YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA HOME INDUSTRI (STUDI USAHA PADA KERUPUK IKAN BOGARASA KECAMATAN MANDAU KABUPATEN BENGKALIS)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau

INDRIKA LAVINI
NPM : 177210631

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
PEKANBARU
2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Indrika Lavini

Nmp : 177210631

Program studi : Administrasi Bisnis

Jenjang pendidikan : Strata Satu (S1)

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Iindustri (Studi Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)

Format sistematik dan pembahasanmateri masing-masing bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian konferehensif.

Pekanbaru, Juli 2021

Menyetujui

Program Studi Administrasi Bisnis	Pembimbing
Ketua	
Arief Rifai H, S.Sos.,M.Si	Rosmita, S.Sos., M.Si

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Indrika Lavini

Nmp : 177210631

Program studi : Administrasi Bisnis

Jenjang pendidikan : Strata Satu (S1)

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Iindustri (Studi Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Konfrehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat meneyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana.

Pekanbaru, Juli 2021

Ketua

Rosmita., S.Sos.M.,Si

Sekretaris,

Ema Fitri Lubis, S.Sos.,M.Si

Anggota,

Arief Rifa'i H.,S.Sos.,M.Si

Mengetahui,

Wakil Dekan I

Indra Safri, S.Sos.,M.Si

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indrika Lavini

Nmp : 177210631

Program studi : Administrasi Bisnis

Jenjang pendidikan : Strata Satu (S1)

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Iindustri (Studi Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akamdemis, oleh karena itu dapat disyahkan sebagai sebuah Karya Ilmiah.

Pekanbaru, juli 2021

Ketua

Rosmita., S.Sos.M.,Si

Sekretaris,

Ema Fitri Lubis, S.Sos.,M.Si

Anggota,

Arief Rifa'i H.S.Sos.,M.Si

Mengetahui,

Wakil Dekan I,

Indra Safri, S.Sos.,M.S

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Karya ilmiah yang ditulis didalam bentuk naskah skripsi yang sederhana ini ku persembahkan sebagai sedikit tanda bakti dan ucapan terima kasih ku kepada segenap hamba allah yang ku tuliskan berikut ini yang telah banyak berjasa dalam perjalanan kehidupan ku sampai saat ini.

Khusus untuk Ayahnda ***Kardinanto*** *bersama Ibunda* ***Suryani*** *yang tercinta. Terima kasih atas seluruh limpahan kasih sayang yang tidak berbatas yang telah beliau curahkan kepada ku, semoga Allah Swt tetap melimpahkan rahmat dan karunia yang tiada terputus kepada beliau, Aamiin....*

Kepada yang tersayang Kakanda Bersama Adinda yang tercinta ***Ginisa Ardiyani S.Si, Hanifa, Ultri Wigia S.IKOM*** *dan* ***Ola Noviza*** *yang telah membantu ku baik material maupun moril serta memotivasi ku dalam menyelesaikan studi. Terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan, semoga Allah Swt. Mencatarnya sebagai amal baik beliau dan membalasnya dengan rahmat dan karunia yang setimpal, Aaamiin.....*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

MOTTO

KITA MENILAI DIRI KITA DARI APA YANG KITA PIKIR BISA KITA LAKUKAN, PADAHAL ORANG LAIN MENILAI KITA DARI APA YANG SUDAH KITA LAKUKAN. UNTUK ITU APABILA ANDA BERPIKIR BISA, SEGERALAH LAKUKAN

(MARIO TEGUH)

KEJARLAH IMPIAN KAMU DENGEN KERJA KERAS DAN PANTANG MENYERAH KARENA SESUNGGUHNYA HASIL TIDAK AKAN MENGHIANATI PROSES.

(INDRIKA LAVINI)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT Tuhan yang Maha Esa dan Sholawat kepada Nabi Muhammad Saw, sehingga penulis bisa menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis". Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu semua kritikan dan saran akan diterima dengan besar hati. Dalam penyelesaian Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dorongan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Rektor Universitas islam Riau Bapak Prof. DR. H. Syafrinaldi, SH., MCL yang telah memberikan kesempatan menimba ilmu kepada penulis di Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan menyediakan kesempatan pada penulis dalam menuntut ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
3. Bapak Arief Rifa'i Harahap.,S.Sos.,M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis beserta jajaran Dosen pada jurusan Ilmu Administrasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Ibu Rosmita S.Sos.,M.Si selaku pembimbing yang telah memberi bimbingan, petunjuk dan motivasi sampai selesai usulan penelitian ini.
5. Terimakasih kepada ayahanda Kardinanto, ibunda Suryani, Kakak-kakakku Ginisa Ardiyani S.Si, Hanifa, Ultri Wigia, S.IKOM , Adikku Ola Noviza atas doa, kasih sayang, cinta, perhatian, dorongan semangat, serta perjuangan yang tiada pernah putus untuk penulis.
6. Terimakasih untuk teman-teman khususnya Rini Suryani, Mutia Rama, Putri Ramadhani, Naomi Florent,Desinta Ramawati dan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
7. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik yang selama ini telah memberikan pelayanan terbaik kepada penulis guna penyelesaian proposal ini.

Semoga Allah SWT Senantiasa memberikan pahala atas jasa dan kebaikan mereka semua. Dan penulis mendapat kritik dan saran yang tentunya lebih membuka cakrawala penulis dalam menyelesaikan usulan penelitian ini lebih baik lagi. Akhirnya penulis berharap semoga usulan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada setiap pembacanya.

Wassalammualaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, 12 Juli 2021

Penulis

Indrika Lavini
177210631

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING ..... **ii**
PERSETUJUAN TIM PENGUJI ..... **iii**
PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
PERSEMBAHAN ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH ..... **xv**
ASTRAK ..... **xvi**
ABSTRACT ..... **xvii**

BAB 1 : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 13
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian 14
   1. Tujuan Penelitian 14
   2. Kegunaan Penelitian 14

BAB II : STUDI KEPUSTKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan 15
   1. Administrasi 15
   2. Organisasi 17
   3. Konsep Manajemen 18
   4. Konsep manajemen Pemasaran 21
   5. Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia 23

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6. Konsep Manajemen Strategis 23
7. Studi Kelayakan Bisnis 24
8. Konsep Pemasaran 25
9. Konsep Produk 28
10. Konsep Kemasan 29
11. Konsep Penjualan 33
12. Strategi Pengembangan Usaha 36
a. Strategi 36
b. Pengembangan Usaha 38
13. Analisis Swot 41
14. Penelitian Terdahulu 43
B. Kerangka Pemikiran 47
C. Hipotesis 48
D. Konsep Operasional 48
E. Operasional Variabel 50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian 51
B. Lokasi Penelitian 52
C. Sampel Sumber Data Penelitian 52
D. Jenis dan Sumber Data 53
E. Teknik Pengumpulan Data 53
F. Teknik Analisis Data 54
G. Jadwal dan Waktu Kegiatan Penelitian 55

BAB IV : DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan 56
B. Struktur Organisasi 57
C. Fungsi Dan Tugas Organisasi 58
D. Aktivitas Organisasi 62
E. Penjualan 63

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis 64

B. Analisis SWOT 70

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan 74

B. Saran 75

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

Tabel 1.1 Daftar Nama Perusahaan Home Industri Kerupuk Ikan 8

Tabel 1.2 Jenis Berat Beserta Harga Produk Kerupuk Ikan..... 11

Tabel 1.3. Biaya Perlengkapan Bahan Pembuatan Kerupuk Ikan Bogarasa 11

Tabel 1.4 jumlah pendapatan penjualan 12

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 43

Tabel 2.2 Operasional Variabel Penelitian..... 50

Tabel 3.1 Jumlah Informan Penelitian 52

Tabel 3.2 Jadwal Dan Waktu Kegiatan Penelitian..... 55

Tabel 5.1 Analisis SWOT 70

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

Gambar 1.2 Proses Pembuatan Kerupuk Ikan Bogarasa 10

Gambar 2.2 Kerangka Pikir tentang Stategi Pengembangan Usaha pada Home Industri kerupuk ikan Bogarasa 47

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Halaman**

1. Daftar Wawancara untuk Stratetegi Pengembangan Usaha Pada Home Industri Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis..... 79
2. Rakap Telly Jawaban Informan Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis 80
3. Foto Dokumnetasi Hasil Observasi Penelitian..... 82
4. Sk Dekan Fisipol Uir..... 85
5. Surat Rekomendasi No.1493/E-UIR/27-FS/2021 Tentang Permohonan Rekomendasi Ridet Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi 86
6. Surat Rekomendasi No.503/DPMPTSP/NON-IZIN-RISET/41032 Dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau 87
7. Surat Keterangan Lulus Plagiat Skripsi No.1788/A_UIR/5-FS/2020..... 88

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Islam Riau peserta ujian konfrehensip yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Indrika Lavini
Npm	:	177210631
Program Studi	:	Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan	:	Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi	:	Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri (Studi Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)

Atas naskah yang didaftar pada ujian konferehensif ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan saya menyatakan :

1. Bahwa naskah Skrips ini adalah benar hasil karya saya sendiri yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulis karya ilmiah
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administrasi, akademik, dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara syah bahwasanya ternyata melanggar butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatasan hasil ujian konferenhensif yang saya ikuti secara sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas Secara Hukum Negara RI

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, Juli 2021

Pelaku Pernyataan,

INDRIKA LAVINI

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA HOME INDUSTRI (STUDI USAHA PADA KERUPUK IKAN BOGARASA DI KECAMATAN MANDAU KABUPATEN BENGKALIS

ABSTRAK

Indrika Lavini

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mengembangkan usaha kecil home industri Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. Penelitian ini menggunakan metode Kualittaif. Dan penelitian ini menggunakan metode analisis data menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis kekuatan (strenghts), kelemahan (weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (threats). Yang nantinya akan memberikan solusi dari kelemahan usaha kecil home industri kerupuk ikan bogarasa untuk mengatasi kelemahan keterbatasan tenaga kerja dapat diatasi dengan alat yang lebih modern mulai produksi - distribusi - pemasaran sehingga lebih efektif dan efisien. Sumber Daya Manusia yang kurang trampil diberikan pelatihan khusus untuk pengelolaan usaha kecil yang meliputi perencanaan dan pengorganisasian. Memotivasi pemilik terhadap usaha yang ditekuni sehingga mereka dapat memfokuskan diri untuk mengembangkan usahanya dengan maksimal. Untuk permasalahan modal usaha, solusi terbaik dari pemerintah yakni pemberian hibah santunan modal yang diberikan kepada para pengrajin.

Kata kunci : Strategi, Pengembangan, dan Usaha

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN HOME INDUSTRY (BUSINESS STUDY ON BOGARASA FISH CRACKERS IN MANDAU DISTRICT, BENGKALIS REGENCY

ABSTRACT

Indrika Lavini

This study aims to analyze how to develop a small business home industry of Bogarasa Fish Crackers in Mandau District, Bengkalis Regency. This research uses qualitative method. And this research uses data analysis method using SWOT analysis to analyze strengths, weaknesses, opportunities and threats. Which will later provide a solution to the weaknesses of the small business home industry of bogarasa fish crackers to overcome the weakness of limited manpower, which can be overcome with more modern tools from production - distribution - marketing so that it is more effective and efficient Human Resources who are less skilled are given special training for small business management which includes planning and organizing. Motivate owners of the business they are engaged in so that they can focus on developing their business to the fullest. For business capital problems, the best solution from the government is the provision of capital compensation grants given to craftsmen.

Keywords: Strategy, Development, and Business

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindaklanjuti dengan langkah nyata. Usaha kerupuk ikan bogarasa di kecamatan mandau kabupaten bengkalis tidak lepas dari usaha yang keras dibidang pemasaran. Usaha kerupuk ikan bogarasa di kecamatan mandau kabupaten bengkalis telah menjalankan proses pemasaran dalam menjual barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen atau pembeli. Namun kadang-kadang proses pemasaran tersebut dilakukan hanya berdasarkan kebiasaan saja, sehingga sering terjadi keadaan dimana seorang penjual kalah bersaing dengan penjula 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, dengan menggunakan dasar-dasar pemasaran yang baik.

Didalam Industri kecil sering kali dipandang sebagai bagian yang terbelakang dari struktur ekonomi, bersifat tradisional, dan tidak punya potensi untuk menyumbangkan pada pertumbuhan ekonomi. Pandangan seperti ini tidak sepenuhnya benar karena beberapa pihak beranggapan bahwa kombinasi yang tepat antara industri kecil, industri menengah dan industri besar dapat melahirkan struktur ekonomi yang paling produktif

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat sehingga mampu menghasilkan produk dan jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi salah satu tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dimasyarakat yang berguna untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Pada UU nomor 20 tahun 2008 menjelaskan bahwa tujuan dari pemberdayaan UMKM yakni : Mewujudkan struktur ekonomi yang seimbang dan berkembang dan berkeadilan.

a) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM yang tangguh dan mandiri.
b) Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan pekerjaan, pemerataan pendapatan, pertumbuhan konomi dan pengentasan rakyat dari kemakmuran.

Dengan semakin banyaknya jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut, maka secara bersama- sama berkompetisi dalam menghasilkan, memperoleh, keunggulan bersaing, dan memberikan nilai bagi pelanggannya yang sesuai dengan nilai yang diharapkan oleh konsumen. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan usaha, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi pesaing dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran. Dalam menghadapi hal ini perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk menentukan keberhasilan penjualan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Saat ini dengan semakin banyaknya bermunculan produk makanan sejenis lebih modern dengan citra rasa berbeda yang membuat masyarakat berubah, selerapun ikut berubah begitu juga dengan cita rasanya. Pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki berbagai jenis produk yang dihasilkan dengan memberikan kualitas yang beraneka ragam, hal ini dikarenakan keinginan mereka agar dapat mampu bersaing dipasar. Kondisi persaingan yang kompetitif menjadi aspek yang tidak lepas dari perhatian, para pelaku bisnis saling bersaing untuk mampu memegang pasar ditambah bersaing melawan perusahaan besar yang datang, alasan pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempertimbangkan aspek mutu dan kualitas salah satunya dikarenakan kesadaran pelaku bisnis bahwa konsumen dan calon konsumen saat ini sudah lebih selektif dalam melakukan keputusan pembelian.

Didalam Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) didefenisikan pengertian UMKM dan kriterianya, yaitu pada pasal 1 dalam Undang-undang ini dimaksud dengan:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimaan diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimaan diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimaan diatur dalam undang-undang ini.
5. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.
6. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi yang produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pada pasal 6 dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 terdapat kriteria tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu :

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
   a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
   b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (Tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Mikro Kecil adalah sebagai berikut:
   a. Memiliki kekayaan bersih lebih Rp. 50.000.000,00 (Lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
   b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (Tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha menengah adalah sebgai berikut:
   a. Memiliki kekayaan bersih lebih Rp. 500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
   b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (Dua milyar lima ratus rupiah) sampai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Berdasarkan data diatas terlihat berbagai bentuk kriteria tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdsarkan pasal 6 dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008, akan tetapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih memiliki beberapa kelemahan yang bersifat Eksternal, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang strategis, kurang cekatan dalam mengatasi peluang usaha, kurang kreativitas dan inovasi.

Dan didalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada pasal 2, yaitu:

1. Pemerintah dan pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya menyelenggarakan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
2. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilakukan dengan :

    a. Pengembangan usaha
    b. Kemitraan
    c. Perizinan , dan
    d. Koorinasi dan pengendalian.

Darwanto (2013:142-149) melakukan pengamatan terhadap pertumbuhan UMKM dalam perekonomian di Indonesia. UMKM sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang.

Menurut (Tjiptono,2008;95) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi dipasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih sederhana, konsep produk total meliputi barang, kemasan, label, pelayanan dan jaminan.

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil, dan menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya.

Analisis SWOT merupakan instrumen analisis yang ampuh bila digunakan dengan tepat. SWOT merupakan akronim untuk kata-kata strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan.

Keampuhan Analisis SWOT terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

peluang sehingga sekaligus meminimalisasi kelemahan dan menekan dampak ancaman. Jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan kedua hal tersebut, maka menentukan dan memilih strategi yang efektif akan membuahkan hasil (Siagian, 2011: 172).

Secara umum home industri bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut industri harus mampu bersaing dengan industri-industri yang sejenis, Maka pihak manajemen harus mampu membuat perencanaan apa yang akan dilakukan kedepannya dan tak sikap yang akan dibuat agar industri tersebut dapat tetap maju dan mampu bersaing.

Berikut beberapa home industri kerupuk di kecamatan Mandau beserta produksinya ini dapat dilihat dari tabel 1.1 ssebagai berikut :

Tabel 1.1: Daftar Nama Perusahaan Home Industry yang memproduksi kerupuk Ikan di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis

No	Nama Perusahaan Home Industry	Jenis Produk	Alamat
1	Idaman	a.Kerupuk Ikan	Jl. Kayangan kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis
2	Perdana	a.Kerupuk Ikan b.Kerupuk Udang	Jl. Kayangan kecamatan Mandau kabupaten bengkalis
3	**Bogarasa**	a.Kerupuk Ikan b.Kerupuk Palembang	**Jl. Soebrantas Ladang tengah RT.02 RW.08 kecamatan Mandau kabupaten bengkalis**
4	Doa Ibu	a.Kerupuk Ikan	Jl. Nusantara 3 kecamatan Mandau kabupaten bengkalis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5	Cinta Rasa	a.Kerupuk Ikan b.Kerupuk Udang	Jl. Kayangan kecamatan Mandau kabupaten bengkalis
6	Raja Enak	a.Kerupuk Udang	Jl. Karang anyer 1 Kecamatan Mandau kabupaten bengkalis

Sumber: Data Diskop dan UMKM Kabupaten Bengkalis, 2020

Usaha kerupuk ikan bogarasa merupakan usaha rumahan yang menjual beberapa macam kerupuk hasil produksi. Usaha kerupuk ikan bogarasa ini merupakan industri mikro yang sudah berjalan lebih kurang 29 tahun. Setiap bulan usaha ini terus maju dan berkembang. Sistem agribisnis dalam pengelolaan usaha ini mulai dari produksi sampai dengan pemasaran. Sedangkan usaha kerupuk ikan bogarasa telah banyak dikenal orang karena rasa dari kerupuknya yang enak dan harganya yang terjangkau oleh kalangan menengah. Usaha kerupuk ikan bogarasa awal mulanya hanya memasarkan produknya ke warung-warung kecil yang ada disekitar Kecamatan Mandau. Untuk mengenalkan produk ke masayarakat pengusaha melakukan bagi-bagi produk ke saudara-saudara, dan tetangga yang ada disekitar. Usaha Kerupuk Ikan Bogarasa adalah kerupuk yang proses pembuatannya tanpa menggunakan zat pengawet , sehingga produk yang dijualnya tidak dapat bertahan lama dan hanya bisa bertahan dalam waktu 7 hari.

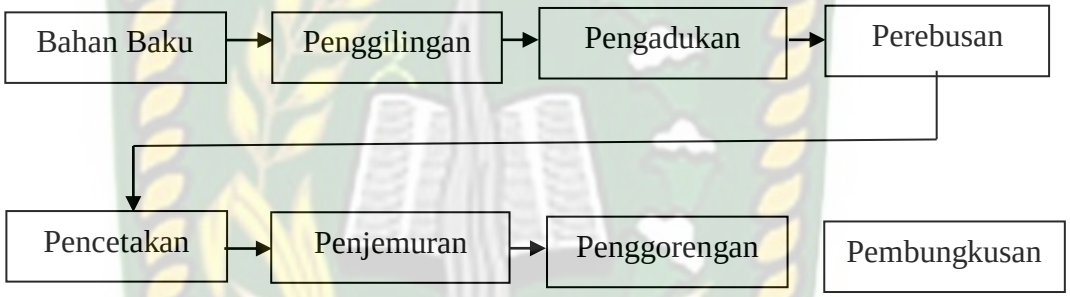
Kecamatan Mandau adalah pengembangan usaha kerupuk ikan yang bahan dasarnya adalah ikan. Usaha kerupuk ikan bogarasa yang berada dikecamatan mandaumasih berskala rumah tangga, dimaan pengguna tenaga kerja adalah tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga dan tetangga terdekat dengan tenaga kerja lebih kurang dari 25 orang. Penguasa masih menggunakan peralatan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yang sederhana, dapat dikatakan teknologi atau alat-alat yang digunakan dalam proses pengolahan adalah peralatan tradisional, sehingga mempengaruhi pendapatan dan efisiensi pengusaha kerupuk ikan bogarasa.

Kerupuk ikan bogarasa merupakan makan yang berasal dari hasil olahan bahan dasar ikan yang pembuatannya melalui beberapa` proses tahapan antara lain sebagai berikut:

Gambar 1 : Proses Pembuatan Kerupuk Ikan Bogarasa



Sumber : Data Penelitian Tahun 2021

Dalam penyediaan kebutuhan faktor produksi modal kerja yang berupa kas, pengusaha kerupuk ikan bogarasa di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis mengupayakan modal kerjanya sendiri. Modal kerja ini berguna untuk membeli bahan baku ikan, pembayaran upah tenaga kerja, biaya perawatan alat produksi dan sebagainya. Namun dalam realisasinya, keterbatasan modal mengakibatkan terbatasnya kemampuan berusaha, begitu pula halnya pada industri kecil kerupuk ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel I.2 : Tabel Produk Kerupuk Ikan Bogarasa dan Jenis Berat Beserta Harga

NO	Nama produk	Harga (Rp)	
		2,5 ons	1,5 ons
1	Kerupuk Ikan	10.000	5000
2	Kerupuk Palembang	10.000	5000

Sumber: Data Prasurvey 2020

Modal yang dibutuhkan untuk sekali penggorengannya itu sekitar 1.211.000 ribu. Untuk lebih jelasnya data mengenai pengeluaran modal usaha kerupuk ikan Bogarasa dijelaskan dalam tabel berikut:

Bahan-bahan dan perlengkapan yang digunakan untuk satu kali produksi.

Tabel 1.3 Biaya Perlengkapan Satu Kali Produksi/ 3 hari kerupuk Ikan Bogarasa .

No	Nama Perlengkapan	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1.	Tepung Terigu Bogasari	25 Kg	Rp. 150.000	Rp. 300.000
2.	Tepung Tapioka	25 Kg	Rp. 172.000	Rp. 172.000
3.	Ikan Tenggiri	3 Kg	Rp. 90.000	Rp. 270.000
4.	Penyedap Rasa	3 Bks	Rp. 5.000	Rp. 15.000
5.	Garam	3 Bks	Rp. 3.500	Rp. 10.500
6.	Minyak Goreng	5 L	Rp. 60.000	Rp. 240.000
7.	Air Galon	3 Galon	Rp. 7.000	Rp. 21.000
8.	Kantong Plastik Panjang	2 Bks	Rp. 18.000	Rp. 36.000
9.	Gula Pasir	1 Kg	Rp. 12.500	Rp. 12.500
10.	Telur	1 Ppn	Rp. 40.000	Rp. 40.000
11.	Bawang Putih	1 kg	Rp. 44.000	Rp. 44.000
12.	Isi Ulang Gas	1 Tabung 3 kg	Rp. 25.000	Rp. 50.000
Total				Rp. 1.211.000

Sumber: Data Penelitian 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Laporan keuangan atau pembukuan sangat dibutuhkan bagi setiap usaha baik itu usaha yang sudah besar maupum usaha yang kecil agar dengan mudah untuk mengetahui setiap pemasukan atau pengeluaran yang terjadi setiap harinya sehingga mmepermudah bagi pemilik usaha untuk mengukur apakah usaha tersebut mengalami kemajuan atau mengalami kemunduran setiap tahunnya. Akan tetapi berbeda halnya dengan kerupuk ikan bogarasa yang belum menggunakan sistem pembukuan maupun laporan keuangan melainkan masih menggunakan sistem analisa atau berandai-andai sehingga sangat sulit mengetahui setiap pemasukan atau pengeluaran yang terjadi, hal ini juga membuat sulitnya untuk mengukur apakah kerupuk ikan bogarasa mengalami kemajuan atau kemunduran setiap tahunnya, menurut penulis hal ini akan melumpuhkan kegiatan industri rumah tangga dalam pengembangan usaha khususnya usaha kerupuk ikan bogarasa. (sumber: wawancara dengan pemilik usaha kerupuk ikan bogarasa)

Tabel 1.4 Perkiraan Pendapatan Penjualan Kerupuk Ikan Bogarasa

1.	Pendapatan Perminggu	Rp. 8.600.000
2.	Pendapatan Perbulan	Rp. 32.240.000
3.	Pendapatan Pertahun	Rp. 386.880.000

Sumber: Data penelitian 2021

Kerupuk ikan bogarasa dalam mengemas produknya hanya menggunakan kemasan plastik biasa. Saat ini banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah produk makanan, dengan beragamnya pilihan produk dipasar semakin banyak pula pertimbangan yang dipakai oleh konsumen. Ketika melihat produk konsumen bukan hanya mempertimbangkan kualitas saja,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mungkin konsumen tertarik pada merk, warna, desain, dan kemasan. Dengan demikian, kemasan dianggap merupakan unsur penting dalam proses pemasaran.

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan beberapa fenomena yang terjadi pada usaha kerupuk ikan bogarasa diKecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis, yaitu:

1) Keterbatasan tenaga kerja : Dalam memproduksi kerupuk ikan masih mengandalkan tenaga keluarga sendiri dan saudara sendiri, hingga mereka hanya mampu memproduksi kerupuk sebanyak 800 bungkus kerupuk dalam sehari. Juga proses produksi yang tidak tersruktur sangat mengganggu dan memperlambat proses produksi.
2) Usaha kerupuk ikan ini sudah memakai sistem manajemen Pembukuan tetapi mereka belum sepenuhnya memakai manajemen pembukuan sehingga mereka tidak tahu apakah hasil penjualan mereka untung atau rugi.
3) Pemasaran yang kurang maksimal : Mereka menjual serta memasarkan kerupuk hanya ke kedai-kedai yang mereka kenal saja dan kemasan produk hanya terdapat label merek, sehingga kemasan belum bisa berfungsi sebagai media promosi yang menunjukkan cara pengolahan produk, manfaat produk dan tanggal pembuatan produk.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada latar belakang, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut : **“Strategi Pengembangan usaha pada Home Industri (Studi Usaha Kerupuk Ikan Bogarasa Dikecamatan Mnadau Kabupaten Bengkalis)”.**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada latar belakang, maka dapat dirumusakan masalah pokok dalam penelitian yaitu : **"Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha pada Home Iindustri Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis"?**

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui & menganalisis dan menjelaskan Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis".

2. Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian diharapkan berguna sebagai:

a) Kegunaan Teoritis, Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran atau perkembangan ilmu pengetahuan khusus nya Ilmu Administrasi Bisnis.

b) Kegunaan Praktis, Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan masukan kepada pihak usaha Kerupuk Ikan Bogarsa, agar dapat mengembangkan unit usaha yang dikelola.

c) Kegunaan Akademis, Diharapkan dapat berguna untuk sumber informasi dan penelitian lanjutan, yang berkaitan dengan bidang pemasaran yang membahas tentang Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Konsep Administrasi

Istilah administrasi berasal dari Negara eropa barat melalui periode penjajahan belanda di indonesia. Eropa barat memperoleh istilah administrasi ini dari bangsa Romawi. Administrasi berasal dari kata ad-ministrate yang artinya pertolongan, pemberi jasa dan pengaturan. Dalam pengertian umu, adminisrasi berrati pemberian bantuan, pelaksanaan, pimpinan dan pemerintah. Secara bahasa, administrasi dapat dibedakan atas dua pengertian yaitu pengertian secara sempit dan pengertian secara luas.

Administrasi merupakan proses kerjasama beberapa individu dengan cara yang efesien dalam mencapai tujuan sebelumnya (Dewi, 2011;4). Berdasarkan hal tersebut, administrasi dipandang berdasarkan 3 sudut pengertian yakni :

a. Sudut pandang proses
b. Sudut fungsi
c. Sudut institusional

Siagian (dalam Akadun, 2007;37) menyatakan bahwa administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang terlebih ditentukan sebelumnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Administrasi dalam arti sempit adalah berupa kegiatan pencatatan, pengelolaan, pengumpulan, pemberi nomor/kode surat, pengetikan, pengadaan, penyimpanan, (pengarsipan), pengiriman, berbagai informasi yang diterima atau yang dikeluarkan oleh suatu organisasi atau institusi. Sedangkan administrasi dalam arti sempit menurut **Soewarno Handayaningrat** mengatakan" administrasi secara sempit berasal dari kata Administratie (bahasa belanda) yaitu meliputi kegiatasn catat-mencatat, surat menyurat, pembukuan ringan, ketik-mengetik, agenda dan sebagainya yang bersifat teknis ketatausahaan". Sedangkan administrasi dalam arti luas, yakni proses (rangkaian) kegiatan usaha kerja sama sekelompok orang secara terorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien (Syafri, 2012;3 dan 4).

Menurut Brook Adams dalam Syafri, (2012;9) administrasi adalah kemampuan mengorganisasikan berbagai kegiatan sosial yang seringkali bertentangan satu dengan yang lain di dalam satu organisme sedemikian padunya sehingga kekuatan-kekuatan tersebut dapat bergerak sebagai satu kesatuan.

Menurut siagian, (2003;2) administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Dari beberapa pengertian menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah proses kerjasama anatara dua orang atau lebih yang dilakukan dalam membuat keputusan dan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Konsep Organisasi

Menurut Webster yang dikutip Buchari Alma (2010;117) mendefinisikan organisasi sebagai suatu struktur eksekutif dari bisnis. Suatu struktur bisnis modern harus menempatkan karyawan dari berbagai tingkat kemampuan guna mencapai efisiensi yang maksimal.

Siagian (2009;3) mendefinisikan organisasi adalah setiap bentuk perserikatan anatar dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk tujuan bersamaa dan terikat secara formal dalam persekutuan, dimana selalu terdapat hubungan antara seseorang atau sekelompok orang lain yang disebut bawahan.

Sedangkan Koontz dan Cryill O' Donnell yag dikutip oleh Siagian (2009;24) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu hubungan wewenang dengan maksud untuk mengurus kedua koordinasi struktur baik vertical maupun horizontal antara keadaan, kearah mana tugas-tugas khusus yang diinginkan itu diperuntukkan unuk mencapai tujuan usaha.

Pengertian organisasi secara statis adalah wadah berhimpun sejumlah manusia karena memiliki kepentingan yang sama (Nawawi, 2005;8)

Sedangkan pengertian organisasi secara dinamis adalah proses kerjasama sejumlah manusia (dua orang atau lebih) untuk mencapa tujuan bersama (Nawawi, 2005;9)

Ciri- ciri organisasi (1996;43) adalah :

1. Adanya suatu kelompok yang dapat dikenal.
2. Tiap-tiap anggota memberikan sumbangan usaha

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Adanya kegiatan yang berbeda-beda tetapi satu sama lain saling berkaitan yang merupakan kesatuan/kegiatan
4. Adanya kewenangan, koordinasi dan pengawasan.
5. Adanya suatu tujuan.

Menurut Simamora (2001;23) mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi tersebut memahami kebutuhandan keinginan pelanggan dan memenuhiny secara lebih efisien dan efektif disbanding pesaing.

Grafin mengatakan bahwa "Organisasi adalah sekelompok orang yang bekerja sama dalam struktur dan koordinasi tertentu dalam mencapai serangkaian tujuan tertentu " (dalam Sule dan Saefullah, 2008;4)

Selanjutnya Gaus mengatakan bahwa " organisasi adalah tata hubungan antara orang-orang untuk dapat memungkinkan terciptanya tujuan bersama dengan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab" (dalam Hamim, 1995;108)

Dapat disimpulkan dari beberapa pengertian menurut para ahli diatas bahawa organisasi merupakan suatu alat dan wadah dimana didalam nya terdapat antara dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

3. Konsep Manajemen

Manajemen menurut Stoner, et.al (dalam Zulkifli, 2005;28) merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk mencapai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan. Proses tersebut terdiri dari kegiatan-kegiatan manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

Manajamen menurut Gibson, dan Invancevich (dalam Ratminto dan Atik, 2009;2) adalah suatu proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengkoordinasikan beberapa aktivitas lain untuk mencapai hasil-hasil yang tidak bisa dicapai apabila individu bertindak sendiri.

Menurut George R.Terry (dalam Mulyono, 2008;16), manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggiatan, dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan sertas mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Manajemen menurut Siagian (dalam mulyono, 2008;18) manajemen adalah kemampuan dan keterampilan untuk memperoleh hasil dalam rangka mencapai tujuan melalui kegiatan orang lain.

Menurut The Liang Gie (dalam Mulyono, 2008;17) manajemen sebagai seni perencanaan, pengorganisasian, pengarahaan, pengkoordinasikan dan pengontrolan terhadap sumber daya manusia dan alam untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Menurut Manullang (2001;15) untuk mencapai tujuan, para manajer menggunakan istilah “enam M” dengan kata lain sarana (*tool*). Adapun sarana manajemen tersebut antara lain:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. *Man*

   Yaitu tenaga kerja manusia, baik pemimpin maupun tenaga kerja operasional untuk pelaksana. Sarana yang paling penting untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu adalah manusia. Berbagai macam aktivitas yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan aktivitas itu dapat ditinjau dari sudut proses seperti, *planning, organizing, staffing, directing*, maupun *controlling.*

2. *Money*

   Yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapi tujuan yang diinginkan. Untuk melakukan berbagai aktivitas diperlukan uang, seperti upah atau gaji orang-orang yang membuat rencana, mengadakan pengawasan, proses produksi, membeli bahan-bahan, peralatan dan lain sebagainya.

3. *Material*

   Yaitu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Karena dianggap pula sebagai alat atau sarana manajemen untuk mencapai tujuan.

4. *Metode*

   Yaitu cara yang digunakan dalam usaha pencapaian tujuan. Oleh karena itu metode atau cara dianggap pula sebagai sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.

5. *Market*

   Yaitu pasar untuk menjual barang dan jasa yang dihasilkan. Tanpa adanya pasar bagi hasil produksi, jelas tujuan perusahaan indusri tidak mungkin akan tercapai.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6. *Machines*

Yaitu mesin-mesin atau alat-alat yang diperlukan.

Suyanto (2008;2) manajemen adalah sebuah kegiatan yang sangat kompleks namun teratur, sehingga bila manajemen dilaksanakan dengan baik akan mencapai hasil kegiatan yang maksimal.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu ilmu atau seni yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang gunanya untuk mencapai tujuan dalam organisasi melalui orang lain

4. Konsep Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai, tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (planning), pengorganisasian (organizining), penggerakan (actuating), pengarahan (directing), dan pengawasan (controlling). Jadi, manajemen pemasaran adalah analisis perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengn maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Kotler (2005;10) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Manajemen pemasaran adalah suatu aktivitas yang memanfaatkan fungsi-fungsi dala manajemen dengan melakukan analisis perencanaan inplementasi dan pengendalian (Suharno dan Sutarno (2009;28))

Manajemen pemasaran dapat diterapkan pada semua bidang usaha dalam manajemen terdapat fungsi pengalaisaan, perencanaan, pelaksanaan, atau penerapan serta pengawasan. Tahap perencanaa merupakan tahap yang menentukan terhadap kelangsungan dan kesuksesan suatu organisasi pemasaran. Proses perencanaan merupakan suatu proses yang memandang kedepan atau pada kemungkinan pada masa yang akan datang termasuk dalam pengembangan program, kebijakan dan prosedur untuk mencapai tujuan pemasaran.

Menurut Kotler dan Keller dalam bukunya " Manajemen pemasaran" edisi kedua belas jilid kesatu (2007;6) manajemen pemasaran merupakan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan , menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul".

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dengan tujuan menghasilkan kepuasan dengan pihak yang terkait.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5. Konsep Manajemen Sumber Daya manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan atau tenaga kerja yang menopang seluruh aktivitas dari organisasi, lembaga atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang di tetapkan.

Manajemen Sumber Daya manusia menurut (Melayu SP.Hasibuan) merupakan ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efesien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Menurut Henry Simamora (1993;3) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah sebagai pengembangan, penilaian, pemberian balasan jasa dan pengelolaan terhadap individu anggota organisasi atau kelompok bekerja.

Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai titik tujuan-tujuan individu maupun organisasi (Handoko, 2000:4).

Dari pengertian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah salah satu bidang dalam manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian.

6. Konsep Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah seni dan ilmu penyusunan penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan, manajemen strategis berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Mulyani (2001) manajemen strategi adalah sebuah proses yang dilakukan oleh manajer dan pegawai untuk merumuskan dan melaksanakan strategi dalam penyediaan customer value terbaik untuk mewujudkan visi organisasi.

Manajemen strategi adalah pengumpulan dan tindakan yang menyebbakan perumusan dan pelaksanaan rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi (Pearch (1997)

Dari pengertian diatas maka penulis akan menyimpulkan bahwa manajemen strategi adalah kombinasi dari tiga kegiatan analisis strategi, perumusan strategi dan strategi implementasi.

7. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menentukan apakah suatu bisnis layak dijalankan atau tidak. Kegiatan ini meliputi identifikasi masalah, peluang, menentukan tujuan, menggambarkan bagaimana situasi bisnis dan menilai berbagai manfaat yang dihasilkan.

Adapun beberapa aspek dasar yang pasti akan diteliti ketika analisis studi kelayakan dilakukan, antara lain :

1. Aspek Produksi
2. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)
3. Aspek Pemasaran
4. Aspek Keuangan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut Ibrahim (2003) studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek. Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu bisnis. Keberhasilan ditafsirkan sebagai manfaat ekonomis.

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari sarana mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk mewujudkan laba perusahaan.(Kasmir dan Jakfar (2003)).

8. Konsep Pemasaran

Pemasaran mengungkapkan secara jelas makna serta signifikan pemasaran. Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merpakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan pemasaran diartikan sebagai cara atau metode untuk meningkatkan jumlah pembeli.

Pemasaran adalah kinerja aktivitas biasa yang mengatur aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. pemasaran juga merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi, dan pendistribusian barang, jasa dan ide serta dapat memuaskan pelanggan juga tujuan perusahaan *(American marketing association)*.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:6) pemasaran adalah “proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain".

Menurut Kotler dan Keller, pemasaran adalah mengindetifikasikan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu kebutuhan dengan cara yang menguntungkan".

Menurut Kotler dan Amstrong (2009:20) pemasaran beranggapan bahwa "kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif dari pada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan, mengomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada pasar sasaran yang dipilih".

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan faktor penting dalam mencapai kesuksesan perusahaan, konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dalam suatu proses pemasaran kita harus terlebih dahulu mencari tau apa yang diinginkan oleh konsumen . dalam hal ini kita dituntut untuk dapat mengetahui apa saja yang diinginkan konsumen berhubungan dengan kinerja, produk dan kualitas, oleh karena itu kualitas adalah hal yang paling pertama yang sangat penting dalam kegiatan pemasarab. Dalam kegiatan pemasaran kita pasti memasuki persaingan pemasaran yang benar-benar menentukan apakah kita berhasil atau tidak dalam memasarkan produk atau jasa yang kita tawarkan. Maka dari itu kita harus dapat mengetahui apa yang harus kita produksi serta melakukan berbagai upaya dalam memenuhi permintaan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

konsumen sehingga konsumen mau membeli produk atau jasa yang kita hasilkan. (james Gwee,2009).

fungsi utama ketika pemasaran:

5. untuk memberikan informasi tentang produk yang dijual kepada konsumen
6. untuk mempengaruhi keputusan membeli konsumen.
7. untuk menciptakan nilai ekonomis suatu barang.

analisis pasar, yaitu suatu proses penilaian yang meliputi segmentasi pasar, riset pemasaran, dan Peramalan penjualan produk. dalam strategi pemasaran dapat digunakan rumus SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Treat)*, berikut:

1. Kekuatan (*Strenght*). calon pengusaha perlu melakukan analisis atas kekuatan diri atau kekuatan perusahaan dan kekuatan pesaing terdekat untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif, efisien, dan tepat sasaran.
2. kelemahan (*Weakness*). calon pengusaha perlu melakukan analisis atas semua kelemahan diri, kelemahan perusahaan, sehingga dapat dijadikan pelajaran untuk perbaikan strategi pemasaran yang dijalankan, dan juga menganalisis kelemahan pesaing terdekat agar dapat dimanfaatkan secara wajar untuk kepentingan bisnis.
3. peluang *(Opportunity*). calon pengusaha harus jeli untuk memanfaatkan setiap peluang pasar, misalnya kecenderungan daerah tertentu dari konsumen, kurangnya persediaan produk pesaing, meningkatnya daya beli masyarakat, dan lain sebagainya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. ancaman (*Treath*). pengusaha perlu melakukan analisis berbagai kemungkinan yang mungkin dapat merusak strategi pemasaran yang sedang dijalankan. ancaman ini dapat datang dari dalam maupun dari luar sehingga harus betul-betulWaspada, seperti kalimat dari BRA, Mooryati Sodipjo, " mata yang Awas dan kuping yang terbuka".

9. Produk

Menurut Rachim (2014;523) menyebutkan bahwa produk merupakan elemen yang sangat penting bagi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang.

Menurut Wahyu Saidi (2007;52) Produk adalah suatu barang atau jasa yang diperjualbelikan sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. dalam arti luas, produk merupakan apa saja yang dapat dipasarkan seperti benda-benda fisik, tempat, jasa manusia, organisasi, dan idea dan gagasan.

Perusahaan dapat mengupayakan untuk membuat produk mereka lebih menarik dan kompetitif pada tahap manapun dari pertumbuhan sampai kemunduran. Sebagai contoh, produl perangkat lunak sering di-upgrade beberapa tahun sekali ketika pengembangan menambahkan fitur baru, sekaligus untuk mengambil keuntungan dari perangkat keras komputer yang lebih tangguh. Daur hidup produk dapat diperpanjang dengan cara melakukan berbagai langkah yang kreatif, inovatif, atau melakukan terobosan-terobosan berikut (Tamrin abdullah dan Francis Tantri, 2012;34)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Perluasan produksi *(product etension)*, Produk yang sudah ada dipasarkan secara global dalam bentuk yang sama, tanpa modifikasi. contoh, coca-cola dan jeans Levi's.
2. Adaptasi produk *(product adaptation*), melakukan modifikasi atas produk utama agar sesuai keinginan masyarakat yang dituju. contohnya, Mc Donald's di Jerman mencakup menu bir, di Indonesia mencakup menu nasi.
3. Pengenalan ulang (*reintroduction)*, produk-produk yang dipasarkan Mama telah dianggap pusing dapat dikenalkan ulang pada pasar yang baru.

Kottler mengatakan produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan pada suatu pasar, untuk memenuhi segala kebutuhan serta keinginan dari konsumen. Produk dapat berupa barang, jasa, orang, kepemilikan, tempat, event, Ide, infofasi, Serta organisasi. (Kottler,2000;394)

Jadi dapat disimpulkan bahwa produk tidak hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, seperti pakaian, anne-marie kanan dan lain sebagainya, namun juga sesuatu yang tidak terlihat Wujudnya seperti pelayanan jasa. semua bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Konsumen yang membeli suatu produk tidak hanya disebabkan oleh kebutuhannya saja, Namun juga bertujuan untuk memuaskan keinginan.

10. Kemasan *(packaging)*

Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. kemasan termasuk wadah utama dari produk, dan kemasan penting untuk pengiriman, penyimpanan, pengidentifikasian. utama di

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk menjaga produk, kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran.

Ada sebagian perusahaan berpendapat bahwa yang penting ialah barang dibungkus dan bukan pembungkusnya. Memang harus diakui bahwa kualitas barang adalah besar sekali pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan, tapi dalam hal ini tidak berarti masalah pembungkus boleh diabaikan. Pembungkus yang menarik akan mempercepat kelancaran penjualan barang. charles A. Bresrin dari Modern Packaging Magazine Amerika pernah mengatakan bahwa: " pembungkus tidak hanya merupakan pelayanan tetapi juga sebagai salesman dan pembawa kepercayaan, dimana suatu pembungkus merupakan kegiatan akhir dari konsumen yang dapat dipercaya".

Hal yang sangat penting adalah bentuk dan pelaksana pembungkusan, dengan ketentuan pembungkus tersebut dapat mendorong pihak pengecer untuk menyajikan yang baik pada etalase atau rak toko dan kemudian dapat memancing minat pembeli.

Model, warna, test serta ilustrasi pembungkusan harus merupakan keseluruhan yang harmonis serta menarik. Penemuan-penemuan baru dalam pembungkusan seringkali diintrodusir pasar untuk memperoleh keuntungan-keuntungan penjualan sebelum para saingan sempat mengikutinya. Misalnya mulai dimasukkan ke dalam kaleng atau pembungkus dari plastik juga membungkus yang hanya ditekan untuk mengeluarkan isinya seperti Spray memberikan keuntungan-keuntungan yang besar dari kesenangan bagi konsumen.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Di samping pembungkus menguntungkan konsumen, maka bagi produsen pembungkus juga bertujuan untuk :

a. Melindungi barang-barang yang dibungkusnya sewaktu barang-barang tersebut bergerak melalui proses-proses marketing.
b. Memudahkan pedagang-pedagang eceran untuk membagi-bagi atau memisahkan barang tersebut.
c. Untuk mempertinggi nilai isinya dengan daya tarik yang ditimbulkan oleh pembungkus,sehingga menimbulkan ciri-ciri khas produk tersebut.
d. Untuk identifikasi,, karena adanya label/merk yang tertera pada pembungkus.
e. Pembungkus dapat digunakan sebagai alat komunikasi karena membawa berita atau catatan mengenai produk itu.
f. Pembungkus sebagai salesman diam, seperti supermarket. di sini para pembeli tidak dilayani oleh salesman, tetapi pembeli dapat mengetahui dan memilih barang yang sendiri dengan membaca label pada pembungkus.

Pentingnya suatu arti kemasan bagi konsumen maupun produsen, maka dari itu kemasan harus dirancang sebaik mungkin oleh produsen dengan cara bertahap agar hasil perancangan sesuai dengan keinginan. Dalam pembuatan kemasan kita harus dapat merancang kemasan semenarik mungkin agar konsumen dapat tertarik dan membeli produk yang kita hasilkan dengan memperhatikan aspek warna, tulisan logo merk, dan penulisan kata-kata yang dipakai. selain itu juga kita harus dapat meyakinkan konsumen bahwa produk yang kita tawarkan terjamin kualitasnya, dengan memperhatikan bentuk,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

fungsi, member perlindungan, mengidentifikasi kualitas dan air. sehingga konsumen benar-benar yakin produk kita adalah pilihannya.

Dikemukakan bahwa fungsi pembungkus tidak hanya sebagai pembungkus, Tetapi lebih luas dari itu. oleh karena itu, setiap pembungkus harus memenuhi syarat-syarat berikut:

Sebagai tempat,merupakan syarat yang tidak lama banyak diketahui sehingga bukan merupakan persoalan lagi. misalnya kita menjual minuman maka sudah tentu dan pembungkusnya nya adalah botol dari gelas atau plastik atau karton dan bukan dari kertas tipis yang tidak dapat berfungsi sebagai tempat minuman.

1. Menarik, pembungkus yang menarik diharapkan dapat membuat orang tertarik untuk membeli produk sehingga diharapkan dapat menjadi langganan.
2. Untuk melindungi, dalam melindungi produk dibutuhkan kemasan yang berkualitas. kemasan yang baik mempunyai pengaruh yang besar untuk kelancaran penjualan, maka dari itu diperlukan kemasan yang dapat melindungi produk pada saat di gudang, dalam pengangkutan pada saat peredaran di pasaran. sehingga produk yang diterima konsumen benar-benar terjamin kualitasnya.
3. Praktis, jika produsen dapat menciptakan kemasan dengan bentuk yang praktis, hal tersebut akan mendapatkan respon positif dari konsumen karena Konsumen akan merasa puas dengan produk yang dihasilkan yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dimaksud praktis yaitu mudah dibuka serta ditutup kembali tanpa harus menggunakan alat ringan serta mudah dibawa kemana-mana.

4. Meningkatkan harga diri, pada umumnya pembungkus yang menarik akan dapat menimbulkan harga diri secara otomatis. barang-barang yang dapat dipakai untuk kado, misalnya biskuit, ada yang tempatnya indah dan menarik sehingga bagi orang yang disebut tersebut akan naik harga dirinya. dalam tokoh-tokoh ajaran kecil pada umumnya terkadang pembungkus memakai kertas koran yang sudah penuh sehingga menimbulkan rasa malu bagi yang membawanya, Hal ini dapat mengurangi minat pembeli.
5. Ketepatan ukuran, ukuran pada pembungkus harus diperhatikan karena hal ini dapat memiliki hubungan sangat erat dengan harga.
6. Meningkatkan penjualan akan mendatangkan keuntungan Lain bagi produsen, yaitu berupa efisiensi dalam berbagai segi. bila penjualan meningkat, produksi akan meningkat dan produsen akan membeli bahan baku dalam jumlah besar biasanya lebih murah karena adanya potongan harga, hematnya ongkos angkut, dan sebagainya, bila produk yang dihasilkan bermutu, maka produk tersebut makin Disenangi oleh konsumen, dan akan melekat di hati konsumen.

11. Penjualan

Menurut Moekijat (2000;33) dalam Ariplie (2015:45) Penjualan adalah suatu keinginan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan member petunjuk agar pembelian dapat menyesuaikan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kebutuhan dalam produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak.

Adapun menurut Swasta dam Ariple (2015;45) penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan.

penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli).

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembeli, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya Kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian Kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga , dan syarat-syarat pembayaran dalam hal Penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan.

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai Produk baru.
c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. penjualan tidak selalu berjalan mulus,Keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut dalam ” manajemen penjualan edisi ke-tiga” Adalah sebagai berikut:

a. kondisi dan kemampuan penjual

Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan harga produk dan syarat penjualan.

b. Kondisi pasar

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Adapun faktor-faktor kondisi pasar, kelompok pembeli, daya belinya, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal.

Untuk memperkenalkan barang kepada pembelinya maka penjual memerlukan berbagai sarana seperti: alat Transportasi, tempat mempromosikan barang, kegiatan promosi, dan sebagainya. kegiatan tersebut dapat dilakukan apabila penjual memiliki modal yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan tersebut .

d. Kondisi organisasi perusahaan

Masalah dalam perusahaan besar akan ditangani oleh ahli dibidang penjualan. berbeda dengan perusahaan kecil, masalah penjualan akan ditangani oleh orang yang juga bekerja dalam bidang-bidang lainnya.

Menurut kottler(2002;55) dalam Rahan (2013;67), Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk. dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

12. Strategi Pengembangan Usaha

a. Strategi

Menurut Morrisey (Jonthan Sarwono dan K. Prihartono, 2012;13), Strategi merupakan untuk tentara yang harus dituju oleh suatu perusahaan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

supaya dapat tercapai segala misi. Seperti yang diketahui bahwa dalam pencapaian tujuan organisasi harus dibarengi dengan strategi dalam pencapaian tujuan . Strategi pada umumnya perusahaan mempunyai tujuan tertentu dan untuk mencapainya memerlukan strategi. Strategi disusun untuk mengurangi kegagalan dan memaksimalkan hasil.

Sedangkan menurut chandler (Freddy Rangkuti, 2003:3) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuurt keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mmepertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (David, 2004).

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dilihat dari kekuatan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen (Hunger and Wheeleen, 2003). Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan (David,2004).

Strategi pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe strategi yaitu:

1. Strategi Manajemen
2. Strategi Investasi
3. Strategi bisnis

Maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses untuk menentukan arah yang akan dituju oleh perusahaan dalam jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan, sehingga mempengaruhi keberlangsungan perusahaan.

b. Pengembangan Usaha

Menurut Brown Petrello (Vinanda Permata, 2013; 3) pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Menurut Anoraga Pandji (2007; 66) pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besar lah harapan untuk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

menjadikan suatu yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar .

Dapat disimpulkan pengembangan usaha adalah suatu tanggung jawab pengusaha atau lembaga yang menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan masyarakat ia membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas untuk membuat usahanya menjadi lebih besar sehingga mendapatkan laba.

Menurut Masiyah kholmi (2003; 212) ada beberapa aspek yang mempengaruhi prospek pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diantaranya adalah:

1. Aspek Sumber Daya Manusia

   Sumber Daya Manusia Merupakan faktor lingkungan internal dalam perusahaan yang menjalankan Seluruh aktivitas aktivitas di dalam perusahaan. Perusahaan dapat bekerja dengan baik apabila memiliki sumber daya manusia yang memiliki kapabilitas, keahlian dalam bersaing, dan manajemen yang baik.

2. Aspek Pemasaran

   Pemasaran adalah proses penentuan , pengantisipasian, penciptaan, dan pemenuhan keinginan dalam kebutuhan pelanggan atas produk atau jasa.

3. Aspek Produksi/ Operasi Dan Peneliti Pengembangan

   Aktivitas-aktivitas produksi merupakan gambaran bagian terbesar dari sumber daya manusia dan modal suatu organisasi. Penelitian dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pengembangan secara spesifik juga mempengaruhi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perusahaan yang sedang menerapkan strategi pengembangan produk membutuhkan fungsi R&D yang kuat.

4. Aspek Keuangan dan Akuntansi

Kondisi keuangan sering kali dipertimbangkan sebagai ukuran yang terbaik kekuatan atau posisi persaingan perusahaan dan daya tarik utama bagi para investor. Penetapan kekuatan dan kelemahan keuangan organisasi/perusahaan merupakan hal yang penting dalam formulasi strategi secara efektif.

Strategi pengembangan usaha menurut Hendro(2011) dalam jurnal Wayan Wijaya, Y.T. dkk (2017):

a. kebutuhan modal untuk mengembangkan usaha
b. Analisa resiko kegagalan bisnis
c. Analisa tingkat keuntungan dan waktu pengembalian investasi serta prediksi arus kasnya saat memutuskan berinvestasi di bisnis .
d. Tren pasar dan Berapa lama pertumbuhan bisnisnya.
e. Faktor-faktor perubahan dan pengubahnya
f. Kebutuhan SDM dan keterampilan
g. Tingkat operasional kesulitan bisnisnya

Dari pengertian para ahli di atas penulis menyimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha ada untuk penentuan arah perusahaan membutuhkan keputusan serta dorongan dari setiap usaha untuk menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen, yang memiliki pandangan ke depan supaya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

perusahaan dapat berkembang semakin besar baik dari segi produksi, merk, konsumen dan pendapatan perusahaan sehingga mendapatkan laba.

13. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan instrumen analisis yang ampuh bila digunakan dengan tepat. SWOT merupakan akronim untuk kata-kata strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (ancaman).

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Keampuhan Analisis SWOT terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus meminimalisasi kelemahan dan menekan dampak ancaman. Jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan kedua hal tersebut, maka menentukan dan memilih strategi yang efektif akan membuahkan hasil (Siagian, 2011: 172).

a. **Faktor kekuataan** yang dimiliki oleh perusahaan adalah kompensasi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif di pasar. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber ketrampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat daripada para pesaing dalam memuaskan pasar.

   Contoh bidang keungulan itu adalah:

   1) Kekuatan pada sumber keuangan
   2) Citra positif

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3) Keunggulan kedudukan di pasar
4) Hubungan dengan pemasok
5) loyalitas pengguna produk
6) kepercayaan.

b. Faktor kelemahan, Yang dimaksud kelemahan dalam organisasi ialah keterbatasan dalam hal sumber, ketrampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi kinerja organisasi.

Dalam praktik, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada :

1) Sarana dan prasarana yang dimiliki
2) Kemampuan manajerial yang rendah
3) Keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar
4) Produk yang kurang diminati, dan
5) Tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

c. Faktor Peluang

Peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang mengutungkan bagi satu satuan bisnis. Antara lain:

1) Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk
2) Identifikasi satu segmen pasar yang belum mendapat perhatian
3) Perubahan dalam kondisi persaingan
4) Perubahan dalam peraturan yang membuka kesempatan baru dalam berusaha
5) Hubungan dengan para pembeli yang “akrab”

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6) Hubungan dengan pemasok yang "Harmonis".

d. Faktor ancaman

Ancaman merupakan kebalikan dari peluang. Jadi adalah faktor lingkungan yang tidak mengutungkan bagi suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi ancaman akan menjadi "ganjalan" bagi bisnis yang bersangkutan, Contohnya:

1) Masuknya pesaing baru
2) Pertumbuhan pasar yang lamban
3) Meningkatnya posisi tawar pembeli
4) Meningkatnya posisi tawar pemasok
5) Perubahan tekhnologi yang belum dikuasai
6) Perubahan peraturan yang sifatnya membatasi

14. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1 Penelitian terdahulu

No	Penelitian	Judul	Hasil	Perbedaan
1	Muhammad Afridhal (2017) (jurnal S.Pertanian 1(3) : 223-233))	Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjung Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri berdasarkan analisis matriks QSP yang didapatkan hasil bahwa modal	1.Metode yang Digunakan kualitatif, sementara penulis menggunakan metode kuantitatif 2.Objek penelitian berbeda, penulis memilih pengembangan usaha Kerupuk Ikan Bogarasa Dikecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

			swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah.	
2	Winda Verawati Sijabat (JIIA,Volume 6, No 1 februari 2018)	Analisis Kinerja Pelayanan Koperasi Kepada Anggota dan Strategi Pengembangannya (Studi Kasus Kud Usaha Bersama Di desa Timodadi Kec.Abung selatan kab.Lampung utara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi yang diterima oleh anggota kud usaha bersama masih relatif rendah, pendapatan rumah	1.Metode yang digunakan adalah metode studi kasus, sementara penulis menggunakan metode Kuantitatif 2.Penelian terdahulu menggunakan dua variabel sementara penulis menggukan satu variabel 3.Objek KUD usaha bersama di desa trimodadi kec.abung selatan kab.lampung utara, sementara penulis memilih usaha kerupuk ikan bogarasa dikec.mandau kab. bengkalis.
3	Siti Maemonah (ISSN 2252-6765) (2015)	Stretegi Pengembangan industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur pemasaran pada industri kecil gula aren masih pendek. Pengrajinan tidak pernah melakukan promosi dan permodalan yang dimiliki industri kecil guka aren berasal pengrajinan sendiri belum ada bantuan dari pemerintah	1.Metode penelitian menggunakan metode survey, sementara penulis menggunakan metode kuantitatif. 2.Objek penelitian industri kecil gula aren di kecamatan limbangan kabupaten kendal, sementara peneliti usaha kerupuk ikan bogarasa kecamatan mandau kabupaten bengkalis.
4	Achmad Rifa'i, I made Sudarma, widhianthini (ISSN:3685	Studi pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Dikabupaten Tulungagung Provinsi Jawa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri gula merah di daerah tersebut tidak mengalami kendala ketersediaan bahan baku, selain	1.Objek Penelitian Usaha Gula Merah Tebu Dikabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur, Sementara Penulis uaha Kerupuk Ikan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	-3809 Vol 8, No 3, juli 2019)	Timur	itu indusri gula merah tebu dikecamatan pamotan di dukung dengen ketersediaan tenaga kerja serta sarana dan prasarana lainnya.	Bogarasa DiKecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. 2.Metode yang digunkaan metode survey deskriptif, sementara penulis menggunakan metode Kuantitatif
5	Resmiwati Isnani, Syaad Affifuddin Syaifudin Lubis (vol.4 no.2/oktober 2011)	Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren DiKabupaten Aceh Tenggara	Hasi penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah sebagai pengambil kebijakan yang berpengaruh positif maupun negatif sevara signifikan terhadap pengembangan usaha gula kelapa aren dan sifatnya tidak dapat dikendalikan oleh organisasi pemerintah daerah dan organisasi perilaku aren	1.Metode Penelitian Menggunkaan Metode deskriptif, sementara penulis menggunakan metode Kuantitatif 2.Objek penelitian Pengembangan usaha gula aren dikabupaten aceh tenggara, sementara penulis meneliti usaha kerupuk ikan bogarasa di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis

Jadi, dari 5 penelitian terdahulu maka penulis akan membuat salah satu perbedaan dari hasil penelitian terdahulu dengan hasil penelitian penulis sebagai berikut :

Penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afridhal (2017) dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen". Metode analisis data penelitian Muhammad Afridhal (2017) menggunakan analisis SWOT dan Matrik SWOT dengan metode penelitian Kuantitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yang dapat diterapkan dalam mengembangkan adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri berdasarkan analisis matriks QSP yang didapatkan hasil bahwa modal swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah.

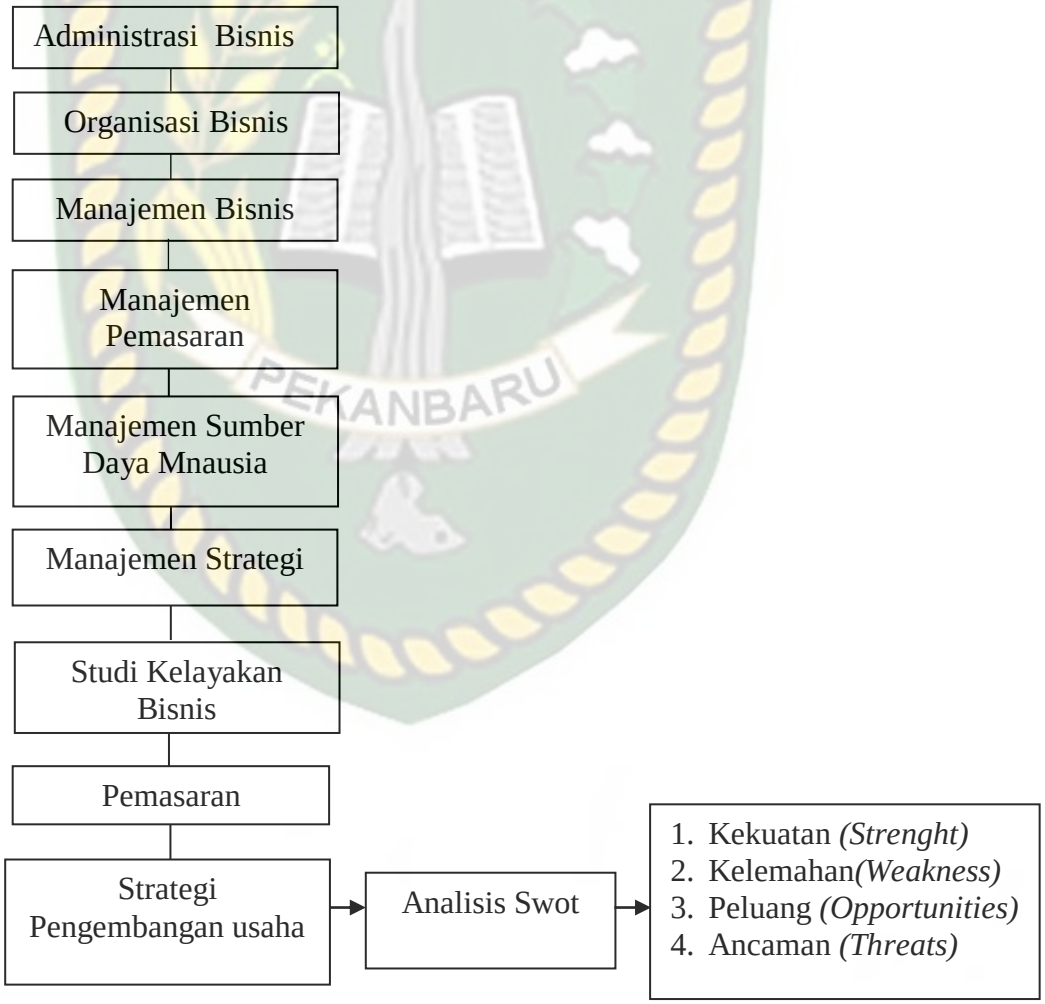
Sedangkan Penelitian Penulis berjudul " Strategi pengembangan Usaha Pada Home Industri (studi usaha pada Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)". Penulis menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan Metode analisis data menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis kekuatan (strenghts), kelemahan (weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (threats). Yang nantinya akan memberikan solusi dari kelemahan usaha kecil home industri kerupuk ikan bogarasa untuk mengatasi kelemahan keterbatasan tenaga kerja dapat diatasi dengan alat yang lebih modern mulai produksi - distribusi - pemasaran sehingga lebih efektif dan efisien. Sumber Daya Manusia yang kurang trampil diberikan pelatihan khusus untuk pengelolaan usaha kecil yang meliputi perencanaan dan pengorganisasian. Memotivasi pemilik terhadap usaha yang ditekuni sehingga mereka dapat memfokuskan diri untuk mengembangkan usahanya dengan maksimal. Untuk permasalahan modal usaha, solusi terbaik dari pemerintah yakni pemberian hibah santunan modal yang diberikan kepada para pemilik usha ikan bogarasa.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Kerangka Pemikiran

Dari beberapa teori yang telah diambil, maka selanjutnya disini akan diwajibkan juga kerangka pikir dari penulis mengenai Strategi Pengembangan produk kerupuk Bogarasa Ladang Tengah Kecamatan Mandau. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar kerangka pikiran dibawah ini :

Gambar II.1 : Kerangka Pikir tentang Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Bogarasa Kecamatan Mandau Kabupaten Begkalis



Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

C. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009;93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan biasanya disusun dalam kalimat pertanyaan sementara, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relavan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan uraian diatas, maka "Diduga bahwa Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Bogarasa di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis ditentukan oleh Analisis SWOT yaitu Kekuatan, Kelemahan, peluang, dan ancaman.

D. Konsep Operasional

a. Administrasi Bisnis merupakan proses kerjasama beberapa individu dengan cara yang efesien dalam mencapai tujuan sebelumnya.
b. Organisasi Bisnis adalah suatu perserikatan dan persekutuan yang terdiri dari 2 orang atau lebih yang berstruktur dan terkoordinasi yang bekerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.
c. Manajemen Bisnis adalah kemampuan dan keterampilan untuk memperoleh hasil dalam rangka mencapai tujuan melalui kegiatan orang lain.
d. Manajemen pemasaran adalah suatu aktivitas yang memanfaatkan fungsi-fungsi dalam manajemen dengan melakukan analisis perencanaan implementasi pengendalian.
e. Manajemen Sumber Daya Manusia adalah salah satu bidang dalam manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaa dan pengendalian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

f. Manajemen Strategi adalah kombinasi dari 3 kegiatan analisis strategi, perumusan strategi dan strategi implementasi
g. Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang menentukan apakah bisnis itu layak dijalankan atau tidak.
h. pemasaran adalah faktor penting dalam mencapai kesuksesan perusahaan, konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.
i. Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuurt keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya.
j. Pengembangan Usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motifasi dan kreatifitas.
k. Aspek sumber daya manusia merupakan faktor lingkungan internal dalam perusahaan yang menjalankan Seluruh aktivitas aktivitas di dalam perusahaan
l. Aspek pemasaran adalah proses penentuan, pengantisipasian, penciptaan dan pemenuhan keinginan dalam kebutuhan pelanggan atas produk atau jasa
m. Aspek produksi merupakan gambaran bagian terbesar dari sumber daya manusia dan modal suatu organisasi
n. Aspek keuangan adalah kondisi keuangan sering kali dipertimbangkan sebagai ukuran yang terbaik kekuatan atau posisi persaingan perusahaan dan daya tarik utama bagi para investor.
o. Analisis SWOT merupakan instrumen analisis yang ampuh bila digunakan dengan tepat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

F. Operasional variabel

dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk table, urain konsep, variabel, indikator, untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan akurat.

Tabel II.2 Operasional variabel Strategi Pengembangan Usaha pada perusahaan Home industry kerupuk Bogarasa Di Ladang Tengah Duri

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
1	2	3	4	5
Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motifasi dan kreatifitas (Panji Anoraga, 2007;66)	Aspek Pengembangan Usaha	1. Aspek SDM	a.Tenaga Kerja	Ordinal
		2. Aspek Pemasaran	a.Kualitas Produk b.Hasil Produksi Sesuai Permintaan	Ordinal
		3. Aspek Produksi	a.Bahan Baku	Ordinal
		4. Aspek Keuangan	a.Sumber Modal b.Manajemen Pembukuan	Ordinal

Sumber Data Peenlitian 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan ialah tipe penelitian survei deskriptif dengan metode penelitian kualitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap langsung dan berinteraksi dengan orang-orang ditempat penelitian.

Metode penelitian Kualitatif merupakan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme/enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Sugiyono 2015;38)

Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrument, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkontruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dilapangan dan kemudian dikontruksikan menjadi hipotesis atau teori.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Lokasi penelitian

Peneliti ini dilakukan pada usaha industri kerupuk ikan bogarasa yang berada di kecamatan mandau kabupaten bengkalis. Alasan penulis melakukan penelitian dilokasi ini karena industri kerupuk ikan bogarasa ini merupakan satu-satunya industri kerupuk ikan yang telah berdiri lama dan tingkat pendapatan penjualan pun lebih besar dibanding tempat usaha industri lainnya.

C. Sampel Sumber Data Penelitian

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasikan dan hasil penelitian. Oleh karena itu, pada penelitian kualitatif tidak dikenal adanya populasi dan sampel. (Bagong Suyanto,2005;20). Dalam penelitian ini sampel penelitian merupakan orang-orang yang dianggap paling tahu tentang permasalahan yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian ini disebut sebagai informan. Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh infomasi yang jelas, akurat, dan dapat dipercaya baik berupa pernyataan, keterangan, atau data yang dapat membantu dalam memenuhi persoalan atau permasalahan tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pemilik usaha kerupuk ikan Bogarasa sebagai infoman dalam menggali informasi.

Tabel III.1. Jumlah Informan Penelitian

No	Informan	Jenis Kelamin	Usia	Informan
1.	Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Bogarasa Kecamatan Mandau	Perempuan	49 Tahun	1

Sumber: Data Penelitian 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

D. Jenis dan sumber data

Adapun jenis dan sumber data dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

   Adanya data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama yang ada dilapangan (Kriyanto, 2010;41). Adapun data yang berasal dari informasi yang diperoleh lapangan dari pemilik dan pekerja industri kerupuk ikan Bogarasa adalah menengenai strategi pengembangan usaha kerupuk ikan bogarasa, baik dari sisi faktor pendukung maupun penghambat pengembangan usaha.

2. Data sekunder

   Data sekunder menurut Sugiyono (2013;193) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Peneliti juga mengambil data-data yang relavan dari buku-buku literature dan internet sesuai data yang diperlukan untuk memperjelas penilaian yang dilakukan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui studi lapangan, Yaitu dengan melakukan penelitian langsung yang dilakukan dengan cara :

1. Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Ridwan, 2008;29). Jadi untuk mendapatkan data langsung dari sumbernya, peneliti mewancarai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pemilik pabrik kerupuk ikan. Dan mengadakan tanya jawab langsung secara lisan kepada pemilik usaha, yang dianggap perlu guna mendukung data yang ada.

2. Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung kelapangan untuk mendapatkan data primer sebagai data pendukung serta menemukan fenomena-fenomena yang berkaitan dengan analisis kualitas produk.
3. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara atau mengambil dari data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti, mengambil gambar atau foto tempat penelitian dilakukan.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini memusatkan perhatian secara insentif terhadap suatu objek tertentu yang kemudian dipelajari sebagai suatu kasus dimana objek yang diteliti adalah Strategi Pengembangan Usaha pada Home Industri Kerupuk Ikan Bogarasa di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis ini penulis menganalisis data dengan menggunakan analisis SWOT yaitu Kekuatan (Streanghts), Kelemahan (Weakness), Peluang (Oportunities) dan Ancaman (Threats).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

G. Jadwal dan Waktu Kegiatan Penelitian

Tabel III.2 Jadwal Waktu Penelitian Tentang Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri (Studi Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)

No	Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke-																			
		Oktober-November				Desember-Januari				Februari-Maret				April-Mei				Juni-Juli			
1	Persiapan dan Penyusunan UP	x	X	x	X	x	x														
2	Seminar UP							x													
3	Perbaikan UP								x												
4	Perbaikan Kuisioner									x	X										
5	Rekomendasi Survey										X										
6	Penelitian Lapangan										X	X									
7	Penelitian dan Analisa data											X	x								
8	Penyusunan Laporan Penelitian												x	x							
9	Konsultasi Perbaikan Skripsi													x							
10	Ujian Skripsi																	x			
11	Revisi Skripsi																		x	x	
12	Pengandaan Serta Penyerahan Skripsi																			x	X

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kerupuk Ikan Bogarasa adalah perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran yang bertujuan menghasilkan produk kerupuk ikan yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Awal berdirinya usaha Kerupuk Ikan Bogarasa ini dikarenakan si pemilik yang melakukan coba-coba dalam membuat kerupuk dari bahan baku ikan. Setelah coba-coba ternyata hasilnya memuaskan dan mendapatkan respon respon positif dari konsumen, kemudian si pemilik bertekad membangun bisnis kerupuk ikan Bogarasa dirumahnya sendiri yang beralamat dijalan Soebrantas Ladang Tengah Kelurahan Babussalam Kabupaten Bengkalis.

Tekat mengembangkan usaha ini dan kerja dari pengelola dan sering dengan permintaan pasar maka usaha yang dilakukan oleh pimpinan. Usaha kerupuk ikan bogarasa mengalami peningkatan yang cukup baik. Demikian pula dengan tenaga kerja yang dipekerjaan semakin mengalami perkembangannya. Berbagai kendala yang dihadapi seperti pengadaan bahan baku dan krisis moneter dapat dilalui sehingga saat ini usaha kerupuk ikan bogarasa masih berjalan.

Dalam kegiatan promosi produk kerupuk ikan bogarasa belum menggunkaan media-media yang sudah canggih seperti saat sekarang ini melainkan masih melakukan promosi mulut ke mulut dan meletakkan ke warung-warung di daerah sekitar kecamatan mandau kabupaten bengkalis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sebagai strategi yang dilakukan oleh pemilik kerupuk ikan bogarasa dalam memperkenalkan produk yang dibuatnya

Usaha kerupuk ikan home industri bogarasa sudah berdiri cukup lama kurang lebih selama 28 tahun dengan mempunyai tujuan yang harus dicapai sehingga semua yang ditargetkan dapat terwujud. Tujuan pemilik usaha kerupuk ikan bogarasa yaitu menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu, berkualitas, dan aman untuk dikonsumsi dan membangun usaha yang mampu menyerap tenaga kerja khususnya di daerah Kelurahan Babussalam.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi mempunyai perenan dan arti yang sangat penting baik dalam suatu perusahaan ataupun lembaga dan institusi karena tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis dan baik, maka akan sulitlah bagi suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas dan kegiatannya secara terarah dan tertib serta teratur dalam pencapaian tujuan-tujuannya. Jadi salah satu unsur dan manfaat penting yang terkandung dari suatu struktur organisasi yang baik, yakni sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebelumnya. Hal ini berguna untuk mencapai tujuan organisasi dan terciptanya suatu kerjasama antara sesama anggota organisasi yang dalam hal ini adalah karyawan, baik antara sesamanya maupun dengan pemilik usaha kerupuk ikan Bogarasa.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dalam hal ini suatu struktur organisasi selalu terdapat unsur atau elemen-elemen sebagai berikut:

1. Adanya pemimpin dan sekelompok manusia yang dipimpin
2. Terdapatnya tujuan yang akan dicapai serta adanya suatu kerjasama
3. Adanya wewenang dan tanggung jawab

Dalam kaitan ini, pimpinan sebagai pengambil keputusan dalam organisasi yang dipimpin yang mana ia mempunyai tanggung jawab terhadap berlangsungnya kegiatan dalam organisasi tersebut, dan juga harus dapat menciptakan keadaan atau kondisi di mana para bawahannya merasa terikat pada perusahaan yang selalu berusaha untuk memaksimalkan segala potensi yang dimilikinya untuk kemajuan perusahaan.

Untuk ini diperlukan suatu organisasi, dimana organisasi adalah bentuk perserikata manusia dalam mencapai tujuan bersama. agar fungsi organisasi terbentuk dan bermakna maka perlu adanya pembagian tugas dan wewenang tersebut, selanjutnya dituangkan dalam struktur organisasi yang diartikan sebagai hubungan antara macam-macam fungsi atau aktivitas di dalam organisasi. Dengan adanya struktur tersebut, diharapkan para pekerja akan lebih mudah dan tanggap dalam menjalankan tugas dan fungsinya serta mengetahui siapa yang menjadi pemimpin atau bawahan.

C. Fungsi Dan Tugas Organisasi

perusahaan anbisnis merupakan salah satu Bentuk kelompok yang terdiri atas orang-orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan adanya keterbatasan individu, menyebabkan munculnya kebutuhan akan pembagian

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tugas diantara orang-orang tersebut agar tujuan apa sasaran perusahaan bisnis tersebut dapat tercapai secara optimal dan dengan cara yang efisien. pembagian tugas merupakan hal yang sangat penting karena pada dasarnya tugas yang kompleks dan cukup banyak tidak mungkin diselesaikan hanya oleh satu orang. spesialisasi merupakan salah satu cara dalam pembagian tugas, sehingga orang merasa lebih mudah berkarya dan membuat orang semakin terampil.

Semakin besar suatu bisnis, maka pengorganisasian merupakan hal yang semakin penting. dengan semakin besar suatu bisnis, makin meningkat kebutuhan spesialisasi. semakin banyak interaksi antar pribadi dan kebutuhan untuk mengintegrasikan sudut pandang yang berbeda. suatu titik struktur organisasi diperlukan agar segala sesuatu dapat berjalan dengan mulus.

Untuk menggerakkan suatu organisasi dibutuhkan personal yang memegang jabatan tertentu dalam organisasi, masing-masing personil diberi tanggung jawab sesuai dengan jabatannya. dengan demikian, akan mempermudah pengarahan serta mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan dari suatu pekerjaan. Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab dari tiap-tiap unit dalam struktur organisasi kerupuk ikan Boga rasa sebagai berikut:

1. Pemilik *(owner)*

   Fungsi dari pemilik atau disebut juga pemimpin dalam suatu organisasi tidak dapat Dibantah merupakan sesuai fungsi yang sangat penting bagi keberadaan dan kemajuan organisasi yang bersangkutan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tugas dan tanggung jawab adalah memberi arahan serta informasi penting, Selain itu pemilik juga bertugas mengambil keputusan penting untuk kemajuan suatu organisasi.

Tugas pemimpin perusahaan adalah sebagai berikut:

a. bertanggung jawab sepenuhnya atas aktivitas perusahaan.
b. membuat sebuah kebijakan untuk kemajuan perusahaan
c. membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing secara baik
d. membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien
e. menciptakan iklim kerja yang baik dan harmonis
f. menyusun fungsi manajemen secara baik

2. Pemasaran *(marketing)*

Fungsi dari marketing yaitu setiap pembagian dalam perusahaan memiliki fungsi sendiri-sendiri. secara umum tujuan setiap bagian tersebut adalah untuk membawa kemajuan perusahaan.

Tugas dari bagian pemasaran (marketing) adalah sebagai berikut:

a. Bertugas menghasilkan pemasukan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan tersebut.
b. Divisi marketing berperan menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjadiJembatan antara perusahaan dan lingkungan eksternal. Hal ini dilakukan sebagai perwujudan konsep marketing communication.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk mendukung peningkatan kualitas dan penjualan produk. hal ini adalah peran marketing di bidang riset dan pengembangan.

3. Kemasan *(packaging)*

Fungsi pengemasan adalah untuk mewadahi dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan, sehingga lebih mudah disimpan, diangkut dan dipasarkan.

kemasan juga mempunyai peranan penting dalam industri pangan, yaitu:

a. Mengenal jati diri atau identitas produk
b. Penghias produk
c. Piranti monitor
d. Media promosi
e. Media penyuluhan atau Petunjuk cara penggunaan dan manfaat produk yang ada di dalamnya.
f. Bagi pemerintah kemasan dapat digunakan sebagai usaha Perlindungan Konsumen
g. Bagi konsumen kemasan dapat digunakan sebagai sumber informasi tentang isi produk, dan ini diperlukan dalam mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut atau tidak

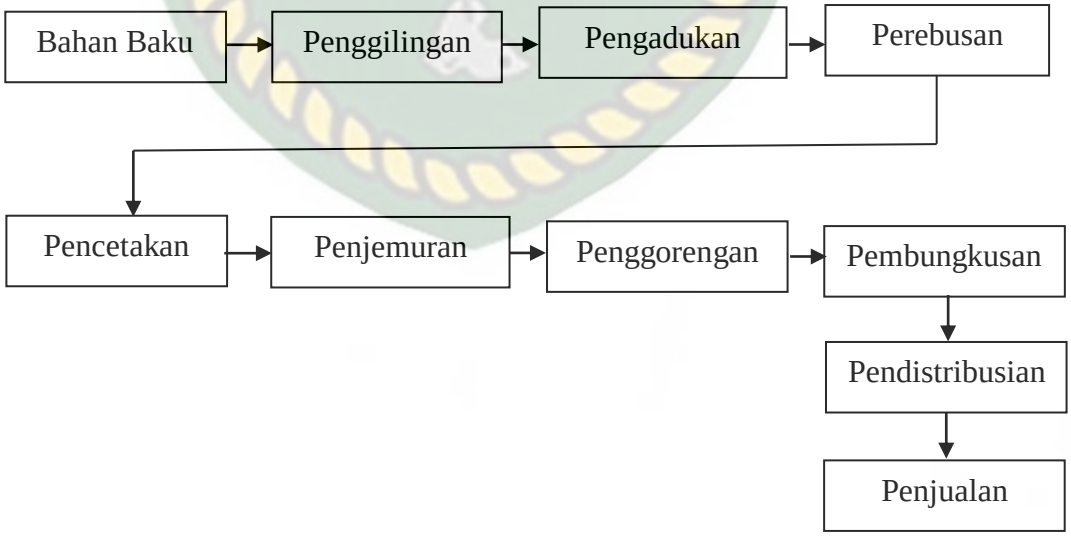
Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

D. Aktivitas Usaha (Usaha kerupuk ikan Bogarasa)

Industri bogarasa merupakan suatu industri yang bergerak di bidang pengolahan ikan menjadi kerupuk. untuk mendukung proses pembuatan kerupuk Ikan bogarasa maka dibutuhkan bahan baku utama berupa apa ikan yang biasa yang bisa dibeli di pasar sekitar daerah Kecamatan Mandau.

proses produksi memerlukan waktu sekitar dua sampai tiga hari karena proses pengeringan harus dilakukan dengan waktu yang tidak sebentar agar kerupuk ikan yang mulanya basah bisa Benar-benar menjadi kering dan perubahan cuaca juga dapat mempengaruhi lama atau cepatnya Proses pengeringan. Untuk itu disini akan diuraikan tentang proses produksi ini, pemasaran yang dilakukan oleh usaha kerupuk ikan Bogarasa yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

proses produksi kerupuk Ikan Bogarasa hingga siap dijual



Sumber: usaha Kerupuk Ikan Bogarasa

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan gambar diatas proses produksi disebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Bahan baku mentah berupa tepung, ikan laut, pewarna makanan
b. Tepung digiling hingga menjadi adonan kerupuk
c. Membuat adonan dengan mencampur bumbu, tepung dan garam
d. Setelah adonan tercampur rata, selanjutnya adonan sesuai dengan ukuran yang diinginkan
e. Selanjutnya dijemur terlebih dahulu lalu digoreng dan dibungkus sesuai keinginan
f. Selanjutnya siap untuk dipasarkan melalui pendistribusian yang telah dipersiapkan.

E. Penjualan

Untuk mengenalkan dan mendekatkan produk dengan konsumen maka Kegiatan penjualan dilakukan berbagai pelosok daerah. distribusi dilakukan dengan menawarkanke warung-warung dan tosser beserta penyalur yang membawa produk ke luar kota Duri saat ini, dalam memasarkan produk yang dihasilkan, setelah dapat menguasai daerah yang cukup luas. Untuk mendistribusikan produk yang sudah dihasilkan, semakin luas daerah pemasaran suatu perusahaan maka semakin besar pula hasil produksi yang Pasarkan.

Adapun daerah pemasaran hasil produksi usaha kerupuk ikan bogarasa selama ini tidak terbatas di konsumen pasar yang berada di dalam kota Duri tetapi telah merambah ke daerah lain seperti Bagan Batu dan lainnya nya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Bogarasa di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis

Menurut chandler (Freddy Rangkuti, 2003:3) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuurt keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mmepertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (David, 2004).

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dilihat dari kekuatan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen (Hunger and Wheeleen, 2003). Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan (David,2004).

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Panji Anoraga, 2007:66). Jika wirausaha mampu melakukan hal tersebut, maka besarlah kemungkinan usaha yang pada awalnya kecil menjadi skala menengah bahkan berpotensi untuk menjadi usaha besar.

Untuk memulai suatu kegiatan dapat diawali dengan merintis usaha *(starting),* memulai membangun kerjasama atau dapat juga dimulai dengan membeli usaha milik orang lain. Akan tetapi yang harus diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa.

agar suatu bisnis dapat berjalan dengan baik, maka dibutuhkan pengembang dan mempertahankan bisnis tersebut. Dalam melakukan pengembangan bisnis sangat diperlukan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Faktor-faktor yang mempengaruhi prospek pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) Yaitu: aspek Sumber Daya Manusia (SDM), aspek produksi, aspek Pemasaran dan aspek Keungan. berikut adalah penjelasan mengenai faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM):

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Aspek sumber daya manusia merupakan faktor lingkungan internal dalam perusahaan yang menjalankan Seluruh aktivitas aktivitas di dalam perusahaan.

Berikut wawancara penulis mengenai aspek Sumber Daya Manusia (SDM) yang terdiri dari Tenaga Kerja. dengan ibuk jujuk selaku pemilik usaha kerupuk ikan bogarasa di kecamatan mandau kabupaten bengkalis pada hari sabtu tanggal 13 Febuari 2021 jam 09:47 Wib.

> *"Untuk tenaga kerja yang bekerja dengan saya yaitu dari keluarga saya sendiri dan ibu-ibu yang ada di daerah sini. Kalau dari luar takutnya kita tidak bisa menetapkan gaji untuk mereka. dan Kemampuan usaha kita pun terbatas dalam penggunaan teknologinya."*

Adapun tenaga kerja yang ikut serta dalam usaha kerupuk ikan bogarasa adalah merupakan bagian dari keluarga pemilik usaha itu sendiri karena tidak ada penetapan pekerja sesuai bidang yang harus ditekuni oleh para kerja, siapa saja boleh masuk membantu dan tidak ada penetapan sistem gaji karyawan dari pemilik usaha, jika pendapatan memungkinkan lebih maka pekerja akan mendapatkan upah yang lebih juga namun perhitungan tetap tentang pembagian hasil tidak ada.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi penghambat usaha kerupuk ikan bogarasa yaitu tidak mennetapkan ketentuan mengenai tenaga ahli dalam usaha kerupuk ikan bogarasa hal ini disebabkan pemilik takut tidak mampu membayar gaji karyawan dan ragu dengan pendapatan penjualan kerupuk ikan bogarasa miliknya sehingga tidak ada pekerja yang menekuni suatu bidang tertentu. Sementara menurut Melayu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SP Hasibuan, upah adalah balas jasa yang dibayarkan kepada para pekerja harian dengan berpedoman atau perjanjian yang disepakati membayarnya.

b. Aspek Pemasaran

Aspek Pemasaran adalah proses penentuan pemasaran, pengantisipasian, Penciptaan, dan pemenuhan keinginan Dalam kebutuhan pelanggan atas produk atau jasa.

Berikut merupakan bagian dari wawancara peneliti dengan pemilik usaha kerupuk ikan Bogarasa di Kecamatan Mandau Ibu Jujuk di Kelurahan Babussalam pada Sabtu 13 Februari 2021 09:47 WIB Terkait sumber pemasaran.

> *"Untuk merk khusus kami sudah membuatnya sendiri, yang dari awal usaha ini di jalankan itulah yang saya gunakan hingga saat ini, baik itu mengenai nama produk maupun informasi lain tentang produk yang ada pada kemasan. Lagi pula jika pembelinya dari masyarakat sekitar kita menjual dalam bungkusan biasa. Dan untuk kualitas kerupuk ikan bogarasa kita cukup baik. Bahan baku menggunakan bahan yang halal dan sehat. Dan untuk sesuai permintaan kita melakukan proses produksi sekali 3 hari, sehingga kita selalu ada stok untuk hari-hari berikut nya, terutama bahan baku ikan, dan tepung kita selalu menyediakan stok bahan baku agar tidak kehabisan bahan baku.*

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Untuk aspek pemasaran pertama untuk kualitas kerupuk ikan bogarasa pengusaha kerupuk ikan bogarasa dikecamatan manadau cukup baik, bahan baku terbuat dari bahan yang halal dan sehat, karena ada pengusaha dari daerah lain yang menggunakan bahan baku yang tidak baik untuk kesehatanseperti menggunakan bahan pengawet. Dan untuk sesuai permintaan pengusaha ini melakukan proses produksi sekali tiga hari, sehingga pengusaha mempunyai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

stok yang ada untuk hari-hari berikutnya. Hal ini dilakukan agar setiap hari pengusaha mampu mencukupi kebutuhan konsumen dan kepercayaan.

c. Aspek Produksi

Aspek Produksi adalah Aktivitas-aktivitas produksi merupakan gambaran bagian terbesar dari sumber daya manusia dan modal suatu organisasi. Penelitian dan pengembangan secara spesifik juga mempengaruhi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perusahaan yang sedang menerapkan strategi.

Berikut merupakan bagian dari wawancara peneliti dengan pemilik usaha kerupuk ikan bogarasa kecamatan mandau ibu Jujuk dikelurahan Babussalam pada hari sabtu 13 febuari 2021 jam 09:47 Wib terkait aspek produksi.

> *"kalau untuk bahan baku saya membeli langsung di pasar dan terkadang ada pesan langsung dikilang-kilang terdekat karena terbiasa dari awal usaha kerupuk ikan ini dijalani beli disana jadi sampai sekarangpun tetap tidak ada perubahan tempat. Lagipun harga yang sudah berlangganan pastinya beda dari orang-orang yang lainnya."*

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat dengan jelas bahwa bahan baku untuk usaha kerupuk ikan ini dibeli secara langsung oleh pemilik usaha disalah satu kilang terdekat, dengan adanya kilang terdekat tidak membuat para pemilik usaha kesulitan dalam mendapatkan bahan baku, bahkan bisa dibeli dengan harga yang lebih murah dari pasarannya karena sudah menjadi langganan jadi tidak perlu mengkhawatirkan produk dan memenuhi kebutuhan pembeli.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

d. Aspek Manajemen Keuangan

Aspek Manajemen Keuangan adalah kondisi keuangan sering kali dipertimbangkan sebagai ukuran yang terbaik kekuatan atau posisi persaingan perusahaan dan daya tarik utama bagi para investor.

Berdasarkan wawancara penulis degan pemilik usaha kerupuk ikan bogarasa ibuk jujuk dikecamatan mandau kabupaten bengkalis pada hari sabtu tanggal 13 Febuari 2021 jam 09:47 Wib.

> *" Untuk bantuan modal terutama berupa uang itu tidak ada, karena Untuk membangun usaha kerupuk ikan Bogarasa ini saya memakai uang saya sendiri. Awalnya membangun/mengembangkan usaha kecil-kecilan saja hingga lama kelamaan usaha ini makin berkembang. Kalau manajemen pembukuan selama ini kami belum sepenuhnya menggunakannya, karena sistem yang kami jalani selama ini saling percaya saja berapa yang terjual itulah hasilya tidak ada perhitungan naik atau turunnya penjualan yang terpenting usaha tetap berjalan."*

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Untuk aspek permodalan pertama sumber modal usaha mengeluarkan modal dari dana pribadi pemilik usaha itu sendiri. Menurut Firnanti (2011) Mengatakan bahwa pemilik usaha yang menggunakan dana internal atau dana sendiri, maka akan timbul opportunity cost dari dana atau modal yang tinggi, yang selanjutnya dapat berakibat pada rendahnya profitabilitas perusahaan.

Dan manajemen pembukuan usaha kerupuk ikan bogarasa sudah menggunakan sistem pembukuan tetapi belum sepenuhnya menggunakan manajemen pembukuan Sehingga usaha yang dijalani tidak mengetahui riwayat modal dan berapa keuntungan setiap kali produksi. Hal ini tidak sesuai dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan hal yang mengenai material dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

krusial, Yaitu uang, pasti dan harus dicatat dalam bentuk laporan keuangan (Ryan Arifiyansyah &Miyosi Margi Utami, 2012)

B. Analisis Swot

Dari data yang penulis dapatkan maka dapat penulis analis sebagai berikut :

Tabel 5.1. Swot Analisis

No	Kekuatan	No	Kelemahan
1 2 3	Unggul bersaing dengan produk daerah yang lain Dapat memenuhi selera konsumen Harga murah	1 2 3 4	Keterbatasan tenaga kerja Pendidikan yang kurang Manajemen keuangan yang sangat kurang Pemasaran kurang maksimal
	Peluang		**Ancaman**
1	Banyak daerah yang belum terjangkau	1 2	Keterbatasan bahan baku Persaingan industri

Sumber Data: Data Penelitian 2021

Dari SWOT analisis di atas dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. *Srtenghts* (Kekuatan) dari kerupuk ikan Bogarasa
   a) Unggul bersaing dengan produk daerah lain :Terbukti di daerah yang dimasuki kerupuk ikan dari jalan soebrantas ladang tengah ini yang sebelumnya terdapat produk serupa, maka para konsumen beralih ke produk dari jalan soebrantas Ladang tengah
   b) Dapat memenuhi selera konsumen sesuai dengan pesanan : Mereka siap mengantarkan pesanan langsung ke pelanggan mereka.
   c) Harga murah: mereka memberikan harga murah dibanding pesaing, yaitu Rp. 5.000 – Rp. 10.000 untuk Kedai serta Rp. 4.000–Rp. 9.000 untuk konsumen langsung.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. *Weaknesses* (Kelemahan) dari kerupuk ikan bogarasa

   1) Keterbatasan tenaga kerja: Dalam memproduksi kerupuk ikan masih mengandalkan tenaga keluarga sendiri dan saudara sendiri, hingga mereka hanya mampu memproduksi kerupuk sebanyak 800 bungkus kerupuk dalam sehari. Juga proses produksi yang tidak tersruktur sangat menggangu dan memperlambat proses produksi.
   2) Pendidikan yang kurang: Karena kurang pemahaman tentang arti penting pendidikan mereka Lulus Sekolah dasar.
   3) Manajemen keuangan yang sangat kurang : Usaha kerupuk ikan ini sudah memakai sistem manajemen Pembukuan tetapi mereka belum sepenuhnya memakai manajemen pembukuan sehingga mereka tidak tahu apakah hasil penjualan mereka untung atau rugi.
   4) Pemasaran yang kurang maksimal: mereka menjual serta memasarkan kerupuk secara sendiri-sendiri menggunakan metode penjualan yang biasa saja yang dilakukan seperti pedagang eceran keliling pada umumnya juga menawarkan ke kedai-kedai yang mereka kenal saja.

3. *Opportunities* (Peluang) dari kerupuk ikan bogarasa

   1) Masih banyak daerah yang belum terjangkau : Sampai saat ini daerah pemasaran kerupuk ikan bogarasa masih sekitar jalan soebrantas Ladang Tengah, Kecamatan Mandau.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. *Threats* (Ancaman) dari Kerupuk Ikan Bogarasa

1) Keterbatasan bahan baku.: Bahan baku utama pembuatan kerupuk adalah ikan, dikarena kan harus dipesan terdahulu baik dari dalam kota maupun dari luar kota. seharusnnya di penuhi.
2) Persaingan indusri: Tidak hanya dari jalan kayangan saja yang mengancam minat konsumen, namun kerupuk ikan di Ladang Tengah sendiri juga bersaing dalam mencukupi pesanan konsumen.

Setelah diketahui kelemahan dari usaha kecil Kerupuk Ikan Bogarasa Untuk mengatasinya maka :

1) Dengan kondisi keterbatasan tenaga kerja yang dipakai maka seharusnya dapat memanfaatkan alat yang digunakan. Pemilik seharusnya bisa dan mau untuk menggunakan alat yang lebih efektif dalam memproduksi kerupuk ikan, yakni mesin yang lebih modern. Juga alat distribusi harus ikut modernisasi dengan menggunakan sepeda motor dan Mobil agar distribusi kerupuk lebih cepat sampai tujuan. Ketika memasarkan ke tempat yang baru pemilik harus lebih kreatif seperti meninggalkan kartu nama serta mempromosikan produknya melalui internet.
2) Untuk masalah kualitas Sumber Daya Manusia yang kurang, cara mengatasinnya dengan pelatihan-pelatihan khusus untuk pengelolaan usaha kecil yang meliputi perencanaan dan pengorganisasian.
3) Pemilik harus lebih termotivasi dengan usaha yang ditekuni saat ini sehinga konsentrasi usaha kecil home industri kerupuk ikan dapat terfokus dan mampu mengembangkan usahanya dengan maksimal.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4) Selama ini usaha yang sudah berjalan puluhan tahun belum ada perhatian dari pemerintah. Dalam permasalahan modal, solusi terbaik dari pemerintah yakni pemberian hibah santunan modal kepada para pengrajin.

Hasil Observasil yang penulis dapatkan dari pemilik usaha kerupuk ikan bogarasa yaitu ibu Jujuk. Usaha kerupuk ikan bogarasa ini memiliki para pekerja yang terdiri pemilik usaha, proses produksi dan Penjualan yang masing-masing memiliki tugas dan wewenang. Kerupuk ikan bogarasa memiliki letak yang strategis dan pelanggan yang datang ke usaha tersebut merasa puas dengan produk yang dijual. Faktor internal dalam pengembangan usaha kecil home industri, antara lain: Modal usaha yang kurang, pemasaran yang belum maksimal, manajemen usaha yang belum bagus, dan SDM yang kurang trampil. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu : Pendanaan usaha kecil, Hibah bantuan modal dari pemerintah.

Dengan kata lain, hipotesis pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha kerupuk ikan bogarasa tersebut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang penulis lakukan mengenai strategi pengembangan usaha kerupuk ikan bogaras di Kecamatan Mandau maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1) Keterbatasan tenaga kerja : Dalam memproduksi kerupuk ikan masih mengandalkan tenaga keluarga sendiri dan saudara sendiri, hingga mereka hanya mampu memproduksi kerupuk sebanyak 800 bungkus kerupuk dalam sehari. Juga proses produksi yang tidak tersruktur sangat menggangu dan memperlambat proses produksi.
2) Pendidikan yang kurang : Karena kurang pemahaman tentang arti penting pendidikan mereka Lulus Sekolah dasar.
3) Manajemen keuangan yang sangat kurang : Usaha kerupuk ikan ini sudah memakai sistem manajemen Pembukuan tetapi mereka belum sepenuhnya memakai manajemen pembukuan sehingga mereka tidak tahu apakah hasil penjualan mereka untung atau rugi.
4) Pemasaran yang kurang maksimal : mereka menjual serta memasarkan kerupuk secara sendiri-sendiri menggunakan metode penjualan yang biasa saja yang dilakukan seperti pedagang eceran keliling pada umumnya juga menawarkan ke kedai-kedai yang mereka kenal saja.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5) Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan penelitian di kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran untuk mengatasi kelemahan (weaknesses) pelaku usaha kecil home industrikerupuk ikan bogarasa dikecamatan mandau, maka yang harus dilakukan adalah :

1) Keterbatasan tenaga kerja dapat disiasati dengan alat-alat yang lebih moderen mulai produksi - distribusi - pemasaran sehingga akan lebih efektif dan efisien.
2) SDM yang kurang trampil diberi pelatihan khusus untuk pengelolaan usaha kecil yang meliputi perencanaan dan pengorganisasian yang mendorong produktifitas.
3) Harus lebih termotivasi dengan usaha yang ditekuni sehingga mereka dapat memfokuskan diri untuk mengembangkan usahanya dengan maksimal.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Mulyono, 2008. Manajemen Administrasi & Organisasi Pendiidkan. Ar.ruzz. Media.Yogjakarta

Alma. Buchari. *Pengantar Bisnis, Alfabeta*, Bandung, 1998

Fuad, M dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia

Lupiyoadi, Ramba. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Hasibuan, Melayu SP.2016. Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah. Jakarta:Bumi Aksara

Kotler, Philip, AB Susanto, 2001, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta

———. 2004. Manajemen Pemasaran (Alih Bahasa: Benyamin Molan). Jakarta: Jilid 1 dan 2 Eedisi Sembilan.

Hunger, J. David and Thomas L Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

David, F R. 2004 *Manajemen Strategis Konsep-konsep*. Pt. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Teguh. Budiarto. *Dasar Pemasaran*, Gunadarma, Jakarta, 1993

Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, jilid 2, perhalindo, Jakarta

Robbin Stephan P., 2006. *Perilaku Organisasi*. Jakarta. Indeks

Sunyoto, Danang, 2014. *Dasar-dasar manajemen*. yogyakarta. Penerbit Caps

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketiga, Bandung: Alfabeta

———— . 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketiga, Bandung: alfabeta

Solihin, Ismail, 2009. Pengantar Manajemen, Pt.Gelora Aksara Pratama, Erlangga

Dr. Enny Radjab, M.A. 2017. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Pertama, Universitas Muhammadiyah Makasar

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dr. Candra Wijaya M,.d. (2016). Dasar-dasar manajemen Mengoptimalkan pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien. Medan: PerdanaMulya Sarana

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta: CV Andi Offset

Hamaizar, Zaharuddin. 2006. *Menggali Potensi Wirausaha*. Bekasi: CV. Dian Anugrah

Siagian, Sondang P. 2009. *Teori Pengembangan Organisasi*.Jakarta: Bumi Aksara

———————. 2006. Fisafat *Adminstrasi*. Jakarta *:* Liberty

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Penerbit CV. Alfabeta: Bandung

Sugiyono.2017. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Penerbit Alfabeta: Bandung

Drs. Syahrum dan Drs. Salim, M.Pd. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Penerbit Citapustaka Media. Bandung

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*Bandung: Alfabeta.

Sudaryono Dr. 2017. *Metode Penelitian*. Depok, Pt. Raja Grafindo Persada

Zulkifli, dkk. 2013. *Buku Pedoman Penelitian Usulan Penelitian, Skripsi dan Kertas Kerja Mahasiswa.* Edisi Revisi 2013. Pekanbaru: Fisipol UIR

Dokumentasi

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2003 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 dan Pasal 6 Terdapat Kriteria Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Sumber Jurnal

Verawati, Winda. 2018. Analisis Kinerja Pelayanan Koperasi Kepada Anggota Dan Strategi Pengembangannya (Studi Kasus KUD usaha Bersama Di Kabupaten Bengkalis. Lampung. Fakultas Pertanian

Rifa'i, Achmad. 2019. Strategi Pengembangan Usaha Industri Gula Merah Tebu di Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur. Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

Afridhal, Muhammad. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Rotti Tanjong DiKecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. Fakultas Pertanian, Universitas Almuslim

Isnaini, Resmiwat. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Di Kabupaten Aceh Tenggara. Fakultas Ekonomi.

Maemonah, Siti. 2015. Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren Di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. Semarang. Fakultas Ekonomi.

Nurafiati, Siti. 2019. Strategi Pengembangan Usaha Cendol Sagu Kering DiKecamatan Merbau Kabupaten Meranti Provinsi Riau. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau

Zuri,Saifuddin. 2013. Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :