3) Kemudian masukkan tepung terigu yang sudah ditimbang sebelumnya yaitu 3kg dan diaduk kembali menjadi satu, pengadukannya dengan cara manual.
- 4) Setelah tepung sudah tercampur membentuk adonan, mudah dibentuk dan tidak lengket ditangan, adonan di giling sampai tipis dalam proses ini membutuhkan waktu agak lama karena memang membutuhkan cara di ulang-ulang hingga tipis. Dan dicetak menggunakan mesin ladrang.
- 5) Setelah adonan jadi, kemudian adonan di goreng menggunakan minyak goreng yang telah dipanaskan terlebih dahulu.
- 6) Setelah di goreng produk kue ladrang rino dibungkus (packing) sesuai timbangan dan dipasarkan produsen.

B. Penyajian Data dan Analisis

Proses selanjutnya dari skripsi ini adalah mempresentasikan hasil informasi yang diperoleh selama penelitian. Dengan menganalisis data dapat disimpulkan hasil penelitian yang diperoleh harus sesuai dengan

hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah dirasa cukup data yang diperoleh maka penelitian bisa dihentikan. Data-data yang diperoleh harus dijelaskan secara rinci sesuai dengan bukti yang diperoleh selama penelitian.

Peneliti berusaha untuk memaparkan mengenai strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember dengan fenomena yang diperoleh dilapangan. Data-data yang diperoleh akan disajikan dan dianalisis sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan *Home Industry* Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember

Strategi pengembangan membutuhkan keputusan manajemen puncak untuk mengimplementasikan ide yang direncanakan dengan mempertimbangkan faktor-faktorny yang dihadapi oleh suatu usaha atau perusahaan. Dimana strategi pengembangan ini suatu upaya atau rencana yang digunakan oleh perusahaan dengan melakukan perubahan kearah lebih baik pada produk yang akan dijual agar menarik minat pelanggan atau konsumen.

Pelaku kegiatan *home industry* umumnya berbasis dirumah dengan mengajak anggota keluarga keluarga atau tetangga sebagai karyawannya. Tentunya dalam skala kecil kegiatan ini sedikit banyak membantu masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja di kampung

halaman. Itu sebabnya program *home industry* pemerintah ini membantu mengurangi angka pengangguran.

Pengembangan *home industry* produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember usaha yang dirintis dari awal jadi bukan dipengaruhi faktor turun temurun. Dalam hasil wawancara peneliti kepada pemilik usaha Kue Ladrang Rino tentang proses awal mengembangkan usaha mereka, mendapatkan hasil sebagai berikut:

Menurut bapak rino selaku pemilik usaha Kue Ladrang Rino, beliau menjelaskan awal membuka usaha bahwa:

“Awal merintis usaha ini, masih bahan-bahan masih murah saya membuat adonan kira-kira 5kg-10kg mbk, dulu saya membuat adonan kue ladrang membutuhkan waktu seharian karena memang peralatan yang saya punya tidak secanggih sekarang, dulu masih punya 1 dan itu mesin yang kecil beda dengan sekarang saya sudah punya 3 jadi bikin 1 sak tepung prosesnya lebih cepet setengah hari sudah ditahap penggorengan karena memang mesinnya sudah di modif dengan listrik.”⁶⁴

Tambahan lain yang dijelaskan ibu wati menjelaskan awal membuka usaha bahwa:

“Sebenarnya kalau ditanya awal mula merintis usaha ini kemungkinan besar pasti sama dengan pengusaha lainnya yaitu faktor ekonomi mbk, usaha yang dirintis ini memang merintis dari awal jadi bukan usaha turun temurun mbk jadi mulai resep, bahan-bahan yang digunakan memang cari sendiri, memang tidak langsung berhasil tetapi saya terus mencoba, dulu gak ada hp secanggih sekarang mungkin memang ada tapi orang awam seperti saya tidak bisa mengoprasikan hp jadi memang saya coba-coba, dan awal mula cari pelanggan juga dengan cara menitipkan ke warung-warung dulu mbk.”⁶⁵

⁶⁴ Bapak Rino, diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁶⁵ Ibu wati, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

Mengenai perkembangan *home industry* produk Kue Ladrang

Rino yang dijelaskan ibu wati :

“Perkembangan produk kue ladrang ini terjadi musiman, saat ada acara besar seperti lebaran, isra’ mi’raj dan acara besar lainnya pasti banyak yang pesen. Dulu saya sendiri yang jual ke warung-warung mbk tapi Alhamdulillah sudah ada salles jadi pemasarannya sudah jauh.”⁶⁶

Tambahan lain yang dijelaskan bapak rino:

“Untuk produksi kue ladrang ini harus ada perencanaan (planning) sebelum membuat, menyesuaikan permintaan pasar, karena memang sekali bikin harus diantar ke warung-warung dan tidak boleh sampai jangka lebih 1 bulan karena memang jenis makanan ini yang saya buat tanpa pengawet memang tahannya 3 bulan tetapi kurang lebih 1 bulan jika di warung ada sisa saya ambil. Lebih baik untungnya sedikit tetapi kualitas produk saya di warung tetap baik”.⁶⁷

Mengenai modal *home industry* produk Kue Ladrang Rino yang dijelaskan bapak rino :

“Untuk awal-awal, modal yang dibutuhkan sangat besar, dari peralatannya karena memang kan saya merintis dari awal mbk jadi belum punya semuanya, dan modal dibutuhkan 2 kali, karena kan awal-awal mencari pelanggan dulu jadi saya titipkan ke warung-warung kalau sudah habis bisa bayar dan dititipkan lagi jadi sistemnya muter gitu mbk.”⁶⁸

Mengenai cara penjualannya *home industry* produk Kue Ladrang Rino yang dijelaskan ibu wati :

“Sebenarnya untuk mengembangkan usaha bisnis ini bisa lewat via online, seperti shoppe tapi bagaimana ya mbk soalnya produk Kue Ladrang Rino ini rapuh atau mudah hancur jadi takut pas pengiriman kebanting gitu. Tetapi untuk pengembangan saya sudah berinovasi seperti di acara lebaran tidak hanya membuat produk kue ladrang rino saja tetapi

⁶⁶ Ibu Wati, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁶⁷ Bapak Rino, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁶⁸ Bapak Rino, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

banyak seperti kacang sembunyi, pastel, kuping gajah, plintiran, kacang telur dll.”⁶⁹

Tambahan cara penjualan dari ibu andrik :

“Untuk penjualannya saya jual ke pabrik-pabrik mbk soalnya saya kan kerjanya disana jadi saya ambil ladrang ke bapak rino kemudian saya jual kembali ke pabrik biasanya yang sering itu hari lebaran, isra’ mi’raj pasti penjualannya melonjak sampai kadang tidak kebagian.”⁷⁰

Tambahan cara penjualan menurut bapak tatang:

“Sebagai salles awal saya kerja ke bapak rino memang melanjutkan sebagian warung yang sebelumnya sudah ada, kemudian saya mencari agen yang lebih jauh agar lebih terkenal dan keuntungan yang didapat semakin banyak. Sudah samapi silo, puger, ambulu, sempolan, gebang dan lainnya.”⁷¹

Mengenai strategi pengembangan *home industry* produk Kue

Ladrang Rino yang dijelaskan ibu wati :

“Untuk strategi saat ini dulu kan masih 1 rasa mbk yaitu original sekarang sudah ada rasanya memang masih pakai 1 rasa saja seperti rasa balado.”⁷²

Tambahan strategi pengembangan menurut bapak rino:

“Untuk proses perkembangan produk ini memang masih menggunakan alat sederhana dengan tenaga manual, tetapi bagaimana caranya produk ini harus tetap menarik perhatian pelanggan takutnya kan kalau ladrang terus bosan jadi saya berinovasi kalau bikin pangsit bawang namun adonannya masih sama hanya yang membedakan dikasih bawang aja dan kalau ladrang kan sudah ada cetaknya, kalau pangsit bawang masih manual yaitu potong kotak-kotak kecil.”⁷³

⁶⁹ Ibu Wati, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁷⁰ Ibu Andrik, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 13 Maret 2023.

⁷¹ Bapak Tatang, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 13 Maret 2023.

⁷² Ibu Wati, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁷³ Bapak Rino, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

Mengenai proses pembuatan sebagai karyawan *home industry* produk Kue Ladrang Rino yang dijelaskan ibu may :

“Saya kerja dengan bapak Rino kurang lebih 5 tahunan mbk, dan memang untuk karyawan berubah, dulu karyawan sini memang keluarga sendiri, karna ada alasan lainnya karyawan berubah, biasanya saya ditempatkan pada bagian penggilingan yang sudah hamper jadi dan saat pembungan pada produk. Untuk hari – hari biasa saya di bagian produk Kue Ladrang tetapi jika hari raya banyak aneka produk yang dibuat seperti pastel, kuping gajah, plintiran, kacang sembunyi, dan kacang telur. Untuk gaji yang diterima saya diberikan per minggu mbk.”⁷⁴

Berdasarkan keterangan dan informasi dari pemilik dan karyawan *home industry* produk Kue Ladrang Rino Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember dapat disimpulkan bahwa usaha ini dirintis dari awal bukan resep turun temurun mulai dari resep maupun alat yang digunakan, proses awal pembuatan usaha ini dengan proses mencari pelanggan dengan menawarkan produk ke warung-warung sebagai agen tetap. Perkembangan usaha *home industry* produk Kue Ladrang Rino dengan menyesuaikan permintaan pembeli di pasaran.

Biasanya sekali penjualan harus habis karena memang saat proses pembuatan mengikuti pesanan karena memang produk ini tanpa pengawet dengan masa bertahan dua sampai tiga bulan. Pembuatan produk Kue Ladrang tidak hanya satu dua kilo, namun dengan hitungan per-sak. Dari sisi modal dibutuhkan dua kali modal karena memang besar kecilnya modal mempengaruhi usaha. Memulai bisnis

⁷⁴ Ibu May, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 13 Maret 2023.

ini membutuhkan tekad dan keuletan karena bisnis berkembang sedikit demi sedikit atau secara bertahap.

Perkembangan *home industry* usaha produk Kue Ladrang Rino terjadi musiman, saat hari besar seperti hari raya idul fitri akan banyak permintaan, bahkan kue kering lainnya sesuai dengan permintaan. Masih menggunakan alat yang sederhana. Cara penjualannya masih tergolong *Offline* karena penjualannya dengan sistem titipan yaitu dititipkan di warung agen penjual jajanan atau warung bahan baku tentunya dengan modal usaha ini minimal 2 kali lipat.

2. Kendala atau Permasalahan pada Home Industry Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember

Kendala merupakan faktor atau keadaan untuk menghalangi pencapaian suatu tujuan atau dalam pengertian lain keadaan yang memaksa pembatalan pelaksanaan.⁷⁵ Timbulnya faktor-faktor kendala disebabkan atas dua macam yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Munculnya faktor internal yaitu dari diri individu sedangkan faktor internal berasal dari luar.

Berikut kendala atau permasalahan yang dipaparkan oleh *home industry* produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Dalam hasil wawancara peneliti tentang kendala yang dihadapi mendapatkan hasil sebagai berikut:

⁷⁵ Terjemahan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Kendala atau permasalahan yang dihadapi pengusaha *home industry* Kue Ladrang Rino mengenai melonjaknya harga bahan baku yang dijelaskan ibu wati bahwa:

“Dulu ya mbk saya bikin ladrang sehari 2 sampai 3 sak tepung, namun sekarang bergantinya tahun 2 sampai 3 sak hanya dalam 1 minggu saja. Karena memang dipasaran kue ladrang sudah banyak, tapi alhamdulillahnya di warung-warung itu pasti habis dan kalau hari raya itu sehari saya 1 sak. Harga bahan baku memang terus naik dengan harga minyak juga ikut naik sedangkan harga kue ladrang tidak bisa naik.”⁷⁶

Kendala atau permasalahan yang dihadapi pengusaha *home industry* Kue Ladrang Rino terkait dengan yang mempengaruhi penjualan di pasar, yang dijelaskan bapak rino bahwa:

“Setiap bikin kue ladrang kan gak semuanya habis mbk, nanti diwarung missal ada sisanya itu saya ambi dan diganti yang baru, missal sisanya itu masih bagus saya campur mbk sama yang baru bikin saat penggorengan, kalau memang tidak bisa sudah lam di warung sisanya memang dibuang atau dikasih ke tetangga yang punya peternakan ayam, jadi kendalanya itu biasanya saya dapat keuntungan penuh jadi kepotong mbk.”⁷⁷

Kendala atau permasalahan yang dihadapi pengusaha *home industry* Kue Ladrang Rino terkait dengan daya pembeli yang kurang , yang dijelaskan bapak rino bahwa:

“Masalah persaingan juga menjadi kendala mbk, soalnya diwarung-warung kan tidak hanya kue ladrang saya saja tetapi ada produk kue lainnya.”⁷⁸

Kendala atau permasalahan yang dihadapi pengusaha *home industry* Kue Ladrang Rino terkait dengan kegiatan operasional yang dijelaskan ibu wati bahwa:

⁷⁶ Ibu Wati, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁷⁷ Bapak Rino, diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁷⁸ Bapak Rino, diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

“Untuk kegiatan yang dilakukan diusaha ini tidak terlalu terstruktur mbk karena memang usaha ini kan usaha tidak terlalu besar hanya suami dan saya sendiri beserta 2 karyawan. Karena memang karyawan berasal dari keluarga sendiri dan tetangga dekat bahkan masuk kerja terkadang terlambat bahkan ada yang pulang cepat serta jumlah produksi yang berubah ubah setiap harinya.”⁷⁹

Kendala atau permasalahan yang dihadapi pengusaha *home industry* Kue Ladrang Rino terkait dengan tingkat keuntungan yang dijelaskan ibu wati bahwa:

“Tidak bisa dipastikan keuntungannya mbk, jika habis semua saya untung tetapi kalau ada sisanya yaa nipis, sebenarnya kalau bicara habis produksi kami pasti habis namun untuk masalah keuntungan tidak bisa di prediksi.”⁸⁰

Tambahan lain yang dijelaskan bapak rino:

“Sebenarnya kalau dipikir-pikir ada untungnya mbk alhamdulillah, bisa mencukupi biaya anak sekolah dan uangnya cukup untuk modal itu lebih dari cukup, karena memang harga bahan baku naik, belum juga harus dibagi dengan menggaji karyawan.”⁸¹

Berdasarkan keterangan dan informasi dari pemilik dan karyawan *home industry* produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat kendala atau masalah yang dihadapi *home industry* Kue Ladrang Rino dalam pembuatan Kue Ladrang terjadi pada bahan baku seperti tepung yang digunakan, jika harga tepung naik maka pemilik akan membeli bahan baku tepung yang lebih murah sehingga ketika menggunakan tepung merk lain akan mempengaruhi walaupun tetap jadi tetapi kurang mengembang pada adonan atau sedikit bantet. Kegiatan operasional juga menjadi kendala karena memang apabila manajemen dalam perusahaan memiliki suatu kegiatan operasional yang terstruktur maka akan membantu perusahaan dalam mencapai keuntungan yang

⁷⁹ Ibu Wati, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁸⁰ Ibu Wati, , diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

⁸¹ Bapak Rino, diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Maret 2023.

maksimum. Persaingan juga menjadi kendala pada *home industry* produk Kue Ladrang Rino karena memang tidak hanya kue ladrang rino saja tetapi banyak produk lainnya dipasaran atau di warung-warung.

Untuk kendala penjualan dengan sistem titipan yaitu bayar jika barang laku maka dari itu akan membutuhkan modal yang besar atau dobel. Ada beberapa warung-warung yang tidak jujur dimana produk laku tetapi pembayaran ditunda-tunda bahkan macet maka dari itu akan mempengaruhi keuntungan. Serta meningkatnya harga bahan baku melonjak tajam, salah satunya pada harga minyak goreng yang terjadi kelangkaan. Cuaca juga menjadi kendala, tidak berpengaruh terhadap proses pembuatan tetapi berpengaruh pada saat penjualan karena saat hujan sales akan libur sedangkan pengusaha menggunakan uangnya untuk modal jika tidak diantar tepat waktu maka akan menjadi penghambat.

C. Pembahasan Temuan

Bagian ini, membahas tentang temuan strategi pengembangan *home industry* produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Untuk memperoleh informasi *home industry* produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan, data yang diperoleh peneliti dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perolehan data dalam bentuk argumentasi dan dokumentasi. Bentuk argumentasi dapat diperoleh dari pemilik dan istri yang sudah ikut berkecimpung dalam usaha selama kurang lebih puluhan tahun dan data diperoleh dari pengamatan di lapangan. Dokumentasi dibuat oleh subjek berdasarkan pengamatan di lapangan dengan melalui foto atau kamera.

1. Strategi Pengembangan *Home Industry* Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember

Dalam teori menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller “Pengembangan Produk adalah suatu strategi dimana dalam mencapai pertumbuhan perusahaan yaitu dengan menawarkan produk baru atau memodifikasi produk yang ada ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik agar mampu menyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.”⁸²

Temuan hasil penelitian pada pengembangan *home industry* produk Kue Ladrang Rino pada sub bab sebelumnya adalah pengembangan merupakan proses usaha untuk menciptakan produk-produk dengan karakteristik yang baru untuk menawarkan manfaat dan menambah manfaat pada produk untuk para konsumen tentunya juga memperbaiki kondisi ekonomi sosial.⁸³ Biasanya pencipta kegiatan berbasis *home industry* adalah anggota keluarga yang mengajak kerja tetangga untuk bekerja sebagai karyawannya. Dalam skala kecil kegiatan ini juga mampu membuka peluang usaha bagi kerabat dekat maupun tetangga dekat halaman.⁸⁴

Home industry produk Kue Ladrang Rino ini berlokasi di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember, strategi

⁸² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II., Ed.12., Terj. Benjamin Molan (Jakarta: Prenhallindo, 2007): 320.

⁸³ Ahmad Subagyo, *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007): 43.

⁸⁴ Widiastri, “Strategi Pengembangan Usaha Home Industry”.

pengembangan *home industry* setelah melakukan observasi ditemukan hasil sebagai berikut:

a. Penjual merintis usaha dengan mencari pelanggan

Awal usaha pada usaha *home industry* produk Kue Ladrang Rino dalam mencari pelanggan yaitu dengan menawarkan produk ke warung-warung, agar supaya produk bisa lebih dikenal tidak hanya di warung terdekat saja. Dengan memperluas pemasaran produk dengan menawarkan produk yang lebih menarik, dapat dilihat dari kualitas produk yang dijaga oleh *home industry* produk Kue Ladrang Rino.

b. Penambahan jumlah karyawan

Dalam menjalankan suatu bisnis tidak langsung menjadi besar tapi ada beberapa tahapan, cara memulai usaha sudah dijelaskan sebelumnya, pengusaha awal mula merintis dengan istrinya, setelah cukup modal dan memiliki pelanggan pengusaha berani untuk mencari karyawan, seperti mengajak saudara dan tetangga dekat, jumlah karyawan sekitar 2 orang dengan memiliki bagian masing-masing (mulai dari proses mengadoni – menggoreng – sampai tahap membungkus).

c. Penjualan dengan sistem *offline*

Pengembangan usaha ini masih tergolong sederhana karena sistem penjualannya dengan dijual atau menitipkan produk Kue Ladrang Rino ke warung. Permintaan di warung-warung lebih

banyak dibandingkan dipasarkan di media online membuat para pengusaha lebih gigih dalam mengembangkan usahanya.

d. Dibutuhkan dana atau modal dobel

Modal tentunya menjadi faktor dominan dalam berbisnis karena memang usah harus tersedia modal yang besar, sebelum ada kegiatan untuk menghasilkan pendapatan dipengaruhi oleh besarnya modal yang diperoleh dari usaha tersebut. Pengusaha menggunakan ekuitas yang mereka peroleh dari pinjam ke bank. Kemudian diputar untuk mengembangkan usaha *home industry* produk Kue Ladrang Rino. Untuk penjualan produk ini dibutuhkan modal 2 kali lipat karena didalam proses penjualan ini menggunakan sistem titipan di warung atau bayar ketika barang laku, ketika tidak laku maka akan diretur.

e. Memperbaiki produk yang telah ada

Pada *home industry* produk Kue Ladrang Rino dalam mengembangkan produknya yaitu dengan memperbaiki produk yang sudah ada, dari kemasan, memberikan label agar bisa membedakan dengan produk lainnya dan juga penggunaan teknologi berupa mesin yang bertambah sehingga mampu membuat variasi yang lebih baik.

f. Menambahkan variasi model pada produk lama,

Pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* produk Kue Ladrang Rino ini membuat variasi model produk yang

lama yaitu produk kue pangsit bawang dimana bahan yang digunakan sama hanya yang membedakan adalah bentuk dan diberi bawang. Serta memberikan variasi rasa pada Kue Ladrang Rino yaitu rasa balado.

2. Kendala atau Permasalahan pada *Home Industry* Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember

Usaha kecil menunjukkan peran pada perekonomian nasional. Tentunya dalam berbisnis ada kendala yang harus dihadapi untuk mencapai suatu tujuan yang direncanakan di dalam perusahaan. Dalam teori menurut Hafsa (2004) menjelaskan tentang permasalahan atau kendala UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang disebabkan dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Munculnya faktor internal yaitu atas nama individu sedangkan faktor eksternal datang dari luar.⁸⁵

Berdasarkan temuan hasil penelitian tentang kendala home industry produk Kue Ladrang Rino sebagai berikut:

a. Masalah Internal

1) Melonjaknya harga bahan baku tepung terigu

Melonjaknya harga bahan baku akan mempengaruhi ukuran atau besar kecilnya keuntungan yang didapat karena memang jika bahan baku naik maka akan berpengaruh pada

⁸⁵ Danu Kusbandono, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan E-Commerce untuk Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen terhadap Penjualan Bibit Ikan di Desa Plosobuden Kec. Deket Kab.Lamongan," *Jurnal SNasTEKs* (2019): 383-384.

berat pada produk karena memang sejak awal usaha, produk Kue Ladrang Rino di branding sebagai cemilan murah dan ekonomis maka dari itu solusinya adalah mengurangi berat produk dari pada menaikkan harga.

2) Kelangkaan pasokan minyak goreng

Dari melonjaknya harga bahan baku ditambah kelangkaan pasokan minyak goreng membuat pengusaha kebingungan untuk membuatnya karena memang biasanya diwarung terdekat ada tetapi masih mencari ke toko lainnya walaupun jaraknya jauh dan berpengaruh pada BBM.

3) Kegiatan operasional yang tidak terstruktur

Manajemen dalam perusahaan akan dapat memperbaiki kinerja perusahaan apabila suatu perusahaan itu memiliki perencanaan, pengorganisasian dan pengontrolan yang baik guna untuk membantu perusahaan dalam mencapai hasil yang maksimum. Dalam *home industry* produk Kue Ladrang Rino tidak memiliki sistem manajemen dalam menjalankan usahanya karena memang usaha yang dijalankan hanyalah unit usaha mikro dan semua kegiatan operasionalnya memang dilakukan oleh keluarga. Oleh karena itu tanpa adanya sistem manajemen berupa perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengontrolan yang baik tentunya akan menjadi suatu kelemahan atau kendala bagi perusahaan, karena memang hasil

yang diperoleh dalam menjalankan usaha ini tidak akan maksimum dalam pencapaian tujuannya.

b. Masalah Eksternal

1) Toko warung tidak jujur

Dalam proses penjualan produk ini sudah dijelaskan bahwa memang sistem titipan, bayar jika barang laku dari informasi sales ada beberapa toko yang tidak jujur dimana barang produk Kue Ladrang Rino laku tetapi pembayaran ditunda-tunda bahkan macet maka dari itu akan berpengaruh pada keuntungan. Tetapi untuk meminimalisir hal tersebut sales *home industry* produk Kue Ladrang Rino ketika menitipkan produknya dipastikan ada nota sebagai bukti bahwa pemilik warung punya titipan produk dan harus tanggung jawab membayarnya. Jika terjadi hal tersebut yang dilakukan oleh *home industry* produk Kue Ladrang Rino ini tidak menitipkan produknya lagi akan tetapi akan terus ditagih dan sebagai penggantinya akan terus mencari toko sebelah atau toko terdekat dari toko yang curang agar omset atau keuntungan yang didapat akan terus stabil atau tidak turun.

2) Cuaca saat penjualan produk Kue Ladrang Rino

Cuaca tidak berpengaruh pada proses pembuatan karena memang saat adonan sudah digiling maka langsung proses penggorengan jadi cuaca tidak berpengaruh tetapi saat

penjualan produk cuaca berpengaruh karena saat hujan salles akan libur sedangkan pengusaha menggunakan uangnya untuk modal jika diantar tepat waktu maka akan menjadi penghambat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penjelasan yang telah di paparkan pada bab sebelumnya, disimpulkan dalam penelitian bahwa :

1. *Home industry* produk Kue Ladrang Rino berlokasi di Desa Kranjangan Kabupaten Jember, strategi pengembangannya dipengaruhi oleh faktor merintis usaha sendiri, penjual merintis dengan mencari pelanggan, penambahan jumlah karyawan, penjualan dengan sistem *offline*, membutuhkan dana atau modal dobel, memperbaiki produk yang telah ada dan menambahkan variasi yang lebih baik.
2. Kendala strategi pengembangan produk pada *home industry* Kue Ladrang Rino ada berupa masalah internal dan eksternal. Masalah internal meliputi meningkatnya harga bahan baku, kelangkaan pemasokan minyak goreng dan kegiatan operasional yang tidak terstruktur. Sedangkan masalah eksternal yaitu toko warung tidak jujur dan cuaca saat penjualan produk Kue Ladrang Rino.

B. Saran

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk kesimpulan. Selain itu, peneliti mengkomunikasikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Berikut merupakan saran-sarannya:

1. Untuk saran ilmiah, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode

lain, seperti kuesioner, untuk menggali lebih dalam strategi pengembangan produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

2. Untuk saran praktis, peneliti menyarankan agar *home industry* produk Kue Ladrang Rino untuk bagaimana memanfaatkan kelebihanannya. Yakni dalam pengembangan usaha terdapat pelanggan tetap didaerah sekitar *home industry* bahkan sampai keluar kota, harga produk yang terjangkau, memiliki keunggulan cita rasa. Dengan adanya kekuatan yang dimiliki mampu untuk memanfaatkannya dengan baik maka ancaman bisa dihindari.
3. Pengembang *home industry* produk Kue Ladrang Rino melalui pencatatan barang masuk dan keluar sehingga dapat mengetahui peningkatan laba bersih serta tetap menjaga kualitas produk agar usaha tetap berkembang dalam industri perdagangan dan *home industry* Kue Ladrang Rino ini harus benar-benar memilih toko mana yang tepat untuk dititipkan produknya agar keuntungan yang didapat terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Mendra, I Wayan. 2019. Pengaruh Personal Selling, Pengembangan Produk dan Kewajaran Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk.
- Hasanah, Nuramalia. 2020. Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ifa, Khoirul. 2018. Pendampingan Inovasi Produk dan Pemasaran pada Kelompok Usaha Kue Ladrang di Desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. *Empowerment society*,no.1,19.
- Wijaya, Temmy. 2018. Strategi Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, no.2, 89.
- Suroso, Erdi. 2022. Strategi Pengembangan Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning di Kota Bandar Lampung, *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, no.1,14.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Kelle. 2007., Manajemen Pemasaran, Jilid II., Ed.12.,Terj.Benjamin Molan. 320.
- Hindarwati, Enny Noegraheni. 2021. Orientasi Kewieausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember, *Jurnal Kewirausahaan*,no.1,43.
- Tim Penyusunan,*Metode Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*(Jember:UIN KHAS JEMBER,2019),45.
- Rahim, H. Abd. Rahman. 2017. Manajemen Strategi. Makasar: UMM.
- Irianto, Prof.Dr.Ir.Hari Eko. 2021. Pengembangan Produk Pangan Teori dan Implementasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, Dr. M. Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merek(Planning dan Strategy. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Alma, Prof. Dr. H. Buchari . 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung:ALFABETA.
- Herfita, Devi. 2017. Analisis Strategi Bisnis pada PT Gancia Citra Rasa. *Jurnal Eksekutif*, Vol 14, No.2,374.
- Rifa'I,SE.,M.SI,Khamdan. 2022. Pemasaran Suatu Pengantar. Jember:STAIN Jember Press.

- Febriyani, Fitriah. 2017. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk terhadap Minat Beli,"*Jurnal Ilmu manajemen*,Vol.4,No.2,245.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Agustina, Fitri. 2012. Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak berdasarkan Analisis Product Life Cycle (PLC) dan SWOT pada Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan.*Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*,Vol.1,No.2,105.
- Subagyo, Ahmad. 2007. *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Muhardi. 2007. *Strategi Operasi*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Hamdi, Khairil. 2019. Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif, Prosiding Seminar Nasional.
- Danu Kusbandono.2019. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan E-Commerce untuk Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen terhadap Penjualan Bibit Ikan di Desa Plosobuden Kec. Deket Kab.Lamongan. *Jurnal SNasTEKs* 383-384.
- Sukandarrumidi. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Suharsaputra, Uhar . 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono, *Metode Penelitian* 337

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ela Aprina

NIM : E20192068

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Jl. Ajisaka Lingk. Langsepan RT 002/RW 017 Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember”**. Benar-benar hasil karya tulis saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila ada kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan jadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 10 April 2023



Ela Aprina
E20192068

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kec. Sumbersari Kab. Jember	Strategi Pengembangan Produk	<p>a. Strategi Pengembangan Produk</p> <p>b. Strategi Pengembangan Produk</p> <p>c. Pengembangan Produk</p> <p>d. Kendala atau Permasalahan <i>Home Industry</i></p>	<p>1. Pengertian Strategi</p> <p>2. Prinsip Strategi</p> <p>1. Pengertian Strategi Pengembangan Produk</p> <p>2. Strategi Pengembangan Produk</p> <p>1. Produk</p> <p>2. Tingkatan Produk</p> <p>3. Jenis Strategi</p> <p>4. Pengembangan Produk</p> <p>5. Perencanaan</p> <p>6. Pengembangan Produk</p> <p>7. Tujuan Pengembangan Produk</p> <p>1. Faktor yang mempengaruhi secara langsung (Internal)</p> <p>2. Faktor yang mempengaruhi secara tidak langsung (Eksternal)</p>	<p>Informan</p> <p>a. Pemilik : Bapak Rino</p> <p>b. Sekretaris/ Bendahara : Ibu Wati</p> <p>c. Bagian Produksi : Ibu Ridwan, Ibu May, Mas Fauzi</p> <p>d. Bagian Pemasaran : Bapak Topa dan Mas Tatang</p> <p>Kepustakaan</p> <p>a. Buku</p> <p>b. Jurnal</p> <p>c. Artikel</p> <p>d. Website</p>	<p>1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif</p> <p>2. Jenis Penelitian : Deskriptif</p> <p>3. Teknik Pengumpulan Data:</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Interview</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>4. Subjek Penelitian: Teknik Purposive</p> <p>5. Analisis Data: Deskriptif</p> <p>6. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber</p>	<p>1. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kec. Sumbersari Kab. Jember?</p> <p>2. Bagaimana Kendala Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kec. Sumbersari Kab. Jember?</p>

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana proses awal mendirikan usaha *home industry* Kue Ladrang Rino?
2. Apa saja bahan dalam pembuatan produk Kue Ladrang Rino?
3. Bagaimana proses pembuatan produk Kue Ladrang Rino?
4. Membutuhkan berapa lama proses pembuatan sampai penggorengan produk Kue Ladrang Rino?
5. Apa saja produk yang diproduksi dalam home industry produk Kue Ladrang Rino?
6. Berapa jumlah karyawan pada usaha produk Kue Ladrang Rino?
7. Berapa kilo tepung yang dihabiskan dalam produksi sehari?
8. Bagaimana cara mengembangkan usaha produk Kue Ladrang Rino?
9. Bagaimana proses pemasarannya ?
10. Pada saat ini sejauh mana pemasaran produk Kue Ladrang Rino?
11. Melewati berapa tangan untuk sampai ke konsumen?
12. Bagaimana kendala atau masalah dalam produk Kue Ladrang Rino?
13. Bagaimana cara mengatasi kendala atau masalah dalam produk Kue Ladrang Rino?
14. Bagaimana strategi khusus untuk mendapatkan hasil produk Kue Ladrang Rino yang renyah?
15. Berapa modal awal pembuatan?
16. Berapa hasil penjualan ?
17. Berapa hari masa bertahan produk Kue Ladrang Rino?
18. Bagaimana tingkat penjualan kue ladrang agar mendapatkan laba?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Ela Aprina
 NIM : E20192068
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul : Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1	Senin,20 Februari 2023	Menyerahkan surat izin penelitian kepada pemilik <i>home industry</i> produk Kue Ladrang Rino.	Bapak Rino	
2.	Selasa,28 Februari 2023	Melakukan Wawancara dengan Bapak Rino dan Ibu Wati terkait sejarah <i>home industry</i> , visi misi dan struktur	Bapak Rino	
3.	Rabu, 1 Maret 2023	Melakukan wawancara dengan Bapak Rino terkait dengan pedoman wawancara.	Bapak Rino	
4.	Rabu, 1 Maret 2023	Melakukan wawancara dengan Ibu Wati terkait dengan pedoman wawancara.	.Ibu Wati	
5.	Senin,13 Maret Maret 2023	Melakukan wawancara dengan karyawan produksi Ibu May	Ibu May	
6.	Senin,13 Maret Maret 2023	Melakukan wawancara dengan karyawan produksi Ibu Andrik	Ibu Andrik	
7.	Senin,13 Maret Maret 2023	Melakukan wawancara dengan karyawan produksi Mas Tatang	Bapak Tatang	
8.	Senin, 3 April 2023	Melakukan foto atau dokumentasi pada Home Industry produk Kue Ladrang Rino	Bapak Rino	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-231/Un.22/7.a/PP.00.9/02/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

20 Februari 2023

Kepada Yth.
Kepala Pemilik Usaha Kue Ladrang Rino
Jl. Ajisaka Kranjingan Gg No.03 Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Ela Aprina
NIM : E20192068
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bapak Rino

Jabatan : Pemilik *Home Industry* Produk Kue Ladrang Rino

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Ela Aprina

NIM : E20192068

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah

Institut : UIN KHAS Jember

Telah selesai melakukan penelitian di *Home Industry* Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “**Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di Desa Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember**”.

Degan demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan kepada yang bersangkutan sebagai mestinya.

Jember, 13 April 2023



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-11.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/04/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Ela Aprina
NIM : E20192068
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pengembangan Produk Kue Ladrang Rino di
Desa Kranjingan Kecamatan Sumpersari Kabupaten
Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 April 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Syahri Mulyadi



DOKUMENTASI PENELITIAN



Dokumentasi : Wawancara dengan bapak Rino Pemilik *Home Industry* Produk Kue Ladrang Rino



Dokumentasi : Wawancara dengan ibu Wati Istri Pemilik *Home Industry* Produk Kue Ladrang Rino



Proses pengadonan Kue Ladrang Rino



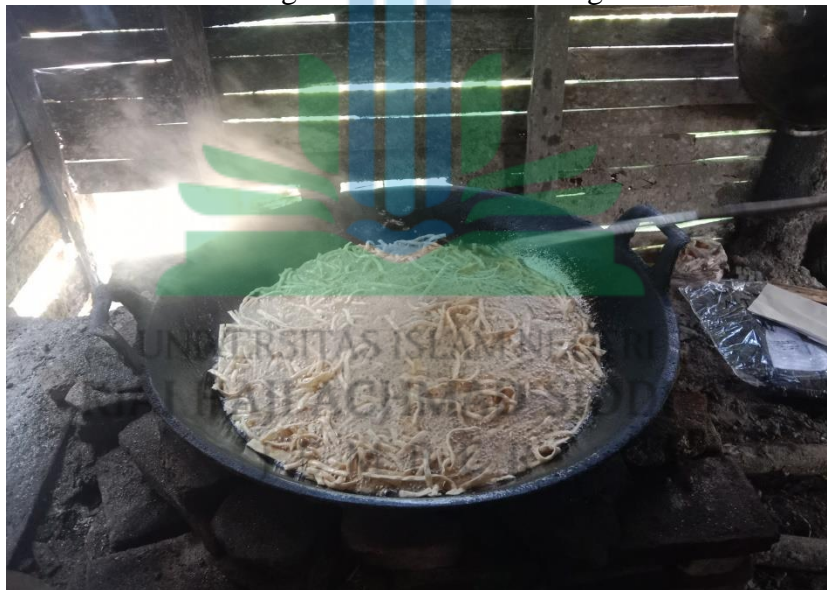
Proses penipisan adonan Kue Ladrang Rino



Hasil adonan Kue Ladrang Rino yang sudah tipis



Pemotongan adonan Kue Ladrang Rino



Proses pengorengan adonan Kue Ladrang Rino



Proses pengemasan Kue Ladrang Rino



Produk Kue Ladrang Rino siap untuk dipasarkan

BIODATA PENULIS



✦ **Data Diri**

Nama Lengkap : Ela Aprina
NIM : E20192068
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 04 April 2001
Alamat : Jl.Ajisaka Kranjingan RT002/RW017 Kecamatan
Sumbersari Kabupaten Jember
Tlp/HP : 08976444879
Email : elaaprina1@gmail.com

✦ **Riwayat Pendidikan :**

- 1 TK Harapan Indah
- 2 SD Negeri Kranjingan 2
- 3 MTs Negeri Jember 1
- 4 MAN 1 Jember
- 5 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 - a. Fakultas/Prodi : FEBI/Ekonomi Syariah
 - b. Angkatan : 2019
 - c. NIM : E20192068