

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN
ALUMINIUM TOKO BAROKAH DI DESA KALIBARU
WETAN KECAMATAN KALIBARU KABUPATEN
BANYUWANGI**

SKRIPSI



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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
FIRDA TRISNA WARDANI
NIM: E20182103
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN
ALUMINIUM TOKO BAROKAH DI DESA KALIBARU
WETAN KECAMATAN KALIBARU**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Kiai Haji. Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Oleh:

FIRDA TRISNA WARDANI
NIM: E20182103

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN
ALUMINIUM TOKO BAROKAH DI DESA KALIBARU
WETAN KECAMATAN KALIBARU**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Kiai Haji. Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Firda Trisna Wardani

Nim: E20182103

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dosen Pembimbing



Nadia Azalia Putri, M.M.

NIP.199403042019032019

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN
ALUMINIUM TOKO BAROKAH DI DESA KALIBARU
WETAN KECAMATAN KALIBARU**

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 : 13 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I.
NIP. 198209222009012005

Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M.
NIP. 198509152019032005

Anggota

Dr. H. Abdul Wadud, Lc., M.E.I.

Nadia Azalia Putri, M.M.



Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾

Artinya: “Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihat (kepadanya)” (QS An-Najm: 39-40).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 572.

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, pelaksanaan hingga penyelesaian penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S-1) dengan lancar. Meskipun skripsi ini jauh dari kata sempurna namun penulis sangat bersyukur sampai di titik ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Papa dan mama tercinta saya ucapkan terimakasih atas kasih sayang, motivasi, dan doa yang selalu diberikan kepada saya. Terimakasih selalu menjadi sosok orangtua yang menginspirasi saya untuk selalu menjadi kuat dalam menjalani lika-liku kehidupan ini. Semoga papa dan mama sehat selalu dan dalam perlindungan Allah SWT.
2. Kakak, adik, kakek dan nenekku yang saya sayangi. Terimakasih sudah menjadi saudara yang menyayangiku.
3. Keluarga besarku yang saya sayangi, semoga kelak saya bisa membahagiakan kalian.
4. Kepada teman teman dan sahabatku yang telah membantu dan menemani saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Almamater yang aku banggakan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (SI). Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag, M.M., CPEM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas belajar di kampus tercinta ini.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mempertahankan akreditasi fakultas yang baik di Kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Dr. M. F. Hidayatullah. S.H.I, M.S.I selaku Ketua jurusan Ekonomi Islam sudah memberikan arahan dan program kuliah di kampus Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember ini.
4. Ibu Sofiah, M.E selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah telah mencurahkan perhatian, bimbingan, do'a dan kepercayaan yang sangat berarti bagi penulis.

5. Ibu Nadia Azalia S.E, M.M. selaku Dosen pembimbing yang yang sudah memberikan bimbingan, bantuan dan arahan dalam mengerjakan skripsi ini terlaksanakan dari pengesahan judul hingga skripsi selesai.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah banyak memberikan ilmu-ilmu selama dibangku perkuliahan, sehingga saya dapat mengetahui apa yang tidak diketahui.
7. Kepada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamd Siddiq Jember serta semua civitas, yang telah memberikan literatur serta referensi yang dapat menunjang teori dalam penelitian ini.
8. Bapak Imron dan segenap keluarga besar toko Barokah kerajinan alumunium yang telah bersedia memberikan data untuk melengkapi skripsi ini.
9. Semua pihak yang bersangkutan secara langsung ataupun tidak langsung yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Banyuwangi, 30 Mei 2024

Penulis,

Firda Trisna Wardani

Nim: E20182103

ABSTRAK

Firda Trisna wardani, Nadia azalia, M.M, 2024: *Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah Di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi*

Strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium merupakan bentuk pengembangan terhadap produk kerajinan aluminium, peningkatan produk, pengembangan usaha dan inovasi perkembangan usaha kerajinan aluminium toko barokah. Pengembangan usaha dalam mengevaluasi peluang pasar sehingga produk bisa berkembang dan menambah produk baru dan produk inovasi baru.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah : 1) Bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium toko Barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi ? 2) Apa saja kendala dan faktor pendukung serta penghambat strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium toko Barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi ?

Tujuan penelitian ini adalah: 1). untuk mengetahui implementasi strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium toko barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru. 2). Untuk mengetahui kendala dan faktor pendukung serta penghambat strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium toko barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, jenis deskriptif. Lokasi penelitian di toko Barokah Desa Kalibaru Wetan, Kecamatan Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau kesimpulan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi. Keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan : 1 Strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium di toko Barokah banyak menerapkan strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversitas dan strategi defensif. Dalam tahapan pengembangan usaha diperlukan ide usaha, penyaringan ide dan konsep, pengembangan rencana usaha, implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha serta menggunakan pengenalan metode SWOT untuk pemfokusan sasaran, strategi dan teknik, penggunaan informasi internal sebagai media pembanding arah kebijakan. 2) Kendala strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium dipengaruhi oleh riset pasar yang mendalam, optimalisasi faktor sumber daya manusia serta strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan perkembangan usaha kerajinan, pengelolaan keuangan, serta mengevaluasi keluhan dan kebutuhan pembeli melalui survei atau pendekatan langsung yang disesuaikan dengan kebutuhan unit usaha.

Kata kunci : strategi, pengembangan usaha, kerajinan aluminium

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah.....	11
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori	26
a. Strategi	26
b. Pengembangan Usaha	35

BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan Penelitian	56
B. Lokasi Penelitian.....	57
C. Subjek Penelitian.....	57
D. Teknik Pengumpulan Data.....	58
E. Analisis Data	60
F. Keabsahan Data.....	62
G. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	63
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	65
A. Gambaran Objek Penelitian	65
B. Penyajian Data dan Analisis.....	69
1. Strategi Pengembangan	70
2. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	94
C. Pembahasan Temuan.....	108
1. Strategi Pengembangan	109
2. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	120
BAB V PENUTUP.....	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Pernyataan Keaslian Tujuan	
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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Pada Tahun 2011-2024	7
Tabel 2.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu ²³	
Luas wilayah Desa Kalibaru	67
Jumlah penduduk Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi.....	68
Tabel perbandingan dengan toko lain	86
4.1 Data penjualan tertinggi	87



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindak lanjuti dengan langkah nyata. Namun kadang-kadang proses pengembangan tersebut dilakukan hanya berdasarkan kebiasaan saja. Sehingga sering terjadi peristiwa pebisnis kalah bersaing dengan penjual yang lain dengan barang dagangan yang sama. Salah satu penyebabnya, mereka yang menang dalam merebut hati pembeli adalah mereka yang merencanakan proses menjual barangnya dengan matang, menggunakan dasar-dasar penjualan yang baik

Usaha kecil adalah suatu usaha yang masuk dalam sektor industri kecil yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga, yang memanfaatkan barang untuk diproses dan menjadikan barang yang lebih berguna dan bernilai jual tinggi. Usaha kecil juga tergolong dalam usaha kecil menengah (UKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan, bertujuan untuk memproduksi barang ataupun jasa untuk diperniagakan secara komersial.²

Beberapa alasan mengapa usaha kecil perlu dikembangkan karena untuk membuka lapangan pekerjaan, menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestic bruto, salah satu solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah sedangkan daerah adalah meningkatkan

² Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", *Jurnal Sains Pertanian*, No.1(2018),78.

pendapatan, memberdayakan masyarakat, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di Desa, mempererat rasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju. Namun pada kenyataan masih ada usaha yang belum mampu mengelola usahanya dengan baik, sehingga tidak jarang pula usaha kecil yang gagal dalam usahanya. Kegagalan ini disebabkan karena masih rendahnya pengetahuan pemilik usaha dalam mengelola usahanya.

Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan, dalam perkembangan konsep dalam strategi harus terus memiliki perkembangan konsep dalam strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang memiliki pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi, strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk mencapai visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk mencapai sasaran atau tujuan, baik jangka pendek atau tujuan jangka panjang

Pada saat ini, pengusaha tidak hanya fokus pada manajemen keuangan semata tetapi juga pada manajemen pemasaran, khususnya dalam perumusan dan eksekusi strategi bersaing. Usaha ini diperlukan untuk meningkatkan hasil penjualan produk dengan melakukan penerapan strategi pengembangan yang tepat dan akurat. Dengan begitu usaha kecil ini diharapkan mampu bersaing dengan produk sejenis baik dari kota lain maupun dari negara lain.

Dalam menghadapi tantangan ini, maka usaha kecil perlu membuat perencanaan dan strategi yang jitu, agar perusahaan dapat mengetahui

kekuatan, kelemahan dan peluang untuk membantu mengembangkan usaha kecil miliknya. Hal ini selaras dengan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Banyuwangi, Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru berupa berkembangnya usaha kecil di bidang kerajinan aluminium Desa. Dalam mengenali kekuatan dan kelemahan serta memanfaatkan serta peluang yang ada, Pengrajin Aluminium Desa Kalibaru Wetan mempunyai strategi yang baru dan diperlukan dalam menjalankan usaha pemasaran maupun strategi pengembangan usaha pada masa yang akan datang.

Melihat penjualan seperti itu, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mendukung UKM dalam meningkatkan daya saing penjualan berupaperalatan dapur dan rumah tangga. Beliau Bupati Banyuwangi Abdullah Azwar Anas menyelenggarakan Bazar Peralatan dapur dan rumah tangga bernamakan “Dandang Sewu” sebagai salah satu cara mempromosikan potensi warga Kalibaru sebagai kota yang memiliki potensi pengrajin aluminium terbaik di Jawa Timur. Event ini berguna bagi usaha kerajinan aluminium agar dapat dikenal oleh masyarakat Banyuwangi dan sekitarnya.

Berdasarkan observasi awal peneliti di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi terdapat kurang lebih 5 pengrajin aluminium. Satu diantara pengrajin aluminium terlihat berbeda dari pengrajin lainnya. Hanya pengrajin aluminium di Toko Bapak Imron yang menggunakan alat teknologi canggih dan beberapa strategi pengembangan dalam usaha kecilnya.

Strategi pengembangan yang dilakukan beliau meliputi: 1)

Peningkatan akses kepada aset produktif, seperti manajemennya, teknologi dan segi-segi lainnya yang penting. Kebanyakan pembuatan kerajinan aluminium diproduksi tanpa adanya alat teknologi, dengan membuat olahan bahan lalu dicetak. Berbeda dengan lokasi yang peneliti temui bahwa proses produksinya menggunakan alat. Hal ini dijelaskan untuk mengifesiensi waktu serta memperbaiki kualitas kerajinan aluminium itu sendiri. Selain itu, strategi yang digunakan yaitu 2) Adanya peningkatan akses pada pasar. Artinya lokasi usaha kecil kerajinan aluminium ini menyediakan mobil untuk sarana antar kerajinan aluminium kepada konsumen dan membuat pamphlet serta menempelkan diberbagai lokasi sebagai bentuk promosi agar keberadaan kerajinan aluminium ini diketahui. Strategi pengembangan yang dilakukan pada usaha kecil kerajinan aluminium ini selanjutnya yaitu 3) Peningkatan SDM dalam hal ini terkait pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Pelatihan yang dilakukan setiap sebulan sekali mengadakan training antar karyawan yang dipandu oleh pemilik langsung. Hal ini dijelaskan untuk pengembangan kualitas kinerja karyawan dalam membuat kerajinan aluminium. Selanjutnya kelembagaan 4) Memperluas jaringan pemasaran, di Toko Bapak Imron memanfaatkan Live streaming TikTok dan Shopee. Strategi tersebut menjadi tren yang pesat di era digital, terutama di semua kalangan termasuk milenial.

Dari pemaparan tersebut urgensi pemasaran pada Toko Barokah Bapak Imron sangat efektif untuk mengoptimalkan potensi pendapatan tambahan serta memperluas jangkauan pemasaran. Hal ini sebanding dengan

wawancara bersama Karyawan di Toko Bapak Imron mengenai Live TikTok. “ Selama Live streaming di TikTok memungkinkan interaksi langsung dengan penonton.. Kami dapat memanfaatkan ini untuk mengoptimalkan keterlibatan pengguna dan memperkuat hubungan dengan konsumen” Selama sesi *live selling*, penjual dapat menjelaskan detail produk lebih rinci dan berinteraksi dengan calon pembeli secara real-time.

Usaha kerajinan dandang yang ada sejak tahun 1948 yang di kembangkan bersama masyarakat di Dusun Tegal Pakis, Desa Kalibaru Wetan. Mayoritas masyarakat Dusun Tegal Pakis didominasi berprofesi sebagai pengrajin pembuatan peralatan dapur. Hal ini dikarenakan industri kerajinan telah dijadikan sebagai salah satu mata pencaharian bagi masyarakat sekitar. Jumlah unit usaha kerajinan di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru jumlah populasinya pada tahun 2013 berjumlah 60 unit usaha pada tahun 2014 sebanyak 75 unit. Perkembangan usaha kerajinan aluminium juga terlihat dari penyerapan tenaga kerja yang awalnya hanya menggunakan anggota keluarga yang berjumlah 5 orang, tetapi sekarang penyerapan tenaga kerjanya sudah semakin meningkat, bukan hanya anggota keluarga saja tetapi masyarakat sekitar yang bekerja dalam usaha kerajinan aluminium.³

Ada beberapa pemilik usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi, salah satunya usaha kerajinan aluminium yang dikembangkan oleh Bapak Imron yang berusia 45

³ Devi Vebri Yanto, Pudjo Suharjo, Sri Wahyuni, *Perkembangan, Pemilik Usaha, Kerajinan Aluminium* (Jember: Universitas Jember, 2015), 6.

tahun, keunikan dari usaha kerajinan aluminium bapak Imrom dimana dalam perkembangan usahanya Bapak Imron menjual produk-produk yang terbaik kepada pembeli dengan menciptakan berbagai macam produk yang bervariasi dan jumlah yang semakin banyak. Pada tahun 2005 awal perkembangan usaha kerajinan aluminium milik bapak Imron hanya 2 macam produk yaitu: dandang dan wajan dengan jumlah yang masih sedikit, dandang masih berukuran sedang sedangkan wajan masih berukuran sedang dan kecil, dalam produk yang dihasilkan pada tahun 2005-2011 Bapak Imron bisa menghasilkan 20-100 pcs barang dalam per-bulannya dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 2 orang. Tahun 2011-2019 produksi usaha kerajinan aluminium bertambah menjadi 4 macam produk yaitu: dandang, wajan, oven, dan toples sedangkan tenaga kerja juga mengalami peningkatan yakni 5 orang meningkat sebanyak 3 orang dari tahun sebelumnya, penggunaan tenaga kerja yang meningkat menghasilkan volume produksi yang bertambah dan produk yang bermacam-macam. Jumlah produk yang dihasilkan juga mengalami proses yang bertahap dari sebelumnya pada saat mulai usaha ini berkembang sampai sekarang menjadi maju.⁴

Selang kurun waktu lebih dari 4 tahun hingga pada akhirnya usaha kerajinan aluminium milik Bapak Imron semakin meningkat dan permintaan pelanggan untuk barang kerajinan aluminium juga semakin meningkat dari tahun 2019-2022, sekarang barang yang dihasilkan semakin banyak yaitu: dandang, wajan, oven, toples, cetakan kue, kompor, sendok, baskom dan

⁴ Bapak Imron, *wawancara*, Banyuwangi, 13 Juli 2023.

kubah masjid semua ada 9 macam yang awalnya hanya 4 macam meningkat menjadi 9 macam. Dalam per-bulannya Bapak Imron bisa menghasilkan 200-600 pcs dengan pegawai 9 orang, setiap harinya bisa menghasilkan 40 pcs dalam jangka waktu 2 hari kecuali permintaan kubah masjid yang membutuhkan waktu 10-15 hari dalam menghasilkan satu kubah. Penjualannya pun sampai di berbagai daerah diantaranya yaitu di daerah Lumajang, Jember, Propolinggo, dan Banyuwangi namun usaha ini belum menjual menggunakan sistem aplikasi online sehingga penjualannya masih kurang berkembang hanya saja mereka menerima pesanan serta pengantaran ke lokasi pemesan dan penjualannya hanya di toko depan rumah pemilik usaha aluminium.

Perkembangan ini juga dilihat dari barang-barang yang dijual oleh Bapak Imron, apabila awalnya hanya beberapa barang perabotan rumah tangga yang diproduksi atau dijual sekarang berbagai variasi dan untuk meningkatkan usaha kerajinan aluminium Bapak Imron melakukan keanekaragaman produk dan dengan produk lain yang memiliki keanekaragaman tampilan atau ukuran kecil hingga ukuran besar dan juga memproduksi dengan jumlah yang banyak. Perkembangan ini dapat dilihat juga berdasarkan penjualan yang dilakukan oleh Bapak Imron berdasarkan tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan Pada Tahun 2011-2024.

Tahun	Penjualan
2011	60 pcs/ bulan
2016	55 pcs/ bulan
2019	100 pcs/ bulan

2022	300 pcs/ bulan
2024	650 pcs/ bulan

Sumber : data diolah peneliti

Adapun faktor pendukung usaha kerajinan aluminium Bapak Imron yaitu adanya inovasi produk yang menghasilkan produk baru unggul dan berkualitas dan peningkatan tenaga kerja untuk membantu membuat usaha kerajinan aluminium yang lebih banyak sedangkan faktor penghambatnya adalah belum menggunakan aplikasi online sehingga penjualannya masih kurang berkembang.⁵

Berdasarkan penjabaran diatas maka penyusun bermaksud melakukan penelitian terdahulu dengan judul: **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN ALUMINIUM TOKO BAROKAH DI DESA KALIBARU WETAN KECAMATAN KALIBARU KABUPATEN BANYUWANGI”**

B. Fokus penelitian

Dari batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi pada penelitian ini dapat diajukan dalam pertanyaan penelitian sebagai :

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium toko Barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi ?
2. Apa saja faktor pendukung serta penghambat strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium toko Barokah di Desa Kalibaru Wetan

⁵ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 13 Juli 2023

Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium toko Barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi
2. Untuk mengetahui faktor pendukung serta penghambat strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium toko Barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian. Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

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

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti bagi

peneliti sebagai pedoman dan bahan kajian dalam menyumbangkan pemikiran tentang mengembangkan dan mengelola potensi desa guna meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Khususnya dalam hal terkait strategi mengembangkan usaha kerajinan aluminium

a. Bagi Pemilik Usaha Kerajinan Aluminium

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan yang konstruktif dalam mengelola usaha kerajinan serta bisa terus mengembangkan strategi-strategi yang inovatif dalam mengembangkan usaha kerajinan

b. Bagi Civitas Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan mengembangkan ilmu pengetahuan, dapat dijadikan sebagai bahan referensi kepustakaan, menumbuhkan minat segenap civitas akademik

untuk mengembangkan lebih dalam tentang usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya dengan tema yang terkait

c. Bagi Masyarakat atau Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan suatu pembelajaran atau masukan yang positif dan sebagai salah satu sumber informasi tambahan dan masyarakat juga mendapatkan pemahaman mengenai strategi usaha kerajinan aluminium dalam ranah pengembangan usaha kerajinan.

E. Definisi Istilah

Penelitian ini berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah Di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru” Oleh karena itu penulis perlu menjelaskan makna kata yang terdapat pada judul tersebut agar tidak terjadi kesalah pahaman pada pembaca

1. Strategi

Strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang direncanakan, pengarahan sumber daya, dan interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan lain. Jadi dapat disimpulkan strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan, dengan menjelaskan apa yang harus dicapai, kemana akan berfokus, dan bagaimana sumber daya dan kegiatan mana yang akan dialokasikan untuk setiap produk pasar dalam memenuhi peluang dan tantangan lingkungan serta untuk meraih keunggulan kompetitif

2. Pengembangan

Pengembangan adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar

3. Usaha

Kegiatan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian usaha adalah kegiatan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan

untuk mencapai suatu maksud. Dalam ilmu bisnis usaha merupakan kegiatan perekonomian yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan. Untuk memahaminya lebih lanjut, simak ulasannya di sini.

4. Kerajinan

Kerajinan adalah sejenis kerajinan yang menghasilkan berbagai barang-barang perabotan, barang-barang perhiasan, atang barang-barang anggun yang masing-masing bermutu kesenian. Pengertian kerajinan dapat disimpulkan bahwa kerajinan adalah hasil dari keterampilan aktivitas manusia yang menghasilkan berbagai macam produk atau prabot, dimana kerajinan tersebut dikerjakan dengan keterampilan tangan, keahlian, kemahiran dan didasari daya cipta yang kreatif sehingga menghasilkan barang-barang yang mempunyai nilai artistik atau seni serta nilai guna kebutuhan sehari-hari.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan dan diakhiri bab penutup. Penulisan sistematika pembahasan berbentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.⁶

Berikut sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

BAB I pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 73.

BAB II kajian kepustakaan, memuat tentang ringkasan kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan saat ini dan memuat tentang kajian teori.

BAB III metode penelitian, memuat tentang metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti, terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV penyajian data dan analisis, dalam bab ini terdiri dari: gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, dan pembahasan temuan.

BAB V penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran. Fungsi dari bab ini untuk memperoleh gambaran dari hasil penelitian dan gambaran tentang penelitian yang diteliti. Serta memberikan saran yang terkait dengan penelitian ini

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Untuk membandingkan dan sebagai referensi awal penelitian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini, adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan pembahasan ini, antara lain:

1. Nurannisa Suci Rahmawati, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Untuk mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. (2021) Universitas Negeri Raden Intan Lampung

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dimana jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan⁷

Hasil penelitian yang diperoleh dari diagram SWOT menggambarkan bahwa posisi produk usaha berbeda di kuadrat I dengan hasil 0,15 dan 0,5 yang menyatakan bahwa strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM.

2. Rosmala Dewi pada tahun 2022. Universitas Syiah Kuala “ Strategi Pengembangan Sentra Kerajinan Tenun Asma Songket Di Lamno Kecamatan Aceh Jaya “ Jurnal Budaya dan Busana. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang menghambat perkembangan senta

⁷ Nurannisa Suci Rahmawati, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Untuk mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM di Masa Pandemi COVID-19 di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi: IAIN Raden Intan Lampung, 2021), 108.

kerajinan tenun asma songket di Lamno Kabupaten Aceh Jaya. Subjek penelitian ini adalah pengolahan dan pengrajin sentra kerajinan tenun asma songket di Lamno Kabupaten Aceh Jaya. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menghambat perkembangan sentra kerajinan tenun asma songket di Lamno Kabupaten Aceh Jaya ialah modal yang terbatas⁸

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menjelaskan tentang pengembangan usaha dengan metode deskriptif kualitatif sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rosmala Dewi membahas tentang pengembangan usaha untuk mengetahui faktor-faktor penghambat pengembangan sedangkan peneliti membahas mengenai pengembangan usaha untuk mengetahui strategi pengembangan

3. Ridha, Dance Tangkesalu, Muh Fardhal Pratama pada tahun 2022.

Universitas Tadulako “Strategi Pengembangan Usaha Mebel Adi Irma di Kota Palu ” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat sesuai dengan kondisi yang dihadapi usaha mebel Adi Irma sehingga dapat meningkatkan produksi dan penjualan. Hasil yang diperoleh berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan eksternal pada mebel Adi Irma adalah hasil analisis SWOT. Teknik untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan promosi di internet sehingga

⁸ Rosmala Dewi, ”Strategi,”Pengembangan Sentra Kerajinan Tenun Asma Songket Di Lamno Kecamatan Aceh Jaya”, *Jurnal Budaya dan Busana*, 2 (2022), 160-165.

dapat membantu peningkatan penjualan pada industri mebel Adi Irma⁹

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang pengembangan usaha dengan menggunakan sistem penelitian observasi sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ridha, Dance Tangkesalu, Muh Fardhal Pratama membahas tentang pengembangan usaha industri mebel sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan dari aluminium

4. Umar Syarifuddin, Gunawan Bata Ilyas, Misbahuddin, Heriyanti Mustafa Amar Sani pada tahun 2022. Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar “ Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma’rang Kabupaten Pangkep ” Jurnal Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar. Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengembangan kerajinan anyaman rotan di Kecamatan Ma’rang Kabupaten Pangkep melalui pemasaran online. Hasil Penelitian ini ada lima alternatif strategi yang ditawarkan bagi usaha kerajinan anyaman rotan di Kecamatan Ma’rang Kabupaten Pangkep yaitu: 1) Menerapkan manajemen hubungan pelanggan dengan menekankan pada pelayanan prima secara langsung maupun online 2) Pengembangan kerjasama dalam menerima ide-ide maupun komplain atau keluhan bagi pelanggan serta pengembangan produk baru 3) Meningkatkan produksi kerajinan yang beragam bentuk maupun fungsi 4) Memberdayakan pemasaran melalui media, social/online, serta

⁹ Ridha, Dance Tangkesalu, Muh Fardhal Pratama, ”Strategi Pengembangan Usaha Mebel Adi Irma Di Kota Palu”, *Jurnal Pembangunan Agribisnis*, 1 (2022), 14.

marketplace¹⁰

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menjelaskan mengenai pengembangan usaha dengan menggunakan sistem penelitian observasi dan wawancara sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Umar Syarifuddin, Gunawan Bata Ilyas, Misbahuddin, Heriyanti Mustafa Amar Sani membahas tentang pengembangan usaha kerajinan anyaman rotan dan bamboo melalui pemasaran online sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan aluminium tanpa media online

5. Samsul Bahri, Teuku Makmur, Otto Nur Abdullah pada tahun 2021. Universitas Syiah Kuala Indonesia “ Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan Rotan (Studi Kasus) Di Desa Keude Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar ” Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di Desa Keude Bieng Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang dapat mendukung kembangnya usaha kerajinan rotan di Desa Keudee Bieng yaitu faktor kekuatan yang meliputi kualitas produk yang dihasilkan baik sedangkan faktor kelemahan adalah kurangnya promosi dalam

¹⁰ Umar Syarifuddin, Gunawan Bata Ilyas, Misbahuddin, Heriyanti Mustafa Amar Sani, “Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online Di Kecamatan Ma’rang Kabupaten Pangkep”, *Jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar*, (2022), 89.

pemasaran produk yang belum terlaksanakan¹¹

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang pengembangan usaha kerajinan sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Samsul Bahri, Teuku Makmur, Otto Nur Abdullah membahas tentang pengembangan usaha kerajinan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha untuk mengetahui peluang dalam mengembangkan usaha

6. Robby Ardiansaf pada tahun 2021. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. “ Strategi Pengembangan Usaha Gerabah Dari Tanah Lempung Di Desa Rejotangan Tulungagung ” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Penelitian ini dilatar belakangi oleh produsen gerabah dari tanah lempung di Desa Renjotangan yang belum mampu bersaing dengan kompetitor dari provinsi lain dalam hal pengembangan usaha gerabah dari tanah lempung, karena masih menggunakan alat tradisional serta kurangnya pembaruan produk gerabah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian bersifat deskriptif. Adapun data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder, sedangkan teknik pengumpulan meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan pelaku usaha gerabah dari tanah lempung di Kecamatan Renjotangan diantaranya: a) Memasarkan produk gerabah melalui

¹¹ Samsul Bahri, Teuku Makmur, Otto Nur Abdullah, “Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan Rotan Di Desa Keude Being Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 6 (2021), 4.

facebook, whatsapp, instagram dan membuat alamat website sendiri, b) Melakukan inovasi produk seperti menambah corak kepada vas bunga, c) Menggunakan strategi meminjam uang di BANK terkait dengan masalah permodalan¹²

Persamaan dalam Penelitian ini sama-sama menjelaskan tentang pengembangan usaha sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Robby Ardiansaf membahas tentang pengembangan usaha gerabah dari tanah lempung sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha dari kerajinan aluminium

7. Putu Satya Ary Narendra, I Gus Ayu Ketut Sri Ardani pada tahun 2020. Universitas Udayana (UNUD). “ Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Perak Dengan Metode Analisis Swot Pada Usaha SSS Silver ” Jurnal Manajemen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor dominan dari kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada usaha kerajinan perak SSS Silver dalam menjalankan usahanya dan menentukan strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada usaha kerajinan perak SSS Silver dalam rangka mengembangkan usahanya. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal dominan yang mempengaruhi usaha kerajinan perak SSS Silver dalam menjalankan operasional perusahaannya adalah faktor kekuatan, sedangkan faktor eksternal yang dominan adalah faktor peluang usaha yang dimiliki SSS Silver¹³

¹² Robby Ardiansaf, “Strategi Pengembangan Gerabah Dari Tanah Lempung Desa Renjotangan Tulungagung”, *Jurnal Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung* (2021), 12.

¹³ Putu Satya Ary Narendra, I Gusti Ayu Ketut Sri Ardani, “Strategi Pengembangan Usaha

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menjelaskan mengenai pengembangan usaha produk sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Putu Satya Ary Navedra, I Gusti Ayu Ketut Sri Ardani membahas tentang pengembangan usaha kerajinan perak sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan aluminium

8. Andi Triyawan, Amin Fitria pada tahun 2019. Universitas Darussalam Gontor Indonesia. “ Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Moeslem Square Ngawi ” Jurnal Ekonomi dan Perbangkan Syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis UMKM moeslem square keluarga besar bapak H. Ahmad Subkhi Djuwigma dan mengetahui etika bisnis islami dalam strategi pengembangan. Usaha Bapak H. Ahmad Subkhi Djuwigma merupakan usaha yang berkembang pesat pada produk busana muslim yang merupakan strategi pengembangan usaha eksternal dan internal. Hal ini dikarenakan bisnis ini memiliki metode pengembangan yang sangat islami terbaik bagi pelanggannya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di lokasi usaha dengan tujuan untuk memperoleh data dengan menggunakan sumber data primer melalui wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mendukung penelitian ini juga digunakan data sekunder yang diambil dari buku, jurnal dan sumber lain yang berkaitan dengan etika bisnis islami dalam strategi

Kerajinan Perak Dengan Metode Analisis SWOT Pada Usaha SSS Silver”, *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9 (2020), 10.

pengembangan usaha¹⁴

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menjelaskan mengenai pengembangan usaha dengan penelitian deskriptif kualitatif sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Andi Triyawan, Amin Fitria membahas tentang pengembangan bisnis UMKM produk busana muslim sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan dari aluminium

9. Endra Yuafenadi Arifianto, Rakhmat Himawan pada tahun 2018. Universitas Muhammadiyah Surakarta, “ Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Topeng Era Industri 4.0 ” . Penelitian ini menggunakan tools analisis SWOT untuk mengukur kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman komunitas pelaku usaha Industri Kreatif Topeng Malang. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan kearifan lokal topeng malang sebagai hasil karya seni dan budaya serta produk kerajinan bernilai ekonomis harus ditanamkan sejak usia dini sebagai identitas asli warga kota Malang¹⁵

Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas mengenai pengembangan dan kearifan kerajinan sedangkan perbedaannya adalah peneliti Endra Yuafenadi Arifianto membahas tentang pengembangan usaha kreatif kerajinan topeng malang sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan aluminium

¹⁴ Andi Triyawan, Amin Fitria, “ Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Moeslem Square Ngawi”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5 (2019), 44-62.

¹⁵ Endra Yuafenadi Arifinto, Rakhmat Himawan, “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Topeng Era Industri 4.0”, *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*, (2018), 89.

10. Aan Sudarwanto, Kuntadi Wasi Darmojo pada tahun 2018. Institut Seni Indonesia Surakarta “ Strategi Pengembangan Industri Kriya Logam di Desa Tumang Cepogo Boyolali ” Jurnal Seni Kriya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengabdian pada masyarakat dalam pengembangan industri kriya logam yang berada di Desa Tumang Cepogo Boyolali, dengan menitikberatkan pada penanganan kualitas produk dan kecepatan produksi sehingga mampu bersaing sebagai produk ekspor. Metode atau pendekatan yang digunakan di dalam pengembangan industri kriya logam ini antara lain menggunakan interaktif, bimbingan, dan wawancara. Fokus dari kegiatan pemberdayaan ini lebih diarahkan pada aspek peningkatan kualitas produksi kerajinan logam yang meliputi penguatan sistem produksi, penguatan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi tepat guna dan branding produk yang akhirnya bermuara pada ekspor hasil produk kerajinan¹⁶

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang pengembangan usaha dengan menitikberatkan pada kualitas produk sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Aan Sudarwanto, Kuntadi Wasi Darmojo fokus pada peningkatan produk sedangkan peneliti fokus pada peluang usaha

Berikut merupakan sebuah tabel mengenai metode penelitian dari hasil penelitian serta mengenai persamaan dan perbedaan peneliti dengan peneliti sebelumnya.

¹⁶ Aan Sudarwanto, Kuntadi Wasi Darmojo, “Strategi Pengembangan Industri Kriya Logam Di Desa Tumang Cepogo Boyolali”, *Jurnal Seni Kriya*, 7 (2018), 66.

Tabel 2.1
Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Silfia Oknita Puspitasari (2022)	Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan Rotan (Studi Pada Desa Trangsangan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo)	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengembangan usaha dengan metode penelitian kualitatif	Perbedaannya dalam penelitian Silfia Oknita Puspitasari membahas tentang pengembangan usaha industri kerajinan rotan sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan aluminium
2	Rosmala Dewi (2022)	Strategi Pengembangan Sentra Kerajinan Tenun Asma Songket Di Lamno Kecamatan Aceh Jaya	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengembangan usaha dengan metode deskriptif kualitatif	Perbedaannya dalam penelitian Rosmala Dewi membahas tentang pengembangan usaha untuk mengetahui faktor-faktor penghambat pengembangan sedangkan peniliti membahas tentang pengembangan usaha untuk mengetahui strategi pengembangan
3	Ridha, Dance Tangkesalu, Muh Fardhal Pratama (2022)	Strategi Pengembangan Usaha Meubel Adi Irma Di Kota Palu	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang pengembangan usaha dengan menggunakan sistem penelitian observasi	Perbedaannya dalam penelitian Ridha, Dance Tangkesalu, Muh Fardhal Pratama membahas tentang pengembangan usaha industri meubel sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan dari aluminium
4	Umar	Strategi	Persamaan dalam	Perbedaan dalam

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Syarifuddin, Gunawan Bata Ilyas, Misbahuddin, Heriyanti Mustafa Amar Sani (2022)	Pengembangan Usaha Kerajinan Perak Dengan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online Di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep	penelitian ini sama-sama membahas tentang pengembangan usaha dengan menggunakan sistem penelitian observasi dan wawancara	penelitian Umar Syarifuddin, Gunawan Bata Ilyas, Misbahuddin Heriyanti Mustafa Amar Sani membahas tentang pengembangan usaha kerajinan rotan dan bamboo melalui pemasaran online sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan aluminium tanpa media online
5	Samsul Bahri, Teuku Makmur, Otto Nur Abdullah (2021)	Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan Rotan (Studi Kasus) Di Desa Keude Being Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menjelaskan tentang pengembangan usaha kerajinan	Perbedaan dalam penelitian Samsul Bahri, Teuku Makmur, Otto Nur Abdullah membahas tentang pengembangan usaha kerajinan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha untuk mengetahui peluang dalam mengembangkan usaha
6	Robby Ardiansaf (2021)	Strategi Pengembangan Usaha Gerabah Dari Tanah Lempung Di Desa Renjotangan Tulungagung	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang pengembangan usaha	Perbedaan dalam penelitian Robby Ardiansaf yaitu membahas tentang pengembangan usaha gerabah dari tanah lempung sedangkan peneliti

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
				membahas tentang pengembangan usaha dari kerajinan aluminium
7	Putu Satya Ary Narendra, I Gus Ayu Ketut Sri Ardani (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Perak Dengan Metode Analisis SWOT Pada Usaha Silver	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang pengembangan usaha produk	Perbedaannya dalam penelitian Putu Satya Ary Narendra, I Gus Ayu Ketut Sri Ardani yaitu membahas tentang pengembangan usaha kerajinan perak sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan aluminium
8	Andi Triyawan, Amin Fitria (2019)	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Moeslem Square Ngawi	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang pengembangan usaha dengan penelitian deskriptif kualitatif	Perbedaannya dalam penelitian Andi Triyawan, Amin Fitria yaitu membahas tentang pengembangan bisnis UMKM produk busana muslim sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan usaha kerajinan dari aluminium
9	Endra Yuafenadi Arifianto, Rakhmat Himawan (2018)	Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Topeng Era Industri 4.0 ”	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan dan kearifan kerajinan	Perbedaannya dalam penelitian Endra Yuafenadi Arifianto, Rakhmat Himawan membahas tentang pengembangan usaha kreatif kerajinan topeng malang sedangkan peneliti membahas tentang pengembangan

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
				usaha kerajinan aluminium
10	Aan Sudarwanto, Kuntadi Wasi Darmojo (2018)	Strategi Pengembangan Industri Kriya Logam Di Desa Tumang Cepogo Boyolali	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan usaha yang menitikberatkan pada kualitas produk	Perbedaannya dalam penelitian Aan Sudarwanto, Kuntadi Wasi Darmojo fokus pada peningkatan produk sedangkan peneliti fokus pada peluang usaha

B. Kajian Teori

Kajian teori berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam penelitian. Pembahasan teori secara luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan ditinjau penelitian¹⁷

1. Strategi

a. Definisi Strategi

Pengertian strategi menurut Swasta dan Irawan yaitu “Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut (perusahaan)” sedangkan menurut Lawrence dan William yaitu:

*“A strategi is unifled, comprehensive, and integrated plan that relates the strategic advantages of the firm to the challengers of the environment and that is designed to ensure that the basic objective of enterprice are achived through proper execution by the organization”*¹⁸

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para

¹⁷ Tim Penyusun, *Metode Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2018), 67.

¹⁸ Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, *Manajemen strategis dan kebijakan perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 2000), 12.

pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi juga merupakan upaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat dicapai dengan mempergunakan sumber-sumber yang dimiliki. Diusahakan pula untuk mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan-tantangan yang ada. Strategi dapat berupa upaya untuk menyusun target, program, proyek untuk tercapainya tujuan-tujuan serta tugas pokok perencanaan. Strategi disusun berdasarkan promises dan tujuan yang telah ditetapkan.¹⁹

Menurut Laurence dan William mengatakan “bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan”.²⁰

Strategi adalah suatu rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan

¹⁹ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 16.

²⁰ Laurence, R Joch & William F. Glucek, *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan, Edisi ketiga, Terjemahan: Murad & AR. Henry Sitanggang*, (Jakarta: Erlangga, 1998), 12.

b. Tahapan Strategi

Ada beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, diantaranya:

- 1) Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut
- 2) Melakukan analisis lingkungan internal untuk mengukur kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan
- 3) Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan dari strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya
- 4) Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternative strategi dalam mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi yang dihadapi. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang²¹

c. Tahap Perencanaan Strategi

Perencanaan strategis adalah instrumen kepemimpinan dan suatu proses. Ia menentukan apa yang dikehendaki organisasi di masa depan dan bagaimana usaha mencapainya, suatu proses yang menjelaskan sasaran-sasaran.²² Bahkan perencanaan strategis adalah suatu proses dalam membuat keputusan strategis atau menawarkan

²¹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Libetty, 2023), 29-30.

²² H. Muhammad Ramli, *Manajemen Strategik Sektor Publik* (Makassar: Alauddin, University, 2014), 260.

metode untuk memformulasikan dan mengimplementasikan keputusan strategis serta mengalokasikan sumber daya untuk mendukung unit kerja dan tingkatan dalam organisasi.²³

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk mengelola secara efektif peluang-peluang dan ancaman-ancaman yang terdapat dalam lingkungan eksternal dan memfokuskan pada kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Pada perumusan strategi mencakup analisis lingkungan intern dan ekstern, penetapan visi, penetapan misi, penetapan tujuan, penetapan strategi dan penetapan kebijakan.²⁴

Perencanaan atau formulasi strategi mencakup pengembangan Visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu yang akan digunakan seterusnya. Masalah Formulasi strategi termasuk memutuskan apa yang harus dimasukkan oleh bisnis baru, bisnis apa yang harus ditinggalkan, cara mengalokasikan sumber daya, apakah akan memperluas operasi atau diversifikasi, apakah akan memasuki pasar internasional, apakah akan menggabungkan atau membentuk usaha patungan, dan bagaimana untuk menghindari pengambilalihan yang bermusuhan.²⁵

²³ H. Muhammad Ramli, *Manajemen Strategik Sektor Publik* (Makassar: Alauddin University, 2014), 262.

²⁴ Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik* (Bandung: Alfabeta, 2007), 131-132.

²⁵ *Ibid.*, 131-132.

Langkah-langkah formulasi strategik menurut Sharplin adalah:

- 1) Menetapkan misi suatu perusahaan atau korporasi khususnya pengembangan sebuah usaha kedepannya.
- 2) Melakukan *scanning* terhadap hambatan dan dorongan yang terjadi kedepannya untuk dapat mempersiapkan langkah bagi perusahaan kedepannya.
- 3) Menetapkan arah dan sasaran perusahaan terhadap tujuan pengembangan yang ingin dicapai.²⁶

d. Tahap Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan makna perencanaan tidak dapat berdiri sendiri dan terbatas pada satu pengertian. Hal itu disebabkan beragamnya makna perencanaan dalam berbagai bidang ilmu. Berbagai makna perencanaan bergantung pada sudut pandang serta latar belakang yang mempengaruhi seseorang.²⁷

Implementasi strategi adalah sekumpulan aktivitas dan pilihan yang diperlukan untuk melaksanakan rencana strategis. Intinya adalah adanya tindakan untuk melaksanakan rencana strategis yang telah disusun sebelumnya. Tahapan ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan program, penetapan anggaran dan penetapan prosedur.²⁸

Implementasi strategi memerlukan perusahaan untuk

²⁶ Edy Mulyadi Soepardi, "Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang menderita kerugian)", *Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 2 (3 Juni-September, 2005), 47-71.

²⁷ Nia Kurnia Lestari, *Manajemen Strategis teori dan implementasi* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2008), 12.

²⁸ Edy Mulyadi Soepardi, "Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang menderita kerugian)", *Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 2 (3 Juni-September, 2005), 47-71.

menetapkan tujuan tahunan, merancang kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang diformulasikan dapat dieksekusi. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya strategi-mendukung, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengalihkan upaya pemasaran, mempersiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi, dan menghubungkan karyawan kompensasi terhadap kinerja organisasi. Implementasi strategi sering disebut “tahap aksi” manajemen strategis. Implementasi strategi berarti memobilisasi karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi dirumuskan ke dalam tindakan. Sering dianggap sebagai tahap paling sulit dalam manajemen strategis, implementasi strategi memerlukan disiplin pribadi, komitmen, dan pengorbanan. Implementasi strategi yang berhasil bergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan, yang lebih merupakan seni daripada ilmu pengetahuan.²⁹

Implementasi strategis merupakan proses di mana beberapa strategi dan kebijakan ditransformasikan menjadi tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Meskipun implementasi biasanya hanya dipertimbangkan setelah strategi dirumuskan, implementasi adalah kunci keberhasilan manajemen strategis. Menurut Schendel dan Hofer dalam Syaiful Sagala menjelaskan bahwa implementasi strategi dicapai melalui alat

²⁹ Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik* (Bandung: Bina Rupa Aksara, 1996), 16.

administrasi yang dikelompokkan tiga kategori yaitu:³⁰

- 1) Struktur yaitu rangkaian seseorang yang ditempatkan pada *jobdesk* tertentu, sehingga nantinya memiliki alur seseorang bertanggungjawab terhadap apa dan bertanggungjawab kepada siapa.
- 2) Proses yaitu bagaimana tugas dan tanggung jawab itu dikerjakan masing-masing pekerja.
- 3) Tingkah laku adalah perilaku yang menggambarkan motivasi, semangat kerja, penghargaan, disiplin, etika, dan sebagainya.

Implementasi strategi meliputi penentuan sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan perusahaan, memotivasi pekerja dan menglokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan.³¹

e. Tahap Evaluasi Strategi

Evaluasi atau kontrol strategis mencakup upaya untuk memantau hasil keseluruhan dari pembuatan dan penerapan strategi termasuk mengukur kinerja individu dan perusahaan serta mengambil langkah korektif jika diperlukan. Untuk mengetahui atau melihat sejauh mana efektivitas implementasi strategis, tahap selanjutnya diperlukan yaitu evaluasi.³²

Evaluasi merupakan proses terpenting dan harus dilakukan

³⁰ Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik* (Bandung: Alfabeta, 2007), 131-132.

³¹ Soepardi, "Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang menderita kerugian)", *Jurnal Sosial dan Pembangunan*, (2020), 47-71.

³² Andi M Sadat, Brand Belief, *Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 67.

guna memperbaiki ketimpangan pelaksanaan strategi. Proses manajemen belum dapat dikatakan mencapai hasil akhir sebelum hasil implementasi strategi dievaluasi. Evaluasi strategi sebagai tahap akhir dalam manajemen strategis. Evaluasi strategi diartikan sebagai sebuah usaha agar mendapatkan informasi yang dapat dimodifikasi pada periode berikutnya yang disebabkan karena adanya faktor dari dalam dan faktor dari luar yang bisa saja berubah setiap saat. Pada evaluasi strategi akan terjawab apakah tujuan (goals) telah tercapai sesuai dengan implementasi strategi yang dipilih.³³

Tahapan akhir adalah evaluasi implementasi strategi atau pengendalian strategi. Perencanaan tanpa pengendalian hanya kecil nilai operasionalnya, suatu program pelaksanaan rencana yang baik membutuhkan proses pengendalian dalam pelaksanaannya. Evaluasi dan pengendalian strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya, evaluasi dan pengendalian akan menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi dan pengendalian sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.³⁴

Evaluasi bertujuan untuk mengevaluasi strategi yang telah dilaksanakan meliputi

³³ Nia Kurnia Lestari, *Manajemen Strategis teori dan implementasi* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2008), 24.

³⁴ Heru Kristanto, *Kewirausahaan Entrepreneurship Pendekatan Manajemen dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 77.

- 1) Meninjau faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar dari strategi yang ada;
- 2) Menilai kinerja strategis; dan
- 3) Membuat langkah-langkah korektif.³⁵

f. Jenis-jenis Strategi

Kebanyakan dari perusahaan menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat berisiko jika dijalankan terlalu jauh. Dalam perusahaan-perusahaan besar, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Ada beberapa jenis strategi adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi integrasi meliputi: integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal
- 2) Strategi intensif. Disebut strategi intensif karena ada beberapa hal yang mengharuskan adanya upaya-upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin diperbaiki. Strategi intensif ini meliputi: penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk
- 3) Strategi diversifikasi. Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat
- 4) Strategi defensif meliputi: penciutan, divestasi, dan likuidasi³⁶

³⁵ Ibid., 77.

³⁶ David Fred R, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 256.

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan usaa yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang,yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.³⁷

Pada penelitian AY Lubis, menurut Hafsah. Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah,dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha-usaha kecil agar menjadi usaha yang mandiri dan tangguh.

Menurut Mangkuprawira menyatakan bahwa Pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa yang akan datang. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang,dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atan menambah kecakapan.³⁸

³⁷ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 38.

³⁸ AY Lubis, "Strategi Pengembangan Susu Sari Kedelai", *Jurnal Valuta*, 3 (2011), 9.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha.

Theory of Constraints (TOC) merupakan pengembangan dari *Optimized Production Technology* (OPT). Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh seorang ilmuwan fisika berkebangsaan Israel, Dr. Eliyahu M. Goldratt, dalam bukunya yang berjudul “*The Goal : A Process of Ongoing Improvement*”, yang ditulis pada tahun 1986. Konsep OPT menekankan pada optimasi pemanfaatan stasiun constraints, metode ini juga dikenal dengan nama *Theory of Constraints* (TOC) atau teori kendala. OPT merupakan suatu teknik untuk optimasi penjadwalan produksi yang bertujuan meningkatkan hasil produk jadi keseluruhan yang terjual (*Throughput*), mengurangi persediaan (*Inventory*) dan mengurangi biaya operasional (*Operational expenses*). Dalam OPT, Goldratt telah membuat konsep yang memasukkan filosofi manajemen dalam perbaikan berdasarkan pengidentifikasian kendala-kendala untuk meningkatkan keuntungan. Dasar dari TOC adalah bahwa setiap organisasi mempunyai kendala-kendala yang menghambat pencapaian kinerja (*Performance*) yang tinggi. Kendala-kendala ini seharusnya diidentifikasi dan diatur untuk memperbaiki kinerja, biasanya jumlah kendala terbatas dan bukan

berarti kendala kapasitas. Jika suatu kendala telah terpecahkan, maka kendala berikutnya dapat diidentifikasi dan diperbaharui.³⁹

Dalam mengimplementasi ide-ide sebagai solusi dari suatu permasalahan, Goldratt mengembangkan lima langkah yang berurutan agar proses perbaikan lebih terfokus dan memberikan pengaruh positif yang lebih baik bagi sistem sebelumnya. Langkah-langkah tersebut adalah:

- 1) Identifikasi sumber daya kendala (*Constraints*) dalam sistem, yaitu memprioritaskan menurut pengaruh terhadap tujuan. Walaupun mungkin ada banyak kendala dalam suatu waktu, biasanya hanya sedikit kendala yang sesungguhnya dalam sistem itu.
- 2) Putuskan bagaimana menghilangkan kendala tersebut, pada tahap ini ditentukan bagaimana menghilangkan kendala yang telah ditemukan dengan mempertimbangkan perubahan dengan biaya terendah.
- 3) Subordinatkan sumber daya lain untuk mendukung langkah menagguhkan hal – hal yang lain yang bukan kendala dari pertimbangan pembuatan keputusan. Alasannya, segala sesuatu yang hilang pada kendala tidak memberikan pengaruh karena sumber – sumber daya itu masih cukup tersedia.
- 4) Lakukan kendala untuk memperbaiki performansi constraint sistem. memprioritaskan solusi masalah pada kendala sistem tidak

³⁹ Juliansyah Noor, *Manajemen Strategi dan Bisnis* (Banten: La Tansa Mashiro, 2020), 58.

memuaskan.

- 5) Kembali ke langkah pertama untuk peningkatan terus menerus, jika langkah – langkah sebelumnya memunculkan kendala – kendala baru dalam sistem tersebut.

b. Definisi Usaha

Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang di berikan dan berkedudukan di suatu daerah dalam suatu Negara.

Maka dapat disimpulkan bahwa usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu

tujuan. Bertitik tolak dari pengertian diatas maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Jadi dari dua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh

setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting) membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengelohan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

c. Tahapan Pengembangan Usaha

Menurut Pandji Anoraga ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain⁴⁰:

1) Identifikasi peluang

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi. Informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti:

- a) Rencana perusahaan
- b) Saran dan usul manajemen kecil
- c) Program dan pemerintah

⁴⁰ Pandji Anoraga, *Pendekatan Bisnis dalam Era Globalisasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), 90.

- d) Hasil berbagai riset peluang usaha
 - e) Kadin atau asosiasi usaha sejenis
- 2) Merumuskan Alternatif Usaha

Setelah informasi berkumpul dan analisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka

3) Seleksi Alternatif

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik. Untuk usaha yang dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a) Ketersediaan pasar
- b) Resiko kegagalan

c) Harga

4) Pelaksanaan Alternatif Terpilih

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih

5) Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya

d. Teknik Pengembangan Usaha

1) Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha⁴¹. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis. Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai jangka ekonomis. Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang, maka tidak baik untuk dilakukan.

Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha.

2) Perluasan cakupan usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang

⁴¹ Suryana, *Pedoman Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba, 2006), 156.

diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi terpisah. Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah untuk memperluas skala ekonomi atung cukup, lingkup ekonomi, bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan.

e. Jenis-jenis Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.⁴²

⁴² Ferddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 14.

1) Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.⁴³ Strategi pengembangan produk merupakan juga dapat digambarkan sebagai suatu usaha dalam meningkatkan jumlah konsumen ataupun nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan.⁴⁴ Salah satu kunci utama dalam strategi pengembangan produk adalah inovasi dan juga kreativitas dalam penciptaan produk. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen atau nasabah. Perusahaan terus melakukan eksplorasi kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan dari nasabah.

Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan. Strategi pengembangan produk ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk baru yang masih terkait dengan produk yang ada sekarang. Dengan demikian produk baru atau yang dimodifikasi tersebut, dapat dipasarkan kepada pelanggan yang ada sekarang melalui saluran pemasaran yang ada. Gagasan

⁴³ David Fred R, *Manajemen Strategi Konsep* (Bandung: Universitas Sangga Buana, 2017), 251.

⁴⁴ Setyo Soedrajat, *Manajemen Pemasaran Jasa Bank* (Jakarta: Ikral Mandiri Abadi, 1994), 17.

strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Di samping itu sekaligus melakukan pengembangan produk, bagi upaya mendalami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai *product life style*.

Menurut David lima pedoman tentang kapan pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang efektif, yaitu:⁴⁵

- a) Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk; gagasannya disini adalah menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru (yang lebih baik) sebagai hasil dari pengalaman positif mereka dengan produk atau jasa organisasi saat ini.
- b) Ketika organisasi berkompetensi di industri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat
- c) Ketika pesaing utama menawarkan produk berkualitas lebih baik dengan harga "bagus"
- d) Ketika organisasi bersaing dalam industry dengan tingkat pertumbuhan tinggi
- e) Ketika organisasi memiliki kapabilitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat

⁴⁵ Ibid., 251.

Menurut Tjiptono terdapat tiga strategi pengembangan produk, yaitu:

- a) Strategi peningkatan kualitas. Produsen dapat meningkatkan daya tahan produk atau dengan meningkatkan kehandalan dan kecepatan pelayanan terhadap konsumen.
- b) Strategi peningkatan keistimewaan. Produk ada empat indikator yang dapat meningkatkan keistimewaan suatu produk, seperti kualitas bahan yang dipakai, keanekaragaman, kenyamanan dalam pemakaian suatu produk bagi penggunaan dan aksesoris tambahan.
- c) Strategi peningkatan gaya produk. Produsen bisa meningkatkan nilai suatu produk dari segi pemilihan warna produk tersebut, rancangan atau desain yang menarik dan yang terakhir adalah kemasan yang dapat memberi nilai tambahan bagi produk

tersebut.⁴⁶

Setiap perusahaan harus memiliki strategi dalam melakukan pengembangan produk. Hal ini bertujuan agar produk yang akan dikembangkan dapat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan konsumen yang sudah ada tetap tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh suatu perusahaan serta dapat menarik konsumen baru.⁴⁷

⁴⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2008), 174-175.

⁴⁷ M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 107.

2) Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan atas produk yang sudah ada pada pasar yang baru. Kegiatan ini merupakan salah satu bagian kecil dari berbagai kemungkinan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan. Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru (dalam perspektif global).⁴⁸

Pada dasarnya kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai pertumbuhan dapat dibagi kedalam tiga kategori sebagai berikut: (1) Pertumbuhan intensif yang dapat dilakukan melalui penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk; (2) Pertumbuhan intergratif yang dapat dilakukan melalui integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal; (3) Pertumbuhan diversifikatif yang dapat dilakukan melalui diversifikasi konsentrik, diversifikasi horizontal, dan integrasi konglomerat.⁴⁹

Menurut David ada enam pedoman tentang kapan pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif, yaitu:

⁴⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, cetakan 7, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 57.

⁴⁹ Hari Suminto, *Pemasaran Blak-blakan* (Batam: Inter Aksara, 2002), 20.

- a) Ketika saluran-saluran distribusi baru yang tersedia dapat diandalkan, tidak mahal, dan berkualitas baik.
- b) Ketika organisasi sangat berhasil dalam bisnis yang dijalankannya
- c) Ketika pasar baru yang belum dikembangkan dan belum jenuh muncul
- d) Ketika organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola perluasan operasi
- e) Ketika organisasi memiliki kapasitas produksi yang berlebih
- f) Ketika industri dasar organisasi dengan cepat berkembang menjadi global dalam cakupannya.⁵⁰

Jadi pengembangan pasar merupakan salah satu bagian dari kemungkinan pertumbuhan intensif, yaitu pertumbuhan yang dicapai tanpa mengubah sistem pemasaran perusahaan.

Pengembangan pasar dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu: (1) secara geografis, perusahaan membuka pasar tambahan, baik melalui perluasan secara regional, nasional maupun internasional; (2) perusahaan berusaha menarik pangsa pasar yang lain dengan jalan mengembangkan versi produk, misalnya produk yang ditawarkan dengan kemasan yang lebih luks, cara pelayanan yang lebih istimewa, dengan memasuki jalur distribusi yang lain, atau dengan memasang iklan pada media yang lain.⁵¹

⁵⁰ Ibid., 259.

⁵¹ M. Mursyid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), 26.

Secara umum, pengembangan pasar dibedakan atas tiga bentuk, yaitu:

- a) Perusahaan dapat mencoba untuk merangsang konsumen agar mereka meningkatkan pembeliannya. Pembelian dapat diuraikan sebagai fungsi dari frekuensi pembelian dikalikan dengan jumlah pembelian yang dilakukan. Suatu perusahaan dapat mendorong konsumennya untuk membeli lebih banyak pada setiap pembelian. Promosi, harga, iklan, publisitas, dan perluasan jaringan distribusi sangat membantu kegiatan ini.
- b) Perusahaan dapat meningkatkan usahanya dengan menarik atau memengaruhi konsumen lainnya. Sarana yang digunakan tidak berbeda dengan yang telah diuraikan pada butir pertama diatas. Perbedaannya hanya pada sasaran atau target yang hendak dicapai, yaitu pada konsumen saingan.
- c) Perusahaan dapat meningkatkan usahanya dengan menarik yang bukan calon konsumen, yang berada dalam lingkungan pasarnya. Perbedaannya terletak pada sasaran atau target yang hendak dicapai, yaitu para calon konsumen dan yang bukan pemakai.⁵²

3) Strategi Pengembangan yang Terkonsentrasi

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi memfokuskan pada suatu kombinasi produk dan pasar tertentu. Suatu

⁵² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 339.

pertumbuhan terkonsentrasi merupakan strategi perusahaan yang langsung menekankan pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan dari suatu produk tunggal, dalam suatu pasar tunggal dengan suatu teknologi yang dominan. Pemilihan secara rasional atas pendekatan ini adalah melakukan penentrasi pasar dengan strategi terkonsentrasi, yang dimanfaatkan perusahaan atas pengalaman pengolahan operasi bisnis perusahaan di dalam suatu arena bisnis persaingan.

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi diarahkan untuk mempertinggi kinerja perusahaan. Dimungkinkannya hal ini, karena didukung oleh kemampuan menilai kebutuhan pasar, pengetahuan tentang perilaku pembeli, sensitivitas harga pelanggan dan efektivitas dari advertensi dan promosi. Suatu perusahaan menjalankan strategi pertumbuhan yang terkonsentrasi secara berhasil, bila didukung oleh pengembangan keterampilan atau skills, dan kompetensi bagi upaya pencapaian keberhasilan bersaing

4) Strategi Inovasi

Strategi inovasi menjadi perhatian bagi suatu perusahaan, karena dalam banyak industri apabila tidak dilakukan inovasi akan dapat meningkatkan timbulnya risiko yang dihadapi perusahaan itu. Strategi inovasi selalu dibutuhkan perusahaan baik untuk produk industri, maupun untuk barang-barang konsumsi, karena

selalu diharapkan adanya perubahan atau kemajuan dari produk yang ditawarkan. Di dalam era persaingan, kompetensi suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu melakukan inovasi baik yang terkait dengan inovasi produk untuk menemukan produk baru atau produk modifikasi, maupun inovasi proses yang dapat menghasilkan produk yang sama dengan biaya yang lebih murah, sebagai akibat digunakannya teknologi baru yang lebih maju.

f. Kendala Pengembangan Usaha

Masalah mendasar usaha kecil yang paling menonjol adalah menyangkut penyediaan pembiayaan usaha atau sering disebut dengan modal usaha. Kebutuhan modal sangat terasa apabila seseorang ingin memulai usaha baru. Biasanya apabila motivasinya kuat, seseorang akan tetap memulai usaha kecil tetapi dengan modal seadanya. Pada usaha yang sudah berjalan, modal tetap menjadi kendala lanjutan untuk berkembang. Masalah yang menghadang usaha kecil menyangkut kemampuan akses pembiayaan, akses pasar dan pemasaran, tata kelola manajemen usaha kecil serta akses informasi.⁵³

Kesulitan usaha kecil mengakses sumber-sumber modal karena keterbatasan informasi dan kemampuan menembus sumber modal tersebut. Padahal pilihan sumber modal sangat banyak dan beragam. Lembaga keuangan bank adalah sumber modal terbesar yang dapat

⁵³ Agustina, *Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM* (Bandung: Pustaka Belajar, 2016), 47.

dimanfaatkan oleh pelaku usaha kecil. Namun untuk bermitra dengan bank, usaha kecil dituntut menyajikan proposal usaha yang feasible atau layak usaha dan menguntungkan. Disamping itu lembaga keuangan bank mensyaratkan usaha kecil harus bankable atau dapat memenuhi ketentuan bank. Inilah persoalan yang mengakibatkan bank berlaku prudent atau hati-hati, maka makin mempersulit usaha kecil untuk mengakses sumber modal. Usaha kecil yang sulit mengakses bank akan mencari jalan pintas. Mau tidak mau berhutang kepada para pelembar uang alias rentenir, tetapi usaha kecil harus rela dengan biaya bunga uang yang mencekik. Seolah olah, usaha kecil tidak mempermasalahkan biaya bunga yang tinggi dari rentenir. Mereka terpaksa memakai uang rentenir karena terpaksa akibat sulit mengakses modal dari bank.⁵⁴

Usaha kecil yang berhasil menembus kendala akses modal, pasar dan informasi, Kendalanya beralih pada yang lebih advance. Seperti pengembangan produk, pengembangan pasar, melakukan ekspor, hingga mempertahankan kualitas produk dan kuantitas produksi. Pada situasi ini, usaha kecil dituntut meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan melakukan inovasi produk melalui pemanfaatan teknologi tepat guna. Untuk itu usaha kecil harus mengenal lebih dekat konsumennya (*know your customers*).⁵⁵

⁵⁴ Michael Porter, Agus Maulana, *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industry* (Jakarta: Erlangga, 1990), 263.

⁵⁵ Suwinjo Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 23.

Menurut Irianto dalam Fristia dan Navastara ada beberapa faktor penyebab yang menjadikan unit usaha kecil mengalami kegagalan. Ada tiga faktor seperti berikut:

- 1) Kurang Pengalaman Lingkungan bisnis yang sangat dinamis itu menuntut setiap pengelola usaha besar atau kecil untuk selalu tanggap dengan jalan mengantisipasi setiap perubahan yang terjadi begitu cepatnya. Idealnya, calon wirausaha harus memiliki keterampilan yang memadai, kemampuan manajemen, dan kemampuan mengkoordinasi berbagai kegiatan bisnis dan kemampuan konsep bisnis yang mencukupi.
- 2) Lokasi harus berdasarkan penelitian, pengamatan dan perencanaan. Lokasi yang strategis merupakan salah satu penyebab rendahnya daya jual industri kecil, biasanya lokasi usaha yang strategis sudah lebih dahulu dikuasai oleh pengusaha-pengusaha besar. Pengusaha kecil sering kurang berfikir rasional dan tidak mempertimbangkan keuntungan.
- 3) Daya Saing Persaingan akan timbul pada suatu wilayah bersaing untuk dapat memperoleh pangsa pasar dan kesempatan (market and opportunity share). Keunggulan daya saing wilayah akan tercipta jika wilayah tersebut memiliki kompetensi inti (core competence) yang dapat dibedakan dari wilayah lain, sehingga perumusan visi dan misi yang spesifik, unik, tepat dan akurat akan mendorong suatu wilayah meraih keunggulan daya saing yang berkelanjutan,

pertumbuhan wilayah, serta meningkatkan nilai tambah melalui pengembangan produk-produk unggulan.⁵⁶

g. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha

Menurut Suryana, keberhasilan atau kegagalan usaha sangat dipengaruhi beberapa faktor. Baik faktor eksternal maupun faktor internal. Faktor internal yang memiliki pengaruh adalah kemampuan, kemauan, dan kelemahan, sedangkan faktor yang berasal dari eksternal dari pelaku adalah kesempatan atau peluang. Selain itu, Semakin besar usaha maka semakin banyak hambatan yang harus disikapi sehingga para pembisnis harus betul-betul memperhatikan sebab akibat maupun resiko yang akan dihadapi.⁵⁷

Keberhasilan dalam pengembangan usaha dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu mencakup hal-hal berikut:⁵⁸

- 1) Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan dapat mengembangkan usahanya.
- 2) Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan dapat mengembangkan usahanya.

⁵⁶ Frisia dan Navastara, *Strategi Pengembangan Usaha* (Bandung: Lokarya, 2017), 72.

⁵⁷ Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba, 2006), 156.

⁵⁸ *Ibid.*, 156.

- 3) Kesempatan dan peluang. Ada solusi ada peluang. Sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari- cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

Suryana juga mengungkapkan bahwa keberhasilan atau kegagalan pengembangan usaha sangat tergantung pada kemampuan dan pribadi wirausawan itu sendiri. Ada beberapa faktor yang menyebabkan wirausahawan gagal dalam mengembangkan usahanya, yaitu sebagai berikut:⁵⁹

- 1) Tidak kompeten dalam hal manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.

- 2) Kurang berpengalaman, baik dalam kemampuan teknik, memvisualisasikan usaha, mengkoordinasikan, mengelola sumber daya manusia maupun mengintegrasikan operasi perusahaan.

- 3) Kurang dapat mengendalikan keuangan. Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas, mengatur pengeluaran dan pemasukan secara cermat. Kekeliruan dalam pemeliharaan aliran kas akan menghambat operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar

⁵⁹ Ibid., 156-171.

- 4) Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan, maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan
- 5) Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.⁶⁰
- 6) Kurang pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisien dan efektivitas. Kurangnya pengawasam dapat mengakibatkan peralatan (fasilitas) perusahaan secara tidak efisien dan tidak efektif.
- 7) Sikap yang kurang sungguh- sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah- setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan terjadinya kegagalan lebih besar.
- 8) Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/ transisi kewirausahaan. Wirausahawan yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan tidak akan menjadi wirausahawan yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.⁶¹

⁶⁰Ibid., 171.

⁶¹Ibid., 171-173.

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan. Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah atau mendapatkan data dengan tujuan atau kegunaan tertentu

Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditunjukkan untuk menggambarkan situasi atas kejadian yang terjadi. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah agar memberikan gambaran yang akurat dari sebuah data, menggambarkan suatu proses, dan mekanisme atau hubungan antar kejadian.

A. Pendekatan dan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

Menurut Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada⁶²

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditunjukkan untuk menggambarkan situasi atau kejadian yang terjadi. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran akurat dari sebuah data, menggambarkan suatu proses, mekanisme, atau hubungan antar

⁶² Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: JEJAK,CV, 2018), 7.

kejadian⁶³

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks,dan sebagainya) dan unit analisis.⁶⁴

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Dusun Tegal Pakis Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur. Menurut bapak Mulisab selaku konsumen dan penjual toko yang juga pengrajin peralatan usaha kerajinan aluminium merupakan salah satu usaha turun temurun sekaligus salah satu sumber mata pencaharian warga setempat untuk meningkatkan daya saing dan salah satunya agenda yang pernah diselenggarakan oleh Bupati Banyuwangi Abdullah Azwar Anas sebagai salah satu cara mempromosikan potensi warga Kalibaru sebagai pengrajin peralatan masak yang sudah berlangsung puluhan tahun dan untuk memamerkan deretan puluhan penjual dengan aneka peralatan masak di toko-toko yang berada di pinggir jalan yang diberi nama Festival Dandang Sewu sehingga usaha kerajinan aluminium terkenal di masyarakat Banyuwangi.

C. Subyek Penelitian

Untuk mendukung data yang peneliti perlukan, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informasi dengan menggunakan teknik *purposive*. Sampel diambil secara *purposive* (bertujuan), yaitu pengambilan subjek sebagai sampel penelitian yang didasarkan kepada

⁶³ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 109.

⁶⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN Jember, 2018), 67.

adanya tujuan tertentu.⁶⁵ Maksudnya adalah peneliti hanya memilih informan dengan kriteria tertentu dari orang yang paling tahu terhadap fenomena disertai alasan mengambil informan tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Pemilik usaha kerajinan aluminium yaitu: Bapak Imron dan Ibu Atik Handayani.
2. Bagian produksi usaha kerajinan aluminium yaitu: Muh. Asdhar dan Bapak Riyanto (sebagai pelaksana dalam menyelesaikan pesanan yang diterima)
3. Konsumen kerajinan aluminium yaitu: Ibu Sumiyati, Bapak Ahmadi, dan Bapak Sukarman

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.⁶⁶ Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Ada beberapa metode dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam pemerintah ini sebagai berikut:

⁶⁵ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012), 16.

⁶⁶ *Ibid.*, 67.

1. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.⁶⁷ Dalam pengertian sederhana, observasi meliputi kegiatan pencatatan pada pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati. Teknik yang digunakan dalam observasi ini adalah observasi partisipatif yakni peneliti datang ditempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.⁶⁸

Dalam observasi ini peneliti mengamati langsung proses kegiatan Kerajinan Aluminium yang dilaksanakan. Adapun data yang diperoleh dengan menggunakan teknik ini yaitu:

- a. Pembuatan Kerajinan Dandang bakso, oven, dan kubah masjid
- b. Situasi dan Kondisi Kerajinan Aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas jawaban itu.⁶⁹

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 219

⁶⁸ Ibid., 219..

⁶⁹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,

Metode wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Alat yang digunakan untuk perekaman adalah HP narasumber yang menjadi sumber data dan informasi penelitian ini adalah pimpinan/pemilik dan karyawan Kerajinan Aluminium

3. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain adalah metode dokumentasi, dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian. Dokumen itu dapat berbentuk teks tertulis, artefacts, gambar, maupun foto.⁷⁰

Teknik dokumentasi ini digunakan oleh peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, dengan cara mempelajari dan menganalisa berbagai dokumen agar data yang diperoleh valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses paling vital dalam sebuah penelitian. Hal ini berdasarkan argumentasi bahwa dalam analisa inilah data yang diperoleh peneliti bisa diterjemahkan menjadi hasil yang sesuai dengan kaidah ilmiah. Analisis data berasal dari pengumpulan data sebab data yang telah

2012), 190.

⁷⁰ A Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), 391.

terkumpul, bila tidak dianalisis hanya menjadi barang yang tidak bermakna, tidak berarti, menjadi data yang mati, data yang tidak berbunyi. Oleh karena itu, analisis data disini berfungsi untuk memberi arti, makna nilai dan yang terkandung dalam data itu.⁷¹

Analisis data menurut Sugiyono terdapat 3 cara yakni reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan

1. Pengumpulan data

Pada tahapan analisis yang pertama adalah pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategori yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya di butuhkan dalam penelitian.

2. Reduksi data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.⁷²

3. Penyajian data

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dalam hal ini Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono menyatakan “yang paling sering digunakan untuk penyajian data

⁷¹ Mamik, *Metode Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 133.

⁷² Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 241.

dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif”.

4. Pengambilan kesimpulan

Langkah ketiga dalam model interaktif adalah pengambilan keputusan dan melakukan verifikasi. Kesimpulan hasil penelitian harus dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang diajukan. selain memberikan jawaban atas rumusan masalah, kesimpulan juga harus memberikan temuan baru dibidang ilmu yang sebelumnya belum ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi tentang suatu objek atau fenomena yang sebelumnya masih samar, setelah diteliti menjadi lebih jelas.⁷³

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik 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.⁷⁴ Teknik ini dapat dicapai dengan jalan:

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

⁷³ Helaluddin Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (Sekolah Tinggi: Theologia Jaffay, 2019), 124.

⁷⁴Ibid., 241.

4. Membandingkan perspektif orang dengan pendapat orang lain.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan satu dokumen yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik “perbandingan perspektif seorang 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. Tahapan-tahapan Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pralapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Berikut ini penjelasannya:

1. Tahap pralapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian
 - b. Memilih objek penelitian
 - c. Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan
 - d. Mengajukan judul kepada fakultas ekonomi dan bisnis islam
 - e. Meninjau kajian pustaka
 - f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing
 - g. Mengurus perizinan penelitian
 - h. Mempersiapkan penelitian lapangan

2. Tahap pelaksanaan penelitian

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan pengembangan usaha.

3. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahapan yang paling akhir, yaitu penulisan laporan atau hasil penelitian. Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul setelah melalui beberapa tahapan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

Kerajinan aluminium ada sejak tahun 1984 silam salah satu pengrajin di daerah desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi adalah Bapak Imron yang pada awalnya beliau bekerja sebagai tukang perbaikan alat rumah tangga yang rusak, kemudian mencoba untuk membuat dandang dari bahan drum bekas. Melihat banyaknya kebutuhan masyarakat akhirnya Bapak Imron membuat dandang dari bahan aluminium dan stainless steel. Kualitas yang bagus membuat kerajinan aluminium ini banyak diminati oleh masyarakat, dengan harga sesuai ketebalan bahan, kualitas dan ukuran mulai dari harga Rp.15.000 sampai harga Rp.500.000 dan omset yang diperoleh bisa mencapai Rp.1000.000 lebih per bulannya, omset akan naik ketika memasuki momen hari raya dan bulan ramadhan.

Pendapatan akan naik atau turun tidak hanya karena acara besar, akan tetapi menggunakan komunikasi yang baik dan mampu mencari peluang disetiap momen. Seperti halnya memanfaatkan momen bulan ramadhan untuk berjualan online dengan media sosial.

Produksi dandang sebagai cikal bakal pengembangan yang dilakukan oleh Bapak Imron awalnya berjualan berkeliling ke masyarakat sekitar sehingga bisa berkembang seperti sekarang ini dan mulai menggunakan media sosial untuk mempromosikan hasil usaha kerajinan aluminium, seperti media sosial live tiktok, shopee sehingga kerajinan aluminium mampu

merambat ke berbagai daerah di Indonesia seperti: Jember, Malang, Blitar, Bali bahkan mampu melakukan transaksi diluar pulau diantaranya Sulawesi, Kalimantan, Papua dan daerah lainnya. Sebagai bentuk apresiasi terhadap pengrajinan dandang Bupati Banyuwangi memamerkan hasil karajinan aluminium salah Satu kerajinan aluminium toko Barokah milik Bapak Imron dalam pestival Dandang Sewu' agar lebih dikenal oleh masyarakat yang lebih luas sekaligus sebagai ajang petensi promosi potensi yang ada di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi.

Kalibaru Wetan adalah sebuah nama kota kecil di wilayah Kecamatan Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini merupakan wilayah terpadat di wilayah Kalibaru, disusul oleh Kalibaru Kulon. Udara di daerah ini sejuk dan sangat dingin pada bulan-bulan tertentu.

Pembagian wilayah desa ini terdiri dari 4 dusun, yaitu: Dusun Krajan, Dusun Sumberbaru, Dusun Tegal Pakis, Dusun Wonorejo. Masyarakatnya kebanyakan menggunakan bahasa Madura dan beragama Islam dengan bermacam-macam organisasi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, dan Persis. Penduduk wanita di daerah ini sangat pandai membuat kue dikarenakan tradisi yang mengharuskan membuat hantaran saat ada prosesi tertentu di masyarakat.

Potensi sumber daya alam yang ada di Desa Kalibaruwetan, Kecamatan Kalibaru, Kabupaten banyuwangi, sebagai berikut:

1. Batas wilayah

- a. Sebelah utara: Hutan Bondowoso
- b. Sebelah selatan: Desa Kebunrejo
- c. Sebelah barat: Desa Kalibarukulon
- d. Sebelah timur: Desa Kajarharjo

2. Luas wilayah menurut penggunaan

Luas wilayah Desa Kalibaru wetan sebagai berikut menurut penggunaan lahan. luas total Desa Kalibaru wetan adalah 1.112.677 ha/m² dengan luas pemukiman 127.666 ha/m², luas persawahan selebar 218.005 ha/m², luas perkebunan 816.365 ha/m², luas kuburan 2.507 ha/m², luas pekarangan 31.800 ha/m², luas taman adalah 1,6 ha/m², dan luas perkantoran sebesar 31.218 ha/m².

Luas tanah sawah di Desa Kalibaru Wetan, Kecamatan Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi adalah 218.005 ha/m² adalah luas sawah irigasi teknis dan satu-satunya. Sedangkan luas total tanah kering adalah 413.784 ha/m². meliputi luas tegal/ladang 118 ha/m², pemukiman seluas 127,06 ha/m², dan luas pekarangan 413.784 ha/m². Berikut luas wilayah berdasarkan penggunaan wilayahnya.

Tabel 4.1
Luas wilayah desa Kalibaru Wetan

No.	Uraian	Satuan
1.	Luas pemukiman	127,66 ha/m ²
2.	Luas persawahan	218,005 ha/m ²
3.	Luas perkebunan	816,365 ha/m ²
4.	Luas kuburan	2,507 ha/m ²
5.	Luas pekarangan	31,800 ha/m ²
6.	Luas taman	1,6 ha/m ²

7.	Luas perkantoran	31,218 ha/m ²
8.	Luas prasarana umum lainnya	-
Total luas		1,112,677 ha/m ²
TANAH SAWAH		
1.	Sawah irigasi teknis	218,005 ha/m ²
2.	Sawah irigasi ½ teknis	-
3.	Sawah irigasi tadah hujan	-
4.	Sawah pasang surut	-
Total luas		218,005 ha/m ²
Tanah kering		
1	Tegal /lading	118 ha/m
2	Pemukiman	127,06 ha/m ²
3	Pekarangan	169,724 ha/m ²
Total luas		413,784 ha/m ²

Sumber : Kantor Desa Kalibaru Wetan⁷⁵

3. Kondisi penduduk

Sumber daya manusia merupakan potensi penting dari dalam upaya peningkatan mutu kualitas hidup manusia itu sendiri. Sumber daya manusia terdiri dari jumlah penduduk laki-laki dan jumlah penduduk perempuan yang tinggal di wilayah Desa Kalibaruwetan.

4.2 Jumlah penduduk

Jumlah penduduk Desa Kalibaru Wetan
Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi

No.	Uraian	Jumlah
1.	Jumlah laki- laki	6.502 orang
2.	Jumlah perempuan	7.448 orang
3.	Jumlah total	13.450 orang
4.	Jumlah kepala keluarga	3.785KK
Penduduk musiman		
1	Jumlah laki- laki	118 orang
2	Jumlah perempuan	106 orang
3.	Jumlah kepala keluarga	40 KK

Sumber: Kantor Desa Kalibaru Wetan

Jumlah total penduduk di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru

⁷⁵ Data Desa Kalibaru Wetan

Kabupaten Banyuwangi menurut Tabel 4.1 sebanyak 13.450 orang. Dengan jumlah penduduk laki- laki 6.502 orang, jumlah penduduk perempuan sebanyak 7.558 orang dan 3.785 kepala keluarga. Sedangkan jumlah penduduk musiman sebanyak 118 orang laki-laki dan perempuan 106 orang dengan 40 kepala keluarga. Dari rincian tersebut yang menekuni kerajinan dandang sebanyak 0,19% dari keseluruhan total jumlah penduduk. Baik berapnduduk yang menetap di Kalibaru Wetan maupun sebagai penduduk musiman.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan hasil yang di peroleh setelah melakukan analisis dan interpretasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti untuk menampilkan hasil penelitian berupa data-data yang dianggap relevan sebagai hasil penelitian. Sedangkan analisis data adalah mengorganisasikan deskripsi sehingga dapat dikelola hingga data yang dideskripsikan dapat di sajikan dalam bentuk pola, tema kecenderungan dan motif dari data. Sebuah penelitian yang baik mampu menyediakan dan melengkapi data agar pembaca memahami analisis dan analisis yang memadai dan memudahkan pembaca memperoleh pemahaman yang di sampaikan, seperti disebutkan sebelumnya bahwasanya peneliti menggunakan metode triangulasi dalam memperoleh data yaitu dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan penggunaan catatan lapangan sebagai bukti penguat sebagai acuan penelitian. Berikut penyajian data dan analisis yang dihasilkan oleh peneliti selama kegiatan penelitian di lapangan yaitu:

1. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah Di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru

a. Strategi.

Strategi menjadi salah satu cara yang cukup penting dan sering dilakukan oleh seorang pimpinan, seorang pebisnis, suatu organisasi, seperti halnya penerapan strategi sebagai media penunjang pengembangan usaha aluminium di Dusun Tegal Pakis Desa Kalibaru Wetan. Strategi sebagai bentuk seni bagi individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan.⁷⁶

Sebagaimana penjelasan Bapak Imron mengenai pengertian strategi di unit usaha kerajinan aluminium bahwa:

Kalau bisnis pasti ada yang namanya strategi mbak. Strategi ini ibaratnya peta buat kita kalau mau jalan kemana. Jadinya ini nantinya yang akan nuntun kita kedepannya. Dan namanya bisnis kan butuh progress, artinya gak bisa hanya stuck di tempat. Nah oleh karena itu, kami juga merumuskan cara agar usaha ini bisa besar juga.⁷⁷

Dengan disadari ataupun tidak, strategi dapat menjadi jembatan yang memudahkan keberlangsungan perencanaan, pelaksanaan dan juga pencapaian tujuan. Tidak hanya untuk mencapai tujuan secara personal, tetapi juga bisa diterapkan untuk mencapai tujuan dalam bentuk kelompok dan organisasi. Berikut pemanfaatan strategi pengembangan

⁷⁶ A.Sarmada, Nasruddin Latie, "Strategi Pengembangan Usaha Unggul Bersaing dan Berkelanjutan Pada Bisnis Kreatif (studi empiris pt. nayfos ulpa busana, kelapa dua, tugu Cimanggis, Depok)", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1 (Oktober, 2018), 44 – 53.

⁷⁷ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

usaha di usaha kerajinan alumunium sebagaimana penjelasan dari ibu atik handayani dalam wawancara bahwa:

Strategi itu menjadi penting mbak buat kelangsungan sebuah usaha. Jadi dengan adanya strategi yang udah dibentuk, ini seharusnya bisa dimanfaatkan dengan baik agar usaha yang ingin dikembangkan dapat berkembang sesuai dengan tujuan awal dan juga perlunya pemanfaatan strategi ini dipegang secara kolektif ya mbak oleh semua pegawai atau pengusaha yang terlibat dalam pengembangan itu.⁷⁸

Pemanfaatan strategi dalam kepentingan atau tujuan awal akan tetap terjaga karena isi dari strategi tersebut adalah merupakan tata cara atau langkah-langkah untuk mencapai target sasaran dalam pengembangan unit usaha dan mempunyai nilai jual serta nilai saing dengan usaha serupa atau dengan produk yang menjadi saingan dalam usaha maka diperlukan adanya evaluasi hasil kinerja sebagaimana penjelasan dari Bapak Asdhar sebagai tim pelaksana dalam penyelesaian pemesanan di usaha ini beliau menyampaikan bahwa:

Kedudukan strategi dalam usaha itu menjadi sangat penting mbak. Tidak hanya untuk menetapkan tujuan dan merumuskan cara mencapai tujuan tersebut, tapi juga, strategi yang nantinya bisa digunakan sebagai bahan acuan untuk melihat tindakan yang telah diperbuat kita sebagai pengusaha dalam menjalankan strategi itu bagaimana. Mudahnya, dengan adanya strategi yang ditetapkan, kita juga bisa melakukan proses evaluasi kinerja dengan tepat mbak.⁷⁹

Sebagai langkah antisipasi dari adanya kemungkinan kegagalan dan kerugian di kemudian hari maka pemanfaatan strategi dalam evaluasi kinerja dan evaluasi hal yang akan mereka lakukan saat ini serta pandangan dari perusahaan agar mampu terus maju. Sebagaimana

⁷⁸ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

⁷⁹ Muh Asdhar, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

pemaparan dari Bapak Riyanto sebagai tim produksi beliau menjelaskan bahwa:

Untuk membuat suatu usaha mampu terus maju dan bersaing kita membuat gambaran mengenai tujuan yang akan dicapai dan tidak tahu bagaimana cara mengetahui jalan yang akan dipilih apakah benar atau salah, seperti kelangkaan bahan baku pembuatan dan pengolahan kerajinan alumunium serta mampu memperkirakan kebutuhan pasar terhadap kerajinan alumunium. Memilih bahan yang akan dibuat sesuai permintaan konsumen dan disesuaikan secara terukur sesuai kebutuhan, lalu dipotong mengikuti ukuran dan dibentuk untuk mengetahui bahan yang diminta konsumen.⁸⁰

Menentukan strategi sebagai bentuk jawaban yang dibuat untuk memperkirakan kebutuhan pasar atau yang disesuaikan dengan perkembangan unit usaha kerajinan alumunium. Strategi bertujuan untuk memberikan gambaran apa yang harus suatu unit usaha lakukan untuk mencapai titik puncak yang diinginkan. Sebagaimana penjelasan dari bapak imron dalam wawancara bahwa:

Strategi yang punya hasil mbak, nanti itu bisa jadi acuan, sehingga bisa dilihat, apakah strategi ini cocok untuk diterapkan ke bisnis ini dan mendukung pengembangan bisnis ini. Kalau memang tidak cocok, nah kita bisa coba strategi lainnya. Dan ini fungsi strategi sebenarnya mbak, jadi kita bisa terapkan sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang ada sehingga kita bisa mencapai satu usaha pengembangan yang maksimal.⁸¹

Menjalankan strategi terdapat beberapa hal yang menyebabkan strategi yang telah dibuat menjadi kurang efektif atau mungkin kalah saing sehingga strategi lama perlu diubah dengan strategi baru atau juga bisa dengan cara melakukan evaluasi terhadap strategi lama sehingga

⁸⁰ Bapak Riyanto, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

⁸¹ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

menjadi strategi yang baru dan tidak kalah saing dengan kompetitor.⁸²

Sebagaimana penjelasan dari Bapak Ahmadi dalam wawancara beliau menyampaikan bahwa:

Kalau di kita itu mbak, ada yang namanya hasil kan. Jadi cara yang sudah diterapkan itu nanti di review, apakah cara yang digunakan sudah berhasil, kemudian kalau gak berhasil nanti cara atau strategi itu dirubah atau diperbarui mbak. Pembaruan ini nantinya ditujukan buat meminimalisir resiko yang muncul dari produk alumunium kita mbak, karena kan pembuatan alumunium kita masih pakek teknologi sederhana dari tenaga manusia.⁸³

Penggantian penggunaan strategi pada setiap periode pasti mempunyai kelebihan dan kekurangannya sendiri, maka diperlukan adanya evaluasi sebelum diganti dengan strategi yang baru yang sudah disesuaikan dengan tingkat kebutuhan usaha alumunium, sebagaimana penjelasan dari Bapak Imron mengenai apakah metode tersebut lebih efisien dan efektif bagi unit usaha:

Entah secara sadar atau tidak dalam penggunaan strategi terbukti banyak membantu kita dalam mengembangkan unit usaha. Dilihat dari segi waktu dan cara yang mereka lakukan apabila menggunakan strategi maka akan menjadi lebih efektif dan efisien sehingga pencapaian yang mereka dapatkan pun tidak dengan cara yang menghabiskan banyak waktu dan membuang banyak tenaga.⁸⁴

Dengan perencanaan strategi yang baik dan benar, semua hal bisa dijalankan dengan lebih tepat sasaran dan sesuai dengan target yang dicapai sebelum penerapan strategi dalam usaha bisnis lerajinan alumunium dalam upaya mengembangkan kreatifitas dan inovasi produk

⁸² A.Sarmada, Nasruddin Latie, "Strategi Pengembangan Usaha Unggul Bersaing dan Berkelanjutan Pada Bisnis Kreatif (studi empiris pt. nayfos ulpa busana, kelapa dua, tugu Cimanggis, Depok)", *Jurnal ekonomi bisnis*, 1(Oktober, 2018), 44 – 53.

⁸³ Bapak Ahmadi, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

⁸⁴ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

alumunium sebagaimana penjelasan dari Bapak Riyanto dalam wawancara beliau menjelaskan bahwa:

Strategi itu jadi penting sekali mbak, karena kan kalau dengan strategi terutama buat usaha kita ya, nah kita pastinya kan punya keinginan buat nentukan tujuan yang sesuai, maksimal, dan hasil yang memuaskan, kerajinan alumunium membutuhkan cara-cara yang unik dan berbeda dibandingkan dengan yang lain, pasar sebagai pembanding dalam mengevaluasi permintaan pasar maka sangat diperlukan adanya langkah inovasi.⁸⁵

Dengan adanya perencanaan strategi yang matang, akan semakin terpacu untuk berinovasi supaya produk yang akan diterbitkan tidak kalah saing dengan pihak lainnya. Kerajinan alumunium sebagai bentuk produk yang sudah diolah dalam berbagai bentuk kerajinan maka harus meninjau perkembangan pasar dan meninjau apakah adanya perubahan.

Sebagaimana penjelasan dari Bapak Ashdar dalam wawancara bahwa:

Kalau sudah memilih jadi pengusaha pastinya harus siap ya mbak sama kondisi yang berubah-ubah. Makanya, disini saya sendiri selalu harus siap buat menyesuaikan dengan kondisi yang ada, harus siap dengan cara-cara lain agar usaha ini tetap berkembang. Jadi perlu memperbarui dan mengevaluasi langkah-langkah yang telah dijalankan agar tetap mampu untuk bersaing dan mendapatkan hasil sesuai dengan apa yang konsumen inginkan.⁸⁶

Berdasarkan hasil wawacara diatas diperoleh kesimpulan bahwa dalam upaya penggunaan strategi pengembangan usaha kerajinan alumunium kita harus memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumen, menciptakan target pasar baru yang sesuai, seiring, dan sehaluan dengan tujuan utama dari perusahaan. Jika target pasar banyak yang mengarah ke tujuan, maka peluang pasar pun semakin terbuka

⁸⁵ Bapak Riyanto, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

⁸⁶ Muh Ashdar, wawancara, Banyuwangi, 3 Desember 2023.

dengan lebar, selalu melakukan inovasi baru terhadap seluruh produk yang dianggap usang atau kuno. Termasuk dengan cara memperhatikan pesaing baru yang muncul, supaya tidak tersalip dan kalah bersaing dengan semua produk yang baru muncul, agar penjualan dan pemasaran menjangkau pasar yang lebih lebar dan juga berpeluang untuk mendapatkan prospek yang besar, maka pihak perusahaan perlu melakukan pemberdayaan dan melakukan pengelolaan sumber daya manusia dengan cara yang efektif, efisien dan tepat serta menawarkan barang ataupun jasa dengan harga yang ramah atau sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Semakin sesuai harga yang ditawarkan dan terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat semakin tinggi peluang bagi produk untuk terserap di lapangan.

b. Jenis- jenis strategi

Memaksimalkan menentukan apa yang harus dilakukan dalam suatu kejadian atau untuk mencapai suatu tujuan, maka kita harus menyiapkan strategi sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan dan yang paling penting yang dirancang seseorang agar tujuannya tercapai dengan baik yang bersifat inframental dan terus-menerus, dilakukan berdasarkan sudut pandang akan tujuan yang diinginkan. Sebagaimana penjelasan dari Bapak Imron dalam wawancara bahwa:

Dalam menggunakan strategi kita juga mengklasifikasikan dalam 4 bentuk strategi yang dimanfaatkan dan diterapkan sebagai penunjang pengembangan usaha kerajinan alumunium agar mampu bertahan dipasar dan membaik terkait dengan perkembangan zaman dengan mengutamakan kualitas dan bahan, seperti halnya dibagian pembuatan yang mengutamakan kualitas

dan bahan yang tidak mudah berkarat.⁸⁷

Strategi memiliki target sasaran baik target sasaran yang besar maupun target sasaran yang kecil, supaya bisa meminimalisir kemungkinan terjadinya kegagalan yaitu dengan cara membuat strategi supaya bisa membuka serta meningkatkan peluang keberhasilan.⁸⁸ Maka dimanfaatkanlah 4 strategi dalam menjalankan usaha kerajinan alumunium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yaitu:

1) Strategi integrasi.

Pemanfaatan strategi integrasi dalam pengembangan usaha kerajinan alumunium lebih sering digunakan oleh para perusahaan-perusahaan untuk mengontrol masalah yang terjadi di distributor, pasokan, dan juga dalam perencanaan pesaing. Sebagaimana

pemaparan dari Bapak Imron dalam wawancara beliau menyampaikan bahwa:

Untuk strategi integrasi sendiri mbak, kita ada strategi yang berfokus pada tiga hal mbak. Pertama adalah strategi yang berfokus pada pertimbangan permintaan distributor dan konsumen dalam barang yang diinginkan dari produk kita. Kedua, strategi yang berfokus untuk menjaga kualitas produk, dari bahan dasar sampai produk jadi kita. Ketiga yaitu strategi yang berfokus pada pesaing kita dalam menjalankan bisnis alumunium ini.⁸⁹

Pemanfaatan tiga strategi sebagai langkah dalam upaya

⁸⁷ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

⁸⁸ A.Sarmada, Nasruddin Latie, "Strategi Pengembangan Usaha Unggul Bersaing dan Berkelanjutan Pada Bisnis Kreatif (studi empiris pt. nayfos ulpa busana, kelapa dua, tugu Cimanggis, Depok) *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1 (Oktober, 2018), 44 – 53.

⁸⁹ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

pengoptimalan kebutuhan perusahaan dan sudah siap terhadap masalah dan kendala yang nantinya akan dihadapi oleh perusahaan sewaktu waktu sebagaimana pemaparan ibu atik handayani dalam wawancara bahwa:

Strategi pertama kita kan berfokus pada permintaan distributor dan konsumen ya mbak. Disini, kita bener-bener fokuskan, permintaan produk yang diinginkan itu bagaimana mbak. Dan alhamdulillah, ini sudah kami kuasai dan berjalan sesuai keinginan kami sebagai produsen, jadi bagi kami ini mudah untuk dijalankan.⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa bagi usaha kerajinan alumunium, cara pengendalian bisa dilakukan dengan cara penggunaan strategi integrasi metode *forward integration strateg* karena jika distributor ataupun pengecer dari pihak, berpeluang besar menimbulkan banyak masalah. Variasi dalam penggunaan strategi integrasi usaha kerajinan alumunium juga menggunakan metode *backward integration strategy* dalam pengembangan usaha nya sebagaimana penuturan dari Bapak Imron sebagai pemilik usaha kerajinan alumunium beliau menyampaikan bahwa:

Strategi kedua kami adalah berfokus pada pengawasan produksi alumunium kami mbak. Jadi disini kami benar-benar memperhatikan kualitas produk kami. Oleh karena itu, produk alumunium kami, selalu diawasi cara pembuatan dan penggunaan bahan bakunya, sehingga dapat menghasilkan sebuah produk yang bagus.⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara dapat diperoleh kesimpulan

⁹⁰ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

⁹¹ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

bahwa *backward integration strategy* juga berarti bisa melakukan pengawasan terhadap pemasok yang bersifat pasif dan tidak lagi menguntungkan bagi pihak perusahaan. Untuk pemasok yang tidak mampu memenuhi kualitas mutu akan mendapatkan perhatian khusus. Dalam menjalankan strategi di usaha kerajinan alumunium juga menggunakan *metode horizontal integration strategy* sebagaimana penjelasan dari Bapak Sukarman dalam wawancara bahwa :

Strategi ketiga kami adalah strategi yang befokus untuk meluhat kondisi pasar atau pesaing dalam produk-produk alumunium kami mbak. Jadi disini, kita akan melihat bagaimana pesaing kami dalam menghasilkan produk. Dan kami juga harus siap untuk melakukan terobosan, agar pesaing kami juga tidak menggerus pasar yang sudah kami bangun.⁹²

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa integrasi horizontal merupakan bentuk strategi yang dilakukan oleh pengusaha dalam bidang industri yang proses pengawasannya di bentuk berdasarkan pada pertumbuhan dan kebutuhan usaha kerajinan alumunium yang bertujuan untuk meningkatkan produksi, meningkatkan pendapatan, dan memperluas basis pelanggannya.

2) Strategi intensif

Strategi intensif merupakan strategi yang lebih cocok digunakan untuk mengecek keadaan pasar atau untuk sekadar melihat pengembangan produk kerajinan alumunium yang sedang

⁹² Bapak Sukarman, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

dipasarkan.⁹³ Sebagaimana penjelasan dari bapak imron dalam wawancara bahwa:

Penggunaan strategi pertumbuhan intensif dalam konteks pengembangan dalam dunia bisnis, strategi intensif sebagai salah satu upaya untuk melihat posisi dan usaha yang tepat demi meningkatkan penjualan atau keuntungan yang pertama ingin semakin berkembang dan bisa laku terjual..⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa strategi pertumbuhan intensif merupakan rencana bisnis yang dirancang untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan, membawa keuntungan tertinggi dengan sedikit usaha dan risiko. Mereka termasuk strategi untuk penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.

3) Strategi diversitas

Strategi diversitas merupakan strategi yang lebih sering digunakan dalam proses pengembangan usaha kerajinan alumunium guna untuk berupaya menambahkan produk baru atau jasa baru ke dalam usaha kerajinan alumunium tanpa harus merusak atau mengganggu selera pelanggan yang telah terbentuk. Sebagaimana penjelasan dari Ibu Atik Handayani dalam wawancara bahwa:

Strategi diversitas sendiri digunakan untuk melakukan peningkatan penjualan dan pengembangan usaha dengan dasar memperbanyak variasi produk ya mbak. Jadi dalam strategi ini, kami mendasarkan permintaan konsumen terhadap produk kami itu gimana. Karena kita butuh untuk memenuhi keinginan pelanggan dengan pilihan yang

⁹³ Mashuri, "Analisis swot sebagai strategi meningkatkan daya saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)", *Jurnal Perbankan Syariah*, 1 (April, 2020), 97-112.

⁹⁴ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

berbeda, makanya kami ciptakan produk yang bervariasi.⁹⁵

Pengembangan usaha kerajinan alumunium melakukan diversifikasi adalah proses penambahan variasi produk kerajinan alumunium usaha ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan profitabilitas usaha kerajinan alumium sebagaimana penjelasan Ibu Sumiyati dalam wawancara bahwa:

Lebih jelasnya mbak, kalau diversitas dalam strategi pengembangan usaha kami ini fokusnya adalah mengembangkan produk yang sudah ada, agar menjadi lebih variatif lagi mbak. Jadi produk yang sebelumnya sudah ada, itu kami kembangkan dengan variasi yang berbeda agar konsumen yang mau beli produk kami, tidak hanya memiliki pilihan itu-itu saja. Jadinya nanti konsumen tidak bosan dengan produk-produk kami mbak.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa penggunaan strategi diversitas dalam pengembangan usaha selain menjadikan konsumen untuk memperbarui minat terhadap kerajinan alumunium juga akan meningkatkan efek profitabilitas dan selain itu diversifikasi juga diartikan sebagai peningkatan barang maupun jasa yang tidak hanya satu jenis melainkan banyak. Tujuannya supaya usaha kerajinan alumunium bisa sekaligus menguji kelayakan usaha dengan cara memperoleh omzet yang lebih besar.

4) Strategi Defensif

Strategi defensif merupakan sebuah strategi yang menjalankan usaha dengan dasar rasionalitas. Baik rasionalitas tersebut di dalam hal likuidasi, biaya ataupun hal-hal yang lainnya.

⁹⁵ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

⁹⁶ Ibu sumiyati, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

Bagaimanapun juga rasionalitas dapat menjadi salah satu kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan yang diinginkan tanpa harus merusak skema dan juga alur yang telah ada.⁹⁷ Sebagaimana pemaparan Bapak Imron dalam wawancara bahwa:

“Strategi defensif yang dibuat dengan tujuan agar usaha kerajinan alumunium melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar termasuk mengalami kebangkrutan.”⁹⁸

Strategi defensif sebagai alat pemasaran yang membantu pengembangan usaha kerajinan alumunium dalam mengevaluasi permintaan pasar agar mampu mempertahankan pelanggan yang berharga yang dapat diambil oleh pesaing. Sebagaimana pemaparan dari Ibu Atik Handayani dalam wawancara bahwa:

Pesaing dalam suatu usaha pasti ada baik, sedangkan dalam suatu usaha kerajinan ini usaha kita yang terletak di kategori pasar yang sama atau menjual produk yang sama dengan segmen orang yang sama, jadi harus diterapkan strategi defensif agar mampu menekan dan berkembang ketika adanya persaingan pasar dengan produk serupa.⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa persaingan pasar dalam proses pengembangan suatu usaha pasti ada tidak luput persaingan pasar dari kerajinan alumunium, setiap unit usaha harus melindungi mereknya, ekspektasi pertumbuhan, dan profitabilitas untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan reputasi yang memadai di antara merek lain untuk mengurangi risiko

⁹⁷ Mashuri, “Analisis swot sebagai strategi meningkatkan daya saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)”, *Jurnal Perbankan Syariah*, 1 (April, 2020), 97-112.

⁹⁸ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

⁹⁹ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 5 Desember 2023.

kerugian finansial, unit usaha kerajinan alumunium berusaha untuk mengambil persaingan mereka dari industri.

c. Tahapan pengembangan usaha

Setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pelaku kegiatan usaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Terkait dalam tahapan pengembangan usaha Bapak Imron mengatakan dalam wawancara dengan peneliti bahwa:

Pengusaha itu harus bisa mbak melihat suatu peluang dimana orang lain tidak mampu melihatnya, menangkap peluang dan memulai usaha (bisnis), dan menjalankan bisnis dengan berhasil dengan memanfaatkan peluang, misalnya dengan melakukan penjualan melalui media sosial seperti live tiktok, shopee dan media sosial lainnya ditambah dengan berjualan keliling.¹⁰⁰

Usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan melalui proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi pada kerajinan alumunium untuk bisa mengembangkan produknya berkualitas dan mempunyai nilai dalam persaingan pasar. Terkait pengembang usaha alumunium Bapak Riyanto menjelaskan dalam wawancara bahwa:

Dalam proses pengembangan unit usaha alumunium ini di dusun

¹⁰⁰ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

tegal pakis ini kami banyak melalui pasang surut pengembangan unit usaha, baik itu memikirkan konsep unit usaha, lalu kemudian kita menseleksi ide atau konsep apa yang cocok dengan usaha yang akan kita kembangkan lalu kita kembangkan sebagaimana saat ini dengan teknik pengembangan pasar, karena mengikuti Sistem pasar yaitu melihat banyaknya permintaan konsumen terhadap bahan baku dan terhadap kerajinan aluminium yang lebih laku terjual dan lebih diminati.¹⁰¹

Tahapan pengembangan usaha yang dilakukan dan diterapkan di unit usaha kerajinan aluminium dalam proses pengembangan usaha melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:¹⁰²

1) Memiliki ide usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Sebagaimana pemaparan bapak imron dalam wawancara bahwa:

Bapak ini kan suka ya mbak melakukan kreatifitas aluminium, jadi berangkat dari kreasi yang saya suka, maka saya sesuaikan untuk memulai bisnis usaha kerajinan aluminium.¹⁰³

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of business yang kuat dari seorang wirausaha.

2) Penyaringan ide/konsep usaha

Menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha usaha kerajinan

¹⁰¹ Bapak Riyanto, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

¹⁰² Ari Taliq Ramadhan,, Ardiansyah Japlani,”Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur, “*Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 4 (April, 2022), 923.

¹⁰³ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

aluminium.yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha konsep usaha usaha kerajinan aluminium.akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.¹⁰⁴ Sebagaimana pemaparan dari Ibu Atik Handayani dalam wawancara bahwa:

Sebagai awalan kita merintis usaha kita melakukan penyaringan konsep usaha seerti meminta pendapat masyarakat sekitar agar mampu menekan resiko, menerima masukan dan kritik dalam pengembangan serta selalu mempertimbangkan seluruh aspek bisnis yang tidak berfokus pada profit saja akan tetapi mempertimbangkan keberlanjutan bisnis kerajinan aluminium, sepertihalnya penyaringan metode promosi menggunakan media sosial dan *marketing online* dan mengoptimalkan perkembangan zaman secara optimal.¹⁰⁵

Penyaringan gagasan dan analisis bisnis merupakan langkah penting dalam pengembangan ide bisnis. Dengan melalui tahap identifikasi, penilaian, analisis, dan pengujian, kita dapat memastikan bahwa ide-ide pengembangan usaha yang kita pilih memiliki potensi kesuksesan yang tinggi yang berdasarkan pemaparan dari Bapak Muh Ashdar dalam wawancara bahwa:

Dalam mengembangkan usaha mbak, kalau sudah ada konsep idenya dan sudah disaring, kita harus pikirkan secara matang ide pengembangan itu. Jadi dinilai dulu dari setiap aspeknya, mulai dari untung ruginya, kemudian nanti proses distribusi dan produksinya gimana. Baru kalau itu semua udah, kita bisa tes produk kita ke pelanggan lama terlebih dahulu. Kalau dinilai ini bisa menguntungkan, maka baru orientasinya kita

¹⁰⁴ Ari Taliq Ramadhan,Ardiansyah Japlani, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur", *Jurnal Manajemen Diversifika*, 4 (Oktober, 2022), 923.

¹⁰⁵ Ibu Atik Handayani, wawancarai, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

buat nyari pelanggan baru mbak.¹⁰⁶

Berdasarkan kesimpulan diperoleh kesimpulan bahwa tidak hanya mengandalkan metode analisis dalam mengolah ide usaha, tetapi juga memberikan ruang bagi kreativitas dan tidak takut untuk menolak ide yang tidak memenuhi kriteria dengan hati-hati dan teliti melakukan proses penyaringan gagasan dan analisis bisnis dan akan meningkatkan peluang sukses dalam menjalankan bisnis dengan memperlihatkan kualitas bisnis dan bahan dalam menggunakan kualitas baik secara kualitas barang dan kualitas pelayanan di toko barokah.

3) Pengembangan rencana usaha

Sebagai seorang wirausaha yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan di unit usaha kerajinan alumunium adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Sebagaimana penjelasan dari Bapak Riyanto dalam wawancara bahwa:

Sebelum memulai suatu usaha langkah yang harus dipertimbangkan adalah resiko, peluang dan lain sebagainya mbak. Nah gambaran ini bisa kita dapat kalau kita ada rencana bisnis yang di dalamnya nanti kita bisa dapat gambaran bisnisnya seperti apa kedepannya, mulai dari rancangan keuntungan, keseimbangan dalam menjalankan bisnis dan keberlanjutan dari bisnis yang dijalankan mbak.¹⁰⁷

Berdasarkan wawancara dapat disimpulkan bahwa proyeksi

¹⁰⁶ Muh Ashdar, wawancarai, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

¹⁰⁷ Bapak Riyanto, wawancarai, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (business plan), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha. Berikut perbandingan antara toko Barokah dan toko lain ditinjau dari penjualan produk.

Tabel 4.3 tabel perbandingan penjualan

Toko	Jumlah penjualan
Panci Kalibaru	22 pcs/ bulan
Dandang Banyuwangi	25 pcs/ bulan
Dandang Sewu Rejeki	10 pcs/ bulan

Sumber ; data diolah oleh peneliti

4) Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha

Rencana usaha kerajinan alumunium yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Sebagaimana pemaparan dari Bapak Imron dalam wawancara bahwa:

Dari rencana yang sudah dibuat, kan ada gambaran utuhnya tuh mbak gimana jalannya bisnis yang baru dirancang. Baru kemudian nanti diimplementasikan sesuai dengan rancangan itu mbak. Kalau semua sudah sesuai, baru nanti kita bisa melakukan pengendalian usahanya mbak. Makanya rencana itu menjadi sangat penting. Dan dalam proses implementasi pastinya kan ada hal-hal yang melenceng dari rencana mbak, nah inilah gunanya kita melakukan pengendalian. Kalau rencananya baik, dan gambarannya baik, maka pengendalian yang kita lakukan tidak perlu ekstra mbak.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Bapak Imron, wawancarai, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

Wirausahawan mampu mengetahui apakah bisnis yang dia jalankan dapat mencapai target yang diinginkan atau tidak, Apakah usaha yang dijalankan bertambah maju, stagnan, atau bahkan mengalami kemunduran. Sebagaimana dalam wawancara bapak sukarman menjelaskan bahwa:

Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha melalui pelaksanaan kegiatan usaha, di unit usaha kerajinan alumunium akan memperoleh umpan balik feedback yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai perbaikan dalam pelaksanaan kegiatan usaha.¹⁰⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas diperoleh kesimpulan bahwa penetapan tujuan-tujuan dan strategi-strategi usaha yang baru atau melakukan berbagai tindakan koreksi dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha. Berikut contoh implementasi pengembangan usaha yang bisa ditinjau dari jumlah penjualan barang.

Tabel 4.4 Rasio penjualan tertinggi

Tahun	Penjualan
2011	60 pcs/ bulan
2016	55 pcs/ bulan
2019	100 pcs/ bulan
2022	300 pcs/ bulan
2024	650 pcs/ bulan

Sumber : data diolah peneliti

¹⁰⁹ Bapak Sukarman, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

d. Teknik pengembangan usaha

Teknik pengembangan usaha penting Anda pelajari untuk mengembangkan usaha risiko gagal pasti ada, namun peluang untuk berhasil juga besar. Teknik mengembangkan usaha yang dikembangkan terkait ragam teknik pengembangan bisnis sebagaimana penjelasan dari Bapak Imron dalam wawancara bahwa Langkah paling penting dalam pengembangan suatu usaha. Melalui promosi yang pada usaha kerajinan alumunium dimulai dari mengenalkan produk barang dan jasa yang ingin dijual kepada calon pelanggan potensial.¹¹⁰

Promosi usaha kerajinan alumunium bisa dilakukan secara online melalui media sosial, atau offline dengan pembagian brosur, pemasangan baliho, yang sambil mensurvei kompetitor dari unit usaha yang sama.

Sebagaimana penjelasan dari Ibu Sumiyati dalam wawancara bahwa Mengenali karakter kompetitor usaha kerajinan alumunium, mulai dari bagaimana mereka memproduksi suatu barang, sampai teknik pemasaran yang dilakukan, apa saja kelebihan yang dimiliki kompetitor, kemudian membandingkannya dengan produk dari bisnis usaha kerajinan alumunium.¹¹¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas diperoleh kesimpulan bahwa evaluasi kelebihan dan kekurangan dari saingan usaha terkait dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk dimodifikasi sesuai dengan ciri

¹¹⁰ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

¹¹¹ Ibu Sumiyati, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

khlas dari usaha kerajinan alumunium. dengan demikian, akan tercipta produk yang berbeda dan unik.

Memperbaiki sumber daya yang ada di usaha kerajinan alumunium bisa berkembang dengan pesat dalam waktu singkat jika ada kontribusi dari sumber daya yang dimiliki, baik itu sumber data produk ataupun sumber daya manusia. Sebagaimana penjelasan dari Bapak Ahmadi dalam wawancara bahwa:

“Perbaikan sumber daya akan membantu penciptaan produk unik yang bisa meningkatkan perkembangan bisnis dan menarik lebih banyak pelanggan.”¹¹²

Semakin baik kualitas sumber daya yang digunakan, semakin tinggi juga mutu produk yang bisa dihasilkan di usaha bisnis kerajinan alumunium dengan memilih tim dan staf yang memiliki kemampuan mumpuni, handal menyiapkan bahan berkualitas dan mampu melayani pelanggan dengan pelayanan yang layak. Sebagaimana pemaparan dari Bapak Ahmadi dalam wawancara bahwa Pelayanan itu harus diutamakan mbak. Karena mengutamakan pelayanan terbaik akan membuat konsumen merasa nyaman dan juga senang ketika membeli produk yang kita pasarkan.¹¹³

Berdasarkan hasil wawancara diatas diperoleh kesimpulan bahwa teknik sangat penting untuk diperhatikan karena bisa mempertahankan customer dalam kurun waktu lama. Selain itu, perlu menjaga hubungan baik dengan para konsumen. Memanfaatkan dunia digital semaksimal

¹¹² Bapak Ahmadi, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

¹¹³ Bapak Ahmadi, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

mungkin demi menjaga hubungan baik dengan para pelanggan.

Melakukan inovasi produk diunit usaha kerajinan alumunium harus melakukan inovasi produk. Teknik yang perlu dilakukan untuk membuat pelanggan tetap setia dalam membeli produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Sebagaimana penjelasan dari Bapak Ahmadi dalam wawancara bahwa Inovasi produk itu jadi penting sekali mbak. Makanya seperti saat ini, tren kerajinan alumunium kan lebih ke condong perabotan rumah dan hiasan modern eropa. Maka, kita mengupayakan menyesuaikan dengan permintaan pasar yang sudah disesuaikan dengan budget masyarakat pada umumnya.¹¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa mengembangkan produk terbaru membuat unit usaha kerajinan alumunium lebih kompetitif dan menambah keuntungan tidak langsung pada nilai unit usaha. Unit usaha kerajinan alumunium dapat berinovasi terus-menerus memiliki keunggulan karena dapat mengalahkan pesaingnya, memungkinkan untuk terus berkembang dan produknya semakin dikenal di masyarakat.

e. Strategi pengembangan usaha

Pengembangan dalam tahap proses menciptakan nilai dalam jangka panjang untuk sebuah bisnis dari pelanggan, pasar dan kemitraan dan penggunaan strategi pengembangan usaha yang dirancang dan digunakan untuk menguraikan strategi yang akan dikembangkan dan

¹¹⁴ Bapak Ahmadi, wawancara, Banyuwangi, 16 desember 2023.

diterapkan dalam meninjau pengembangan usaha kerajinan alumunium.

Sebagaimana dalam wawancara dengan Ibu Atik Handayani bahwa:

Strategi pengembangan usaha di unit usaha kerajinan alumunium difungsikan sebagai media untuk identifikasi audiensi masyarakat, melakukan riset pasar, serta menemukan distribusi barang kerajinan alumunium karena tujuan dari pengembangan bisnis secara keseluruhan tidak harus terkait dengan menghasilkan keuntungan atau pendapatan.¹¹⁵

Pertumbuhan unit usaha dan pengembangan bisnis berperan sebagai benang yang menyatukan semua fungsi atau departemen/divisi dalam perusahaan. Keberadaannya akan membantu bisnis dalam memperluas dan meningkatkan penjualan, pendapatan, penawaran produk, layanan pelanggan dan *brand awareness*. Sebagaimana penjelasan dari Bapak Muh Ashdar dalam wawancara bahwa Untuk meningkatkan volume penjualan atau tingkat penawaran produk kita menggunakan yang namanya strategi pengembangan usaha.¹¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan volumen penjualan, pendapatan bersih dari produk kerajinan alumunium serta tingkat penawaran produk kerajinan alumunium yang dikembangkan dan di pasarkan oleh unit usaha kerajinan. Strategi pengembangan usaha harus didasarkan pada komponen dalam strategi pengembangan usaha di unit usaha kerajinan alumunium yang disampaikan oleh Bapak Imron yaitu Strategi pengembangan bisnis memberikan panduan kepada

¹¹⁵ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

¹¹⁶ Muh Ashdar, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

perusahaan mengenai tujuan, termasuk misi, visi dan nilai serta produk atau layanan, target audiens maupun strategi yang akan digunakan untuk mencapai kesuksesan.¹¹⁷

Strategi pengembangan usaha yang baik memiliki beberapa komponen dalam penyesuaian dengan unit usahanya sebagaimana pemaparan Ibu Sumiyati dalam wawancara bahwa Komponen pendukung dalam strategi pengembangan unit usaha dapat dikelompokkan dalam analisis terhadap situasi, analisis SWOT pada unit usaha kerajinan alumunium di kecamatan kalibaru ini, serta pemfokusan pada tujuan, sasaran, strategi dan taktik.¹¹⁸

Dalam strategi pengembangan usaha diperlukan pengumpulan informasi internal maupun informasi eksternal yang digunakan untuk membuat rencana pengembangan usaha. Informasi eksternal mencakup data mengenai lingkungan bisnis, ekonomi, industri dan kompetitor. Mengenai pengumpulan informasi eksternal dan internal Ibu Atik Handayani menyampaikan dalam wawancara bahwa:

Informasi internal termasuk data mengenai karyawan termasuk turnover dan kepuasan dari konsumen kerajinan alumunium. Informasi internal juga termasuk data pelanggan, siapa mereka, sudah berapa lama mereka menjadi pelanggan, produk atau jasa apa yang mereka beli dan kekuatan atau kelemahan apa yang dimiliki oleh perusahaan.¹¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa adanya

¹¹⁷ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

¹¹⁸ Ibu sumiyati, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

¹¹⁹ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 16 Desember 2023.

analisis situasi yang baik tentang lingkungan bisnis akan membantu dalam diskusi. Pada akhirnya ini akan memudahkan proses pengembangan tujuan, sasaran strategi dan taktik bisnis sebagaimana penjelasan dari Bapak Riyanto bahwa:

Informasi yang dikumpulkan selama analisis situasi, umumnya akan dilakukan analisis SWOT agar penggunaan analisis SWOT berupa strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang) dan threats (ancaman) mampu disesuaikan dengan perkembangan unit usaha toko Barokah dalam memilih program dan rencana pengembangan serta inovasi produk aluminium yang berkelanjutan.¹²⁰

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa proses yang digunakan oleh unit usaha untuk meninjau semua informasi yang dikumpulkan selama analisis situasi untuk menentukan bagaimana informasi itu bisa berpengaruh secara positif maupun negatif pada perusahaan dan hasil analisis SWOT menjadi masukan penting untuk menetapkan tujuan, sasaran, strategi dan taktik pengembangan usaha. Sasaran tingkat tinggi yang dirancang untuk dicapai dalam artian yang umum dan luas. Dalam wawancara Bapak Ahmadi juga menyampaikan bahwa:

Tujuan sifatnya lebih spesifik dan mencakup hasil serta timeline yang jelas dan terukur jadi bagi unit usaha kerajinan aluminium dapat mengevaluasi kinerja dan produk agar dapat menyiapkan langkah apa yang sekiranya cocok untuk pengembangan usaha kedepannya.¹²¹

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa strategi menunjukkan bagaimana cara perusahaan mencapai tujuan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang mereka miliki dan mengatasi

¹²⁰ Bapak Riyanto, wawancara, Banyuwangi, 16 desember 2023.

¹²¹ Bapak Ahmadi, wawancara, Banyuwangi, 16 desember 2023.

kelemahan serta berbagai ancaman. Taktik bersifat operasional dan menunjukkan dengan tepat apa yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai strateginya.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi

a. Pendukung

Keberhasilan dalam usaha bisa terjadi karena beberapa faktor pendukungnya. Faktor yang paling utama pendukung keberhasilan usaha adalah kemampuan dalam menjalankan sebuah usaha. Selain kemampuan atau skill ada beberapa faktor lainnya yang akan dijelaskan selanjutnya. Sebagaimana penjelasan dari Bapak Riyanto dalam wawancara bahwa:

Faktor pertama yang sangat memengaruhi keberhasilan dari pengembangan usaha aluminium adalah unit usaha kita sudah melakukan riset pasar yang mendalam. Riset pasar ini berarti sebagai pemilik bisnis, sudah mengetahui tujuan dan risiko dari menjalankan sebuah bisnis dibidang kerajinan aluminium ini dan tujuan dan risiko ini akan diketahui melalui analisis terhadap kebutuhan konsumen, menentukan model bisnis, tren yang sedang berlangsung, mempertimbangkan kompetitor lainnya, dan lain sebagainya disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.¹²²

Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa riset pasar bisa dikatakan juga sebagai bagian dari perencanaan usaha. Dalam merencanakan pembangunan usaha, unit usaha aluminium tentu harus mempertimbangkan juga risiko yang mungkin akan dihadapi. Risiko tersebut dapat berupa kurangnya minat konsumen terhadap produk atau

¹²² Bapak Riyanto, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

layanan bisnis, adanya kompetitor yang menjadikan persaingan menjadi sengit, dan sebagainya.

Faktor pendukung inovasi terhadap produk atau layanan menjadi faktor penentu juga dalam pengembangan usaha kerajinan alumunium, sebagaimana pemaparan dari bapak imron dalam wawancara bahwa:

Usaha bisa berhasil apabila kita sebagai pengelola unit usaha mampu membuat inovasi produk atau layanan yang berbeda dari lainnya. Perlu diingat bahwa walau produk yang dihasilkan kerajinan alumunium kita sudah banyak dibuat, belum tentu hal tersebut akan membuat Anda gagal, lalu kita harus mampu untuk mengolah agar roduk kita punya ciri khas yang tidak bisa ditiru oleh kompetitor kita.¹²³

Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa tanpa adanya inovasi, tentu produk bisnis Anda tidak akan dipandang istimewa oleh konsumen. Inovasi dalam konteks ini berkaitan dengan jenis produk atau layanan yang ditawarkan, inovasi pelayanan pelanggan, dan lain-lain.

Sebagai langkah lanjutan dalam mendukung pengembangan usaha adalah faktor sumber daya manusia, Sebagaimana penjelasan dari Ibu Atik Handayani dalam wawancara bahwa :

Poin penting dari keberhasilan usaha adalah adanya faktor sumber daya manusia yang unggul dan potensial tanpa adanya SDM atau para pekerja, bisnis akan sulit berjalan dengan efektif, pengelolaan baik dari segi operasional, manajerial dan sebagainya membutuhkan tenaga kerja yang ahli dibidangnya, etos kerja yang baik serta mampu memberikan peluang positif bagi perkembangan usaha.¹²⁴

Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa SDM yang memadai ini bisa merujuk pada loyalitas karyawan terhadap perusahaan,

¹²³ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

¹²⁴ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

performa kerja setiap orang, hingga lingkungan perusahaan. Lingkungan yang suportif tentu akan mendorong SDM agar lebih produktif lagi. Sebagai langkah lanjutan dalam mendukung pengembangan usaha adalah faktor strategi pemasaran yang tepat berdasarkan pemaparan bapak imron bahwa:

Sebagai pebisnis ingin produk atau layanan bisnis dikenal banyak orang dan mendapat banyak keuntungan yang berkelanjutan, tujuan tersebut dapat terwujud karena didukung oleh faktor strategi pemasaran yang tepat. Pola strategi pemasaran harus disesuaikan dengan perkembangan zaman seperti penggunaan platform media sosial agar masyarakat mengetahui produk yang kita sediakan di unit usaha kerajinan alumunium.¹²⁵

Strategi pemasaran menjadi penentu arah kebijakan apakah hal tersebut bisa dijadikan sebagai pendukung atau membuat unit usaha kerajinan alumunium menjadi menurun, karena masih banyak unit usaha yang tidak menfokuskan unit usaha untuk membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan keadaan unit usaha kerajinannya, sebagaimana pemaparan dari Ibu Atik Handayani bahwa:

Tidak jarang unit usaha terkadang tidak terlalu memikirkan faktor ini secara matang. Padahal, strategi pemasaran yang tepat akan bantu tingkatkan pendapatan yang menjadikan usaha berhasil. Pasalnya, tidak semua pebisnis di bidang kerajinan alumunium memiliki pengetahuan dan kemampuan yang tepat untuk menyusun dan menerapkan strategi dalam pengembangan unit usaha kerajinan alumunium.¹²⁶

Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa pengaplikasian strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan dari unit usaha dalam menyikapi perkembangan perusahaan. Strategi pemasaran

¹²⁵ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

¹²⁶ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

berfungsi meningkatkan volume penawaran barang dan dapat didistribusikan dan dikenalkan dengan masyarakat dengan banyak cara dan mau belajar untuk mencari tau cara promosi yang tepat dan efektif. Misalnya, mengoptimalkan sosial media sebagai media promosi, menggunakan website, memaksimalkan fitur di beberapa platform, dan masih banyak lagi.¹²⁷

Sebagai langkah lanjutan dalam mendukung pengembangan usaha adalah faktor pengelolaan keuangan yang baik berdasarkan pemaparan Bapak Ahmadi menjelaskan bahwa:

Faktor keuangan dalam mendukung pengembangan usaha memang menjadi kebutuhan primer dalam pengembangan unit usaha. Pengelolaan keuangan yang buruk tentu akan berpengaruh pada operasional perusahaan. Maka dari itu, agar perusahaan bisa dikatakan berhasil, jangan sampai lalai terkait keuangan seperti perencanaan biaya, penulisan laporan uang keluar dan masuk, penghitungan modal dan risiko, dan sebagainya.¹²⁸

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa dengan adanya pengelolaan keuangan ini, perusahaan akan lebih terarah dan jelas. Dari hasil laporan keuangan juga, kamu bisa melihat apakah kamu mendapat keuntungan lebih atau justru mengalami kerugian.

Sebagai langkah lanjutan dalam mendukung pengembangan usaha adalah faktor pendekatan, berdasarkan pemaparan Ibu Sumiyati dalam wawancara beliau menyampaikan bahwa:

Mungkin Anda sudah tidak asing dengan pepatah “*Pembeli*

¹²⁷ I Gusti Ayu Ari Agustini, “Analisis Faktor Penghambat dan Pendukung Pendayagunaan Tanaman Gonda sebagai Produk Wisata Kuliner Khas Desa Bongan”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1 (Januari, 2022), 62-68.

¹²⁸ Bapak Ahmadi, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

adalah raja". Ternyata pepatah tersebut bukan sembarang dibuat karena memang salah satu faktor pendukung keberhasilan usaha adalah adanya peran pembeli. Jika pembeli tidak puas dan kecewa dengan pelayanan perusahaan, tentu mereka segan untuk membeli produk atau layanan bisnis Anda lagi. Maka dari itu, Anda perlu memperhatikan pelayanan bisnis dan berusaha menjawab kebutuhan pembeli.¹²⁹

Berdasarkan hasil kesimpulan diperoleh kesimpulan bahwa mengevaluasi keluhan dan kebutuhan pembeli melalui survei atau pendekatan langsung yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Selain itu, minta juga misi atau saran dari pembeli agar kamu bisa meningkatkan performa bisnis dengan begitu, pembeli kerajinan alumunium pun akan merasa didengar dan diperhatikan oleh perusahaan dan berkeinginan untuk melakukan transaksi kembali.¹³⁰

Dalam menganalisis faktor pendukung dalam pengembangan unit usaha adalah beradaptasi dengan lingkungan dan perekonomian masyarakat apakah mampu membeli atau tidak sebagaimana penjelasan dari Bapak Sukarman dalam wawancara bahwa:

Selain faktor pendukung keberhasilan usaha yang disebutkan dalam wawancara sebelumnya dalam mengakses perkembangan usaha dalam beradaptasi dengan perubahan. Mengingat dunia sekarang ini sudah hampir seluruhnya berbasis digital, penting bagi pebisnis untuk dapat mempelajari dan menyesuaikan perubahan tersebut, misalnya, di unit usaha kerajinan alumunium bisa beradaptasi dengan

¹²⁹ Ibu sumiyati, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

¹³⁰ Yenni Gunawan dan Dhyah Harjanti, "Pengelolaan dan pengembangan usaha pengolahan kayu pada cv. karya jaya nusantara di Surabaya", *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1 (Oktober, 2019), 245.

mengembangkan model bisnis dari yang hanya berjualan di toko menjadi berjualan di onlineshop lewat media online. Dengan mengikuti perubahan ini, kemungkinan peningkatan pendapatan pun akan semakin terbuka lebar.¹³¹

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa mengikuti tren yang sedang berlangsung agar produk atau layanan bisnis lebih dikenal oleh banyak orang. Tren di sini dapat merujuk pada konten hits, tren fashion, tren musik, dan masih banyak lagi, semakin banyak melakukan inovasi dan memantau pasar maka akan menjanjikan juga hasil akhir yang nantinya akan dinikmati oleh unit usaha kerajinan alumunium, selain itu untuk meraih keberhasilan dalam usaha harus berani keluar dari zona aman karena dengan meningkatkan toleransi untuk mengambil resiko akan menjadikan lebih berani untuk menghadapi resiko tersebut.

b. Penghambat Usaha Kerajinan Aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi

Bisnis yang sukses tidak akan terlepas dari hambatan-hambatan yang berhasil dilalui. Oleh karena itu, penting bagi unit usaha kerajinan alumunium untuk mengetahui apa saja hambatan yang mungkin akan mereka hadapi. Dalam mengelola unit usaha agar meminimalisir adanya kecurangan dan kerugian yang nantinya akan berpengaruh dalam membangun stabilitas unit usaha Bapak Imron menjelaskan bahwa:

¹³¹ Bapak Sukarman, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

Pilihan pekerjaan di tahun 2023 ini semakin variatif. Ada banyak sekali jenis pekerjaan baru yang mulai bermunculan mengikuti perkembangan zaman dan diawali dengan membaca peluang yang ada disekitar kita dulu kalau sudah siap mengembangkan maka diperlukan kesiapan mental dalam mengelola unit usaha agar mampu mempunyai peluang dalam mengembangkannya.¹³²

Terkait masalah dan hadapan yang sering ditemukan di unit usaha kerajinan alumunium diantaranya banyak faktor, yang disampaikan oleh Ibu Sumiyati dalam wawancara beliau menyampaikan bahwa Salah satu hambatan terbesar ketika unit usaha ini didirikan adalah kurangnya dukungan finansial dan modal, karena setiap orang membutuhkan masyarakat sekitar dan dukungan orang lain untuk mengerjakan sesuatu.¹³³

Hambatan atau tantangan pertama yang harus dilalui seorang pebisnis pemula dalam menjalankan bisnis adalah kurangnya dukungan karena dukungan emosional sangat dibutuhkan seorang pebisnis pemula untuk menghalau rasa frustrasi. Sebagaimana penjelasan dari bapak imron dalam wawancara bahwa:

Salah satu bentuk dukungan saya dalam mengembangkan usaha kerajinan alumunium ini adalah saya mempunyai pasangan yang sangat membantu dalam mengembangkan unit usaha ini yang kebetulan istri saya mempunyai keahlian di bidang bisnis.¹³⁴

keinginan melakukan semuanya dengan baik bagi unit usaha sangat diupayakan dalam prinsip pengembangan usaha baik itu usaha

¹³² Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

¹³³ Ibu Sumiyati, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

¹³⁴ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

yang sudah ada atau masih dibangun sebagaimana penjelasan dari Bapak

Muh Ashdar bahwa:

Awal mula berbisnis kita pasti cenderung menginginkan semua rencananya berjalan sempurna, hal ini justru sering menimbulkan perasaan tertekan saat bisnisnya tidak berjalan sesuai rencana, maka dari itu kita mampu menyiapkan mental dari kemungkinan terbaik dan terburuk dari usaha yang kita kembangkan.¹³⁵

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa dibalik bisnis yang baru berdiri tidak jarang ada sosok pebisnis yang melakukan semuanya sendiri. Ada baiknya untuk tidak terlalu menekan diri sendiri dengan target-target yang memeras serta tidak ada salahnya meminta bantuan orang lain untuk mengerjakan sesuatu, selain meringankan pekerjaan, meminta bantuan menandakan kita mampu mengetahui dimana keterbatasan kita dalam mengelola bisnis atau unit usaha.

Mendapatkan dan mempertahankan model unit usaha kerajinan alumunium dibutuhkan konsistensi yang terfokus agar tidak menghambat perkembangan usaha kerajinan alumunium, sebagaimana hasil wawancara dengan bapak sukirman bahwa:

Hambatan yang harus dilalui pada unit unit usaha kerajinan alumunium dalam menjalankan bisnis adalah mencari model atau brand ambassador. Karena semakin menjual model yang dipakai, semakin tinggi permintaan konsumen terhadap produk bisnis, serta memutakhirkan konsep iklan yang menarik sehingga mampu menggiring pelanggan untuk menggunakan unit usaha kerajinan alumunium serta pengaplikasian ide-ide kreatif di saat pengeluaran produk dari unit usaha alumunium.¹³⁶

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa

¹³⁵ Muh Ashdar, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

¹³⁶ Bapak Sukarman, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

menghemat pengeluaran dengan meminta pertolongan saudara atau teman untuk mengatasi kekurangan pengendalian unit usaha selain meminimalisir pengeluaran, akan lebih mudah untuk Anda mempertahankan model jika berangkat dari saudara atau teman, hal lain yang dapat dilakukan adalah membuat konsep iklan yang menarik. Tidak semua iklan membutuhkan model, tetapi sebuah iklan selalu memiliki konsep.

Menemukan pelanggan pertama merupakan tantangan yang umumnya dihadapi dalam tahap awal ketika merintis usaha agar unit usaha tersebut mampu dikenal oleh masyarakat sekitar atau masyarakat luar yang sekiranya dapat dijadikan target pemasaran dari produk kerajinan alumunium, sebagaimana pemaparan dari bapak imron bahwa:

Sulit untuk membuat konsumen mempercayai produk yang baru kita buat, konsumen selalu mempertanyakan apakah produk Anda cukup murah, awet, memuaskan, atau setidaknya menarik, nah kita dulu uga pernah membagikan testimoni dan menawarkan produk buy one get one dengan adanya diskon dan promo di upayakan mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk baru dari unit usaha kita.¹³⁷

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa beberapa cara yang bisa dilakukan dalam mengatasi hambatan dalam memperoleh pelanggan baru untuk mengetahui manfaat serta benefit yang dapat didapat dari prooduk keluaran baru yang dikelola dan ditawarkan oleh unit usaha kerajinan alumunium adalah dengan memberikan sampel kepada calon konsumen unit usaha kerajinan

¹³⁷ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

aluminium, bisa juga dengan memberikan promo di awal, seperti beli satu gratis satu karena diskon juga menjadi bagian yang sangat menarik untuk meraup konsumen. Selain itu, yang terpenting adalah berikan kesan pelayanan yang sangat memuaskan

Kemampuan dalam mengevaluasi dari menyadari langkah yang salah yang digunakan dalam pemfokusan pengembangan usaha, sebagaimana penjelasan dari Bapak Ashdar dalam wawancara bahwa:

Pengorbanan besar yang dilakukan tak jarang bukan hasil baik yang diterima, disatu sisi kita mampu merasa bahwa apa yang sudah dijalankan harus dipertahankan dan disisi lain menyadari bahwa sangat tersiksa dengan keadaan yang dihasilkan dari kesalahan dari arah kebijakan yang diambil oleh pimpinan, maka diperlukan evaluasi lebih lanjut dalam mengembangkan usaha kita agar tidak jatuh di lobang yang sama kedua kalinya.¹³⁸

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa cara yang diambil kurang tepat terhadap perkembangan usaha, maka diperlukan untuk mencoba cara lain untuk mengurus unit usaha kerajinan aluminium agar lebih terjamin kedepannya.

Menutup bisnis merupakan hambatan tersulit yang mungkin terjadi pada semua pebisnis ketika menjalankan bisnis. Tidak hanya terjadi pada pebisnis pemula. Sebagaimana penjelasan Bapak Imron dalam wawancara beliau menyampaikan bahwa:

Dunia bisnis itu abu abu yang dipenuhi ketidakpastian dan seorang Pebisnis yang sudah mapan pun mungkin bisa mengalaminya penutupan bisnia. Setelah menyadari cara membangun bisnis yang kurang tepat kadang kita harus dihadapkan pada kondisi siap untuk gulung tikar, aabila kita berulang kali mencoba cara-cara untuk mempertahankan unit

¹³⁸ Muh Ashdar, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

usaha dan ternyata tetap tidak berhasil dan solusi terakhir satu-satunya jalan adalah menutup bisnis.¹³⁹

Berdasarkan kesimpulan diperoleh kesimpulan bahwa keputusan menutup unit usaha merupakan keputusan yang sangat berat untuk diambil terutama setelah banyaknya pengorbanan yang sudah dilakukan, sangat menyakitkan untuk menutup bisnis begitu saja, namun hal ini harus dilakukan jika semua cara yang dicoba nyatanya tidak berhasil. Menutup bisnis bukan berarti gagal akan tetapi pembelajaran agar lebih berhati-hati dalam memperhatikan strategi yang sekiranya efisien dan cocok dalam pengembangan unit usaha yang kita kembangkan.

Mengelola Keuangan merupakan hambatan terakhir yang sering dihadapi ketika menjalankan bisnis adalah mengelola keuangan unit usaha karena masih banyak pebisnis yang masih kurang paham dengan masalah keuangan dan akuntansi, sebagaimana penjelasan dari Ibu Atik Handayani dalam wawancara bahwa:

Mengelola keuangan sangat berdampak pada bisnis karena bagaimana pun keputusan bisnis harus berdasarkan data keuangan yang tepat, belum lagi mengelola arus kas yang sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Tidak sedikit unit usaha yang akhirnya jatuh bangkrut karena tidak memiliki arus kas yang baik.¹⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa pengelolaan keuangan menjadi faktor penentu dalam mengelola sumber keuangan unit usaha, apabila kurangnya pengetahuan manajerial akan keuangan maka unit usaha yang dikembangkan akan rawan untuk

¹³⁹ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

¹⁴⁰ Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

korupsi dan ditutup di tengah jalan.

c. Peluang Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi

Peluang usaha merupakan bentuk kemungkinan atau kesempatan untuk mendapatkan manfaat, keuntungan, dan mengembangkan bisnis yang dimiliki. Jika kamu seorang pengusaha pemula dan sedang mencari peluang usaha, mungkin kamu bisa memulai bisnis dengan modal minimum dulu. Sebagaimana penjelasan dari Bapak Imron dalam wawancara bahwa:

Dalam hal tujuan dari peluang usaha adalah untuk mencapai keinginan, yaitu dapat berupa keuntungan, uang, kekayaan, kepuasan batin, popularitas, status sosial dan lain-lain. Untuk mencapai tujuan tersebut seseorang dapat memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya.¹⁴¹

Sumber daya tersebut mencakup segala sesuatu yang dapat menunjang kegiatan usaha. Di antaranya uang atau modal, pengetahuan, skill, relasi yang luas, pengalaman dan lain-lain. Sebagaimana penjelasan dari Ibu Atik Handayani dalam wawancara bahwa:

“Ciri-ciri Peluang Usaha bagi seorang wirausaha juga harus memiliki pola pikir tentang seperti apa peluang usaha yang potensial dan menjanjikan untuk digunakan di unit usaha.”¹⁴²

Memiliki nilai jual dan usaha bukan hanya ambisi pribadi semata dan bersifat nyata merupakan ciri khas dari peluang usaha yang dapat dikembangkan oleh suatu unit usaha sebagaimana penjelasan Bapak Riyanto bahwa:

¹⁴¹ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

¹⁴² Ibu Atik Handayani, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

Nilai jual produk pada suatu usaha dapat dijadikan peluang usaha apabila dikelola secara berkelanjutan dan usaha tersebut tidak semata atau pengusaha mempunyai keyakinan penuh terhadap produknya tanpa adanya unsur keterpakasaan dalam mengembangkan produk dari unit usahanya.¹⁴³

Usaha dalam mempertahankan secara kualitatif waktu lebih lama di pasar, tidak menghabiskan modal karena terlalu besar investasinya serta dapat ditingkatkan skalanya menjadi industri, sebagaimana pemaparan dari Bapak Imron dalam wawancara bahwa:

Suatu produk dari unit usaha dapat dikatakan mempunyai peluang untuk dikembangkan adalah tergantung potensi yang ditawarkan dan ketahanan untuk menetapkan produk bersaing untuk dipasarkan dipasar, serta antara besaran investasi dan modal dapat berjalan seimbang dengan perkembangan produksi di pasar.¹⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa peluang produk kerajinan alumunium dalam menetapkan stabilitas dan konsisten dalam menguasai pasar dapat ditinjau dari nilai jual produk, ambisiusitas pengusaha, usaha dari produsen menetapkan kualitas produk kerajinan alumium serta penanaman modal yang tidak menyebabkan ketimpangan sumber keuangan unit usaha kerajinan alumunium.

Peluang usaha sendiri sebenarnya ada dimana saja dan berdampingan dengan usaha yang ditampilkan pengusaha ketika berusaha untuk mengekspolarasi produk usaha kerajinan alumunium, sebagaimana pemaparan dari Bapak Riyanto dalam wawancara bahwa

¹⁴³ Bapak Riyanto, wawancaraA, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

¹⁴⁴ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

Ketidaktahuan dalam menentukan peluang usaha karena kebanyakan pengusaha berpatok untuk besaran benefit dan takut pengambilan resiko karena banyak yang menganggap mudah padahal banyak yang pusing memikirkan ide memulai bisnis.¹⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa setiap individu manusia mempunyai kebutuhan dan upaya dalam menyediakan kebutuhan tersebut adalah peluang yang dapat dipicu dari memulai dari pekerjaan di unit usaha kita sendiri. Karena Tidak semua peluang yang muncul di hadapan kita, bisa dilakukan. Dibutuhkan analisis peluang usaha terlebih dahulu dan analisis peluang usaha dilakukan untuk mengetahui berbagai kemungkinan dan berbagai macam kesempatan usaha, mana yang bisa dilakukan dan bisa memberikan keuntungan dengan berbagai tingkat risiko yang akan dihadapi.

Kehidupan pribadi kita bisa merupakan sumber inspirasi terbaik, asalkan tau bagaimana menemukan sebuah potensi didalam diri kita sendiri. Sebagaimana pemaparan dari Ibu Sumiyati dalam wawancara bahwa:

Dengan berbagai peluang yang ada pada diri kita bisa menjadi kunci sukses untuk berbisnis yang sangat bisa menguntungkan buat kita. Potensi yang ada pada diri kita itu belum tentu dimiliki oleh orang lain, sehingga dengan melihat potensi yang ada tentu potensi tersebut tidak akan mudah untuk ditiru oleh orang lain.¹⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa gali dan kembangkan saja potensi yang sudah ada pada diri kita sendiri,

¹⁴⁵ Bapak Riyanto, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

¹⁴⁶ Ibu Sumiyati, wawancara, Banyuwangi, 26 Desember 2023.

sekecil apapun potensi yang ada yakinlah jika potensi tersebut bisa memberikan peluang bisnis dengan hasil maksimal.

Melihat peluang bisnis dengan cara mencari dan mengamati kebutuhan masyarakat disekitar berdasarkan wawancara dengan Bapak Imron beliau memaparkan bahwa :

Cara ini merupakan cara paling mudah dan tepat untuk melihat peluang bisnis disekitar kita. Misalkan daerah kalibaru terkenal banyak nya keperluan perabotan rumah dengan nilai ekonomis dan awet yang cocok dengan perekonomian masyarakat sekitar maka diciptakanlah peluang dalam bentuk kerajinan alumunium baik berupa almari, rak buku sampai ada produk kita yaitu ring untuk bangunan rumah.¹⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa kebutuhan masyarakat ini dapat kita jadikan peluang bisnis dengan memenuhi kebutuhan mereka. Dengan membuat bisnis yang berdasarkan dengan kebutuhan lingkungan disekitar kita tentu akan lebih mudah dan tepat dalam menjalankan bsnis. Dikarenakan kita sudah memiliki pasar dan konsumen yang tertargetkan, tidak hanya itu, peluang usaha juga harus dipersiapkan dengan matang. Jangan sampai peluang usaha hilang begitu saja hanya karena kecerobohan semata. Beberapa persiapan yang dapat dilakukan antara lain meneliti luas usaha yang dipilih, bentuk usaha, jenis usaha yang ditekuni, mengenal informasi usaha yang diterima, dan memiliki peta peluang usaha yang menguntungkan.

C. Pembahasan temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian

¹⁴⁷ Bapak Imron, wawancara, Banyuwangi, 24 Desember 2023.

yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data tersebut disajikan berupa pembahasan temuan. Data yang disajikan oleh peneliti merupakan pemikiran dan permasalahan-permasalahan dari metode penelitian, kajian teori yang dibahas pada bagian berikutnya.

1. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah Di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru

a. Strategi

Strategi pengembangan usaha kerajinan yang efektif dapat dengan mengimplemantasikan strategi yang tepat, maka dapat meraih keuntungan yang lebih besar dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif serta mampu untuk meningkatkan pertumbuhan unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru dengan memanfaatkan manfaat terbesar dari menerapkan strategi pengembangan bisnis adalah untuk meningkatkan pertumbuhan usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru.

Melakukan analisis pasar untuk memahami tren dan kondisi pasar merupakan aspek perancangan strategi pada unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru. Dalam upaya memahami siapa target pasar, potensi pertumbuhan, dan tingkat persaingan maka pihak pengelola unit usaha kerajinan melakukan riset pelanggan secara berkala untuk mendapatkan wawasan yang lebih

mendalam.

Identifikasi peluang pada unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru meliputi penemuan segmen pasar baru, pengembangan produk baru, atau ekspansi geografis.

Pelanggan adalah aset berharga bagi sebuah bisnis. Oleh karena itu unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru perlu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat mengembangkan produk atau layanan yang tepat dan dapat menciptakan value proposition yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Perumusan strategi yang dilakukan oleh unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru sudah selaras dengan teori yang dicetuskan oleh Sharplin dalam melakukan langkah-langkah formulasi strategik berupa:

- 1) Menetapkan misi suatu perusahaan atau korporasi khususnya pengembangan sebuah usaha kedepannya.
- 2) Melakukan *scanning* terhadap hambatan dan dorongan yang terjadi kedepannya untuk dapat mempersiapkan langkah bagi perusahaan kedepannya.
- 3) Menetapkan arah dan sasaran perusahaan terhadap tujuan pengembangan yang ingin dicapai.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Edy Mulyadi Soepardi, "Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang menderita kerugian)", *Jurnal Sosial dan*

b. Jenis- jenis strategi

1) Strategi Fokus

Strategi fokus dalam menysasar target audiens yang spesifik dan memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik daripada pesaing dalam unit usaha kerajinan serupa. Pemanfaatan strategi dalam pengembangan usaha sangat diperlukan terutama dalam menseleksi pasar dan konsumen produk kerajinan

2) Strategi Diferensiasi

Menonjolkan keunikan produk atau layanan unit usaha kerajinan aluminium, evaluasi terhadap apa yang membuat unit usaha kerajinan aluminium berbeda dari yang lain? Kemudian unit usaha kerajinan aluminium menciptakan nilai tambah yang membuat pelanggan ingin memilihmu dibandingkan dengan pesaing.

3) Strategi Pertumbuhan

Unit usaha kerajinan aluminium dapat tumbuh baik melalui penetrasi pasar, pengembangan produk baru, pengembangan pasar atau diversifikasi yang didasarkan pada pada situasi dan kebutuhan unit usaha kerajinan aluminium

Tiga strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru telah mendasarkan konsepnya bedasarkan konsep yang

dikemukakan oleh David Fred R. yaitu terkait jenis strategi adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi integrasi meliputi: integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal
- 2) Strategi intensif. Disebut strategi intensif karena ada beberapa hal yang mengharuskan adanya upaya-upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin diperbaiki. Strategi intensif ini meliputi: penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk
- 3) Strategi diversifikasi. Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat
- 4) Strategi defensif meliputi: pensiutan, divestasi, dan likuidasi.¹⁴⁹

c. Tahapan pengembangan usaha

Proses dalam mengembangkan unit usaha atau bisnis yang digunakan oleh unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru adalah penggunaan strategi pemasaran dengan melihat perkembangan pasar dan daya minat beli konsumen. Strategi produk yang dijalankan yaitu senantiasa memberikan dan menjaga kualitas yang ditawarkan dengan menerapkan *Quality Control* (pengendalian kualitas) Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan peneliti, dihasilkan bahwa pengendalian dan pembenahan unit usaha kerajinan aluminium dalam pengembangan unit usaha

¹⁴⁹ David Fred R, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 256.

diperlukan observasi dan pengembangan internal unit usaha dimana peluang lebih kuat dari pada ancaman. Strategi SWOT adalah strategi yang paling tepat bagi unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru, agar tetap menjaga kualitas dan kuantitas produk, terus menambahkan produk-produk yang inovatif dalam hal variasi estetika dan perkembangan zaman terutama tampilan dari produk kerajinan aluminium.

Tahapan pengembangan usaha yang dilakukan oleh Unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Pandji Anoraga terkait beberapa tahapan dalam pengembangan usaha antara lain¹⁵⁰:

1) Identifikasi peluang

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi. Informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti:

- a) Rencana perusahaan
- b) Saran dan usul manajemen kecil
- c) Program dan pemerintah
- d) Hasil berbagai riset peluang usaha
- e) Kadin atau asosiasi usaha sejenis

2) Merumuskan Alternatif Usaha

Setelah informasi berkumpul dan analisis maka pimpinan

¹⁵⁰ Pandji Anaroga, *Pendekatan Bisnis dalam Era Globalisasi* (Jakarta: Graha Ilmu, 2007), 90.

perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

3) Seleksi Alternatife

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang propektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a) Ketersediaan pasar
- b) Resiko kegagalan
- c) Harga

4) Pelaksanaan Alternatif Terpilih

Setelah penentuan altelnatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih

5) Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya

d. Teknik pengembangan usaha

Unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru merupakan usaha menengah yang menjual beberapa macam bentuk kerajinan aluminium baik produk untuk rumah, dekorasi rumah, *furniture*, dan perlengkapan penunjang lain

nya dan dijalankan oleh imroon dan istrinya. Setiap bulan usaha ini terus maju dan berkembang. Sekarang unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi telah banyak dikenal orang karena inovasi produk yang ditawarkan dari produk kerajinan aluminium yang dikenal mempunyai sifat kokoh, tahan rayap dan harganya yang terjangkau oleh masyarakat. Unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru awal mulanya hanya memasarkan produknya dari offline store dan pemasarannya hanya berputar di daerah sekitar Kalibaru saja yang relatif berskala kecil dalam upaya mengenalkan produk ke masyarakat pengusaha melakukan bagi-bagi produk ke saudara-saudara, dan tetangga yang ada disekitar.

Unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi dalam proses pemasaran produk kerajinan ini dimulai dari offline store sampai sekarang sudah ada sales yang membantu mempromosikan dan menjual produk kerajinan aluminium. Masalah yang dihadapi oleh unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru adalah persaingan pasar, selera konsumen yang berpengaruh terhadap jumlah produksi yang menurun serta pengelolaan modal usaha tidak akan maksimal. Selain itu, usaha produk kerajinan aluminium tidak memiliki jaringan dan bantuan dari lembaga penunjang.

Teknik pengembangan usaha yang dilakukan oleh unit usaha

kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru telah sesuai dengan konsep yang dicetuskan oleh Suryana terkait dua teknik pengembangan usaha sebagai berikut:¹⁵¹

1) Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha.

2) Perluasan cakupan usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda.

e. Strategi pengembangan usaha

1) Strategi produk

Strategi pengembangan usaha terhadap produk setiap perusahaan yang berorientasi pada bisnis dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, perlu mengadakan beberapa upaya dan usaha penyempurnaan serta perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Produk yang dipasarkan dapat dilihat oleh konsumen dari segi pemanfaatan atau pemakaiannya, maka dalam kebijakan dan strategi produk perlu ditentukan sifat-sifat atau unsur-unsur

¹⁵¹ Suryana, *Pedoman Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba, 2006), 156.

penonjolan dari suatu produk yang sesuai dengan keinginan para konsumennya. Produk usaha kerajinan alumunium mempunyai kualitas yang baik sehingga menghasilkan produk kerajinan berbahan baku alumunium dalam memproduksi produknya yang relatif kokoh terhadap anas dan hujan. Varian produk kerajinan alumunium memiliki beberapa varian warna selain warna hitam dan putih yaitu warna- warna pastel yang disesuaikan dengan kemauan konsumen untuk memproduksi warna warna selain hitam biasanya apabila ada permintaan dari pelanggan saja.

a) Strategi Harga

Strategi harga adalah strategi utama yang diterapkan dalam pemasaran dari produk kerajinan alumunium. Harga sebuah produk merupakan faktor kunci dalam keputusan pembelian di unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru. Harga produk sangat mempengaruhi penjualan maupun laba.

Tanpa harga yang kurang diminati oleh konsumen atau terlalu mahal, maka penjualan dan laba akan mendapatkan kesulitan. Harga produk unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru dapat mengukur seberapa banyak uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk mendapatkan produk kerajinan alumunium di unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan

Kalibaru, dalam menetapkan harga jual produknya tergantung pada persaingan di pasar.

Strategi lain yang diterapkan oleh unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru berkaitan dengan harga yaitu menjual dengan harga yang relatif murah karena kebanyakan pelanggan dari unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru merupakan pemborong yang menjual kembali produk kerajinan aluminium seperti lemari kaca. Bagi pemborong yang sudah berlangganan bisa mengambil terlebih dahulu di pagi hari dan dibayar pada sore harinya sebanyak yang laku saja dan barang yang tidak laku bisa dikembalikan kepada unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru.

b) Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan dengan tujuan untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada masyarakat dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau memanfaatkan produk atau kerajinan, dalam mempromosikan produknya unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru memilih beberapa alternatif sebagaimana berikut

(1) Sistem *face to face* yakni sistem promosi langsung

bertatap muka dengan calon pelanggan.

- (2) Sistem mulut ke mulut yakni sistem promosi dengan mengandalkan pelanggan tetap untuk memberitahukan kepada pelanggan baru tentang produk dari unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi

c) Strategi Tempat

Dalam menentukan pilihan tempat dari unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru menentukan tempat strategis yaitu tempat yang ada halaman yang luas untuk memudahkan penempatan produk dari kerajinan aluminium yang ukurannya mayoritas besar dan berat kalau disediakan tempat kecil, juga tidak jauh dari pasar sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh pelanggan. Selain tempat yang strategis juga didukung dengan sarana dan prasarana yang cukup memadai untuk mendukung kegiatan produksi kerajinan aluminium dari unit usaha kerajinan aluminium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi

2. Faktor Pendukung Serta Penghambat Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah Di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi

a. Pendukung

Faktor perencanaan yang terstruktur yang sudah terkonsep oleh pengelola mulai perencanaan tersebut di antaranya, yaitu merencanakan jenis produk apa yang akan diproduksi, seperti pada bulan desember kemarin dilouningkan produk baru mebel berua lemari belajar edisi terbaru, menghitung rincian dana yang dibutuhkan oleh unit usaha karena posisi tersebut sudah diisi oleh SDM yang memadai dibidang keuangan.

Pendukung dalam pengembangan usaha yaitu pengelola sudah merencanakan jumlah produk yang akan diproduksi per bulan setelah melalui segmentasi pasar dengan pembagian brosur terlebih dahulu untuk mengkuru tingkat antusiasme masyarakat terhadap produk baru.

b. Penghambat

Hambatan yang dihadapi oleh para pengelola dalam mengembangkan usaha kerajinan alumunium adalah hambatan penggunaan bahasa karena perbedaan kultur/budaya khususnya ketika masuk pada pelosok desa luar daerah dan pendatang dari luar negeri. Hal ini dikarenakan perbedaan bahasa merupakan salah satu hal yang dapat menghambat laju komunikasi antar pengirim dan

penerima pesan.

Hambatan kultural atau budaya mencakup bahasa, kepercayaan dan keyakinan. Hambatan bahasa terjadi ketika orang yang berkomunikasi tidak menggunakan bahasa yang sama, atau tidak memiliki tingkat kemampuan berbahasa yang sama.

Temuan peneliti ketika berada di lokasi adalah adanya timpang dalam penggunaan bahasa. Ketika berbicara bahasa Indonesia pemilik, tim produksi dan konsumen menjawab menggunakan bahasa daerah (Jawa/Madura), kecuali berbicara dengan pemilik yang masih muda. Hal inilah yang menjadi kendala ketika ke luar daerah untuk menawarkan produk kerajinan.

c. Peluang

Peluang dan prospek penjualan produk kerajinan alumunium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru masih tetap meningkat akibat masih besarnya peluang yang dapat diraih oleh usaha kerajinan tersebut salah satunya seperti meningkatnya permintaan akibat bertambahnya kegiatan-kegiatan dalam bentuk aksesoris rumah tangga, seperti tempat lilin, vas bunga, atau lampu hias sebagai varian dari produk-produk dekorasi atau lainnya. Kondisi seperti ini sedikit berbeda yang terjadi dalam 2 tahun terakhir karena kondisi Pandemi Covid19 melanda negeri ini. Namun, permintaan terhadap produk juga masih tetap berjalan dan meningkat hingga per2023 ini omset pendapatan setelah melakukan inovasi produk meningkatkan peluang

dari pengembangan produk kerajinan alumunium, terutama untuk Pembuatan atap unit usaha kerajinan alumunium memiliki keahlian dalam pengolahan aluminium dengan membuka usaha pembuatan atap dari bahan aluminium varian produk bahan bangunan atau perusahaan konstruksi.



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Strategi dapat menjadi jembatan yang memudahkan keberlangsungan perencanaan, pelaksanaan dan juga pencapaian tujuan sebagai penunjang pengembangan usaha diklasifikasi dalam bentuk jenis- jenis strategi yaitu strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversitas dan strategi defensif. Dalam tahapan pengembangan usaha diperlukan ide usaha, penyaringan ide dan konsep, pengembangan rencana usaha (business plan), implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha.

Faktor pendukung penghambat dan peluang merupakan aspek yang dijadikan penentu arah kebijakan serta penggunaan strategi penunjang untuk pengembangan usaha kerajinan alumunium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru. Hambatan terbesar ketika unit usaha ini didirikan adalah kurangnya dukungan finansial dan modal, keinginan untuk melakukan yang terbaik serta mendapat hasil yang semaksimal mungkin, mempertahankan model unit usaha, menemukan pelanggan pertama, serta kemampuan dalam mengevaluasi dari menyadari langkah yang salah, menutup bisnis dan mengelola keuangan.

Peluang usaha merupakan bentuk kemungkinan atau kesempatan untuk mendapatkan manfaat, keuntungan, dan mengembangkan bisnis yang dimiliki, maka diperlukan kemampuan menilai pasar, nilai produk dan layanan, segmentasi pasar sekitar dan optimalisasi penggunaan peluang dengan

mengamati kebutuhan pasar di sekitarnya.

B. Saran

Bagi pengusaha kerajinan alumunium kerajinan di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru Sektor industri dapat memberikan peluang ekonomi yang besar, maka pengembangan industri harus didasarkan sumber daya yang dimiliki serta perlu menentukan dan menetapkan strategi pengembangan industri. Oleh karena itu dalam pengembangan usaha kerajinan alumunium di Desa Kalibaru Wetan Kecamatan Kalibaru, hal yang harus dibenahi oleh adalah meningkatkan kegiatan promosi usaha kerajinan alumunium, meningkatkan kualitas kerajinan alumunium, meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil, menengah dan atas agar tidak ketinggalan zaman, meningkatkan daya tarik konsumen meningkatkan pengetahuan tentang teknologi dan mampu menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang menjadi segmentasi pasar dari unit usaha kerajinan alumunium

Saran bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi pengembangan yang lebih inovatif menggunakan metode-metode baru dan pendekatan-pendekatan yang lebih variatif untuk dapat merumuskan strategi khususnya bagi usaha kerajinan alumunium, serta membimbing pengusaha dalam mengembangkan unit usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal Muhammad, “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen”, Skripsi. Universitas Almuslim. 2018
- Ardiansaf Robby, “Strategi Pengembangan Gerabah Dari Tanah Lempung Desa Renjotangan Tulungagung”, *Jurnal Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung* (2021).
- Anaroga Pandji , *Pendekatan Bisnis dalam Era Globalisasi* Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Anggito Albi, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Jawa Barat: CV Jejak, 2008.
- Bahri,Samsul,Teuku Makmur, Otto Nur Abdullah, “Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan Rotan Di Desa Keude Being Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 6 (2018)
- Dewi,Rosmala, “Strategi Pengembangan Sentra Kerajinan Tenun Asma Songket Di Lamno Kecamatan Aceh Jaya”, *Jurnal Budaya dan Busana* 2 (1), 160-165 (2002)
- Fred R,David, *Manajemen Strategi Konsep* Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Hendryadi,Suryani, *Metode Riset Kualitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Hengki,Helaluddin Wijaya, *Analisis Data Kualitatif:Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* Sekolah Tinggi: Theologia Jaffay, 124, 2019.
- J Moleong,Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- J Moleong,Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (2012)
- Lucky,Maskarto Nara Rosmadi, *Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) STIE Kridatama* Bandung: 2019
- Lubis,AY, *Pengembangan Usaha Mikro* Reporsitiry.usu.ac.id.hal.9 2018.
- Mamik, *Metode Kualitatif* Sidoarjo: Zifatama Publisher,133 2015.
- Oknita,Silfia Puspitasari,Wikam Budi Utami,Suprihati Suprihati, “Penerapan

Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan Rotan (Studi Pada Desa Trangsangan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo”, *Jurnal Akutansi dan Pajak* Vol 23, No.1 (2022)

R.Jauch, Lawrence, William F Glueck, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan* Jakarta: Erlangga, hal.12 2000

Rangkuti, Ferdy, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama hal. 14 2009

Sugiyono, *Metode Penelitian Riset*.130 (2019)

Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: kiat dan proses menuju sukses* Jakarta: Salemba hal.156 2006

Yuafenadi, Endra Arifianto, Rakhmat Himawan, “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Topeng Era Industri 4.0.”, *Jurnal Universitas Muhamadiyah Surakarta* (2018)

Triyawan, Andi, Amin Fitria, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Moeslem Square Ngawi”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5 (1), 44-62 (2019)

Satya, Putu Ary Narendra, I Gusti Ayu Ketut Sri Ardani, “Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Perak Dengan Metode Analisis SWOT Pada Usaha SSS Silver” , *Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9 (10) (2020)

Ardiansaf Robby, “Strategi Pengembangan Gerabah Dari Tanah Lempung Desa Renjotangan Tulungagung” , *Jurnal Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung* (2021)

Bahri, Samsul, Teuku Makmur, Otto Nur Abdullah, “Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan Rotan Di Desa Keude Being Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 6 (2021)

Dewi, Rosmala, “Strategi Pengembangan Sentra Kerajinan Tenun Asma Songket Di Lamno Kecamatan Aceh Jaya” , *Jurnal Busana dan Budaya* 2 (1), 160-165 (2022)

Agnirizkita, “Pengaruh tingkat literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada pelaku UMKM Kecamatan Cinere, Depok” , *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol 2, Issue 1, hal 58. (2020)

Agusetyaningrum, Verniaputri, “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai destinasi wisata kuliner (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota

Malang). Universitas Brawijaya” , *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB),Vol.38 No.2. (2019)

Alyas, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)* Makassar: Universitas Negeri Makassar. Sosiohumaniora, Volume 19 No. 2 2017.

Ardiyansyah, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM (Studi Kasus Usaha Ternak Kelinci di Kecamatan Bumiaji Kota Batu” , Skripsi, Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Malang 2021.

Tin, Agustina, dkk, *Kajian Tentang Faktor Internal Dan Eksternal yang Mendukung Pengembangan Usaha Produk Unggunaln Lokal Sulam dan Bordir.* Kabupaten Malang : Seminar Nasional Riset InovatiF (Senari). ISBN 978-602-6428-04-2 2021

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: CV. Andi Offset 2018

Wilantara, Rio F, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM.* Bandung: Refika Aditama 2021

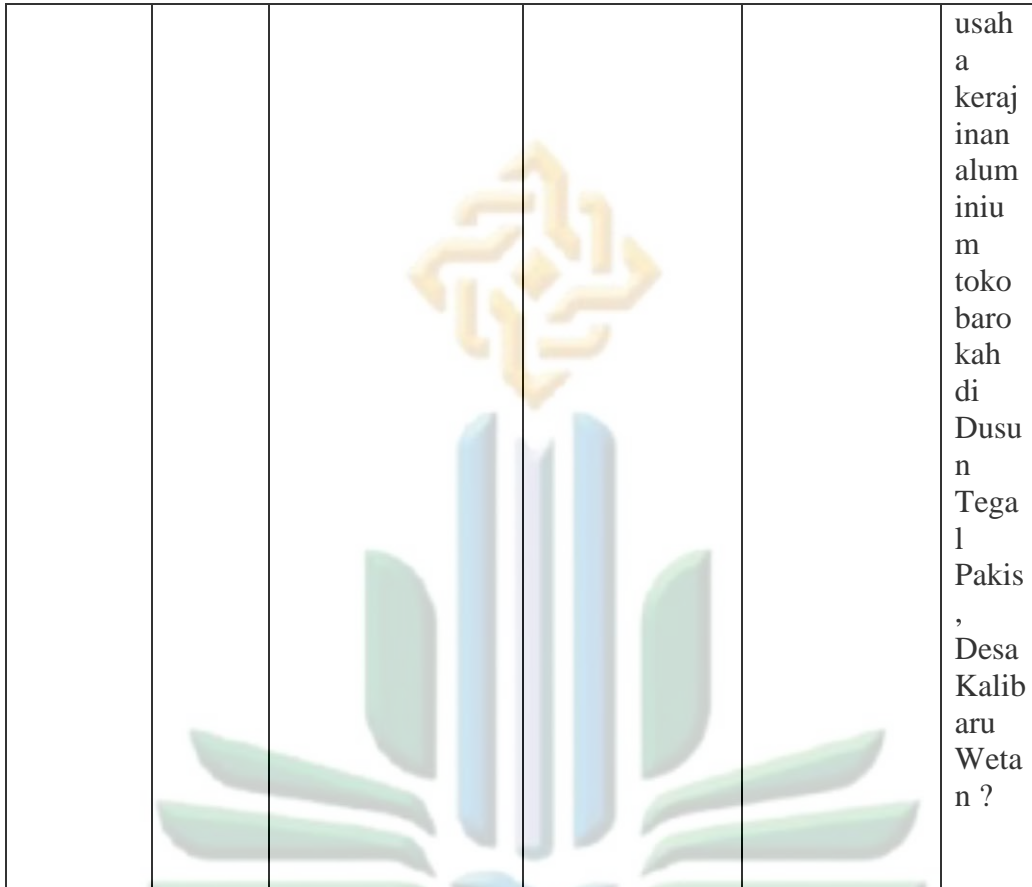


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Lampiran-lampiran

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN	
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN ALUMINIUM TOKO BAROKAH DI DUSUN TEGAL PAKIS DESA KALIBARU WETAN	Strategi	Definisi strategi Jenis strategi			Metodologi Penelitian: Kualitatif	Bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan aluminiu m toko barokah di Dusun Tegal Pakis, Desa Kalibaru Wetan? Apa saja kendala strategi pengembangan
	Pengembangan usaha	Definisi usaha Pengembangan usaha			Jenis Penelitian : Studi Kasus Teknik Pengumpulan Sample: Purposive Metode Pengumpulan Data: Wawancara Observasi Dokumentasi Teknik Analisis Data: Data Collection Data Reduction Data Display Verifikation Keabsahan Data: Triangulasi	
	Pengembangan usaha	Identifikasi peluang Alternatif usaha Seleksi alternatif Pelaksanaan Evaluasi		Informan: Bapak Imron, Ibu Atik Handayani, Muh ashdar, Bapak Riyanto, Ibu sumiyati, Bapak Ahmadi, Bapak Sukarman, Dokumen : Buku-Buku Foto- Foto E- Book Buku Pendukung Lain Nya.		



usah
a
keraj
inan
alum
iniu
m
toko
baro
kah
di
Dusu
n
Tega
l
Pakis
,
Desa
Kalib
aru
Weta
n ?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

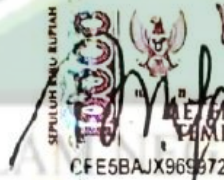
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firda Trisna Wardani
NIM : E20182103
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Instansi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya.

Jember, 30 Mei 2024
Yang menyatakan



UNIVERSITAS ISLAM KHAIRI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
CFE5BAJX969972795

Firda Trisna Wardani
NIM. E20182103

UNIVERSITAS ISLAM KHAIRI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PEDOMAN WAWANCARA
“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN ALUMINIUM
TOKO BAROKAH DI DESA KALIBARU WETAN KECAMATAN
KALIBARU”

- 1) OBSERVASI
 - a. Gambaran obyek penelitian
 - b. Luas wilayah kalibaru wetan
 - c. Kondisi penduduk
- 2) WAWANCARA
 - A. Bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium di Dusun Tegal Pakis, Desa Kalibaru Wetan ?
 - 1) Sudah berapa lama usaha kerajinan aluminium ini berlangsung ?
 - 2) Apa yang menjadi alasan didirikan unit usaha dengan kerajinan aluminium sebagai produk inti pada unit usaha kerajinan aluminium ini?
 - 3) Berapa jumlah karyawan pengusaha kerajinan aluminium ?
 - 4) Bagaimana proses pembuatan kerajinan aluminium?
 - 5) Apakah usaha kerajinan aluminium sudah menggunakan alat produksi teknologi tepat guna untuk meningkatkan produktivitas kerajinan aluminium?
 - 6) Bagaimana menentukan ide usaha agar mampu berkembang sebagaimana unit usaha kerajinan aluminium?
 - 7) Apa saja target yang ingin di capai dalam hal pengembangan produk kerajinan aluminium
 - 8) Bagaimana upaya apa saja yang telah bapak lakukan untuk mencapai target pemasaran ?
 - 9) Dalam pengembangan usaha teknik pengembangan usaha apa yang dikembangkan oleh unit usaha kerajinan aluminium?
 - 10) Apakah promosi yang dilakukan menggunakan jaringan internet/ teknologi informasi ?
 - 11) Langkah apa yang diambil dalam mengatur strategi pengembangan usaha?
 - 12) Bagaimana upaya pengoptimalan strategi pengembangan usaha di unit kerajinan aluminium?

13) Bagaimana upaya meyakinkan konsumen untuk menggunakan produk kerajinan aluminium.

B. Apa saja kendala strategi pengembangan usaha kerajinan aluminium di Dusun Tegal Pakis, Desa Kalibaru Wetan ?

1. Apa saja faktor pendukung yang ada pada unit usaha untuk tetap bertahan dan pengembangan usaha kerajinan aluminium?
2. Bagaimana cara menentukan pendukung dalam pengembangan unit usaha dan produk kerajinan aluminium?
3. Apa saja faktor penghambat yang dimiliki oleh unit usaha untuk tetap bertahan dan pengembangan usaha kerajinan aluminium?
4. Bagaimana cara menentukan penghambat dalam pengembangan unit usaha dan produk kerajinan aluminium?
5. Apa saja faktor yang dijadikan peluang oleh unit usaha untuk tetap bertahan dan pengembangan usaha kerajinan aluminium?
6. Bagaimana cara menentukan peluang dalam pengembangan unit usaha dan produk kerajinan aluminium?
7. Hambatan apa saja yang dihadapi usaha batu bata ?
8. Bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan tersebut ?

3) NARASUMBER

1. Bapak Imron, Pemilik usaha kerajinan aluminium.
2. Ibu Atik Handayani, istri Pemilik usaha kerajinan aluminium.
3. Muh ashdar, bagian produksi usaha kerajinan aluminium.
4. Bapak Riyanto, pelaksana dalam menyelesaikan pesanan.
5. Ibu sumiyati, konsumen kerajinan aluminium.
6. Bapak Ahmadi, konsumen kerajinan aluminium
7. Bapak Sukarman, konsumen kerajinan aluminium.



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-767 /Un.22/7.a/PP.00.9/04/2023

14 April 2023

Lampiran : -

Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak Imron Owner Usaha Kerajinan Aluminium

Jl. Jember No. 157, Dusun Tegal Pakis Desa Kalibaru Wetan.

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

Nama : Firda Trisna Wardani
NIM : E201812103
Semester : X (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium Di Dusun Tegal Pakis Desa Kalibaru Wetan di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wakil Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Berdasarkan telah dilaksanakannya penelitian di Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah pada hari Selasa tanggal 13 Juli 2023 sampai dengan hari Kamis tanggal 16 Mei 2024 dengan nama mahasiswa sebagai berikut:

Nama	Firda Trisna Wardani
NIM	E20182103
Semester	XII (Dua Belas)
Prodi	Ekonomi Syariah

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan penelitian di Usaha Kerajinan Aluminium Toko Barokah Dusun Tegal Pakis Desa Kalibaru Wetan.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.






Jember, 30 Mei 2024

Pemilik Kerajinan Aluminium



Nama : Firda Trisna Wardani
 NIM : E20182103
 Semester : XII (Dua Belas)
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul : Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium
 Toko Barokah Dusun Tegal Pakis Desa Kalibaru Wetan

JURNAL PENELITIAN

NO	Hari/Tanggal	Keterangan	Paraf
1	22 April 2023	Pengajuan surat izin penelitian	
2	13 Juli 2023	Wawancara dengan pemilik kerajinan aluminium toko barokah	
3	10 Februari 2024	Wawancara dengan pemilik kerajinan aluminium toko barokah	
4	24 Mei 2024	Wawancara dengan pembuat kerajinan aluminium toko barokah	
5	26 Mei 2024	Minta surat selesai penelitian di kerajinan aluminium toko barokah	





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: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :


Nama : Firda Trisna Wardani
NIM : E20182103
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Aluminium Di
Dusun Tegal Pakis Desa Kalibaru Wetan

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 29 Mei 2024

Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Luluk Masfiroh





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: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Firda Trisna Wardani

NIM : E20182103

Semester : XII (Duabelas)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

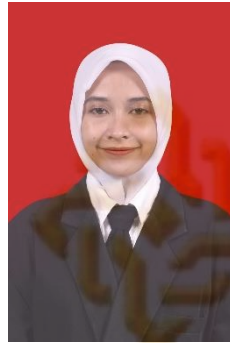
Jember, 30 Mei 2024
Kordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019032005

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



BIODATA PENULIS



Nama : Firda Trisna Wardani
NIM : E20182103
Tempat dan Tanggal Lahir : Banyuwangi, 7 Oktober 1999
Alamat : Dsn. Barurejo RT. 001 RW. 004 Desa
Kalibarumanis Kec. Kalibaru
Agama : Islam
Email : firdhatrisna47@gmail.com
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 8 Kalibarumanis
2. SMP 2 Kalibaru
3. SMA NURIS JEMBER
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember