

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

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGEMBANGAN USAHA
KECIL
MENENGAH (UKM)
(Studi Kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan
Tambang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyusunan Skripsi
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



SITI FATIMAH

NPM : 167210872

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
PEKANBARU**

2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Siti Fatimah
NPM : 167210872
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Usulan Penelitian : Analisis Faktor-faktor Pengembangan Usaha Kecil Menengah
UKM (Studi Kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung
Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar)

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administrative dan akademis, oleh karna itu dapat disahkan sebagai Karya Ilmiah

Pekanbaru 27 Januari 2021

Ketua

La Ode Syarfan, SE., M.Si

Sekretaris

Rosmita, S.Sos., M.Si

Anggota

Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si

Menyetujui

Wakil Dekan I

Indra Safri, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Fatimah
NPM : 167210872
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Usulan Penelitian : Analisis Faktor-faktor Pengembangan Usaha Kecil Menengah
UKM (Studi Kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung
Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar)

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administrative dan akademis, oleh karna itu dapat disahkan sebagai Karya Ilmiah

Pekanbaru 27 Januari 2021

Ketua

La Ode Syarfan, SE., M.Si

Sekretaris

Rosnita, S.Sos., M.Si

Turut Menyetujui

Wakil Dekan I

Indra Safri, S.Sos., M.Si

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Ketua

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

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Puji syukur kepada Allah SWT karena berkat, rahmat dan hidayah nya, penulis dapat menyelesaikan naskah skripsi ini dengan baik dan lancar. Semoga ilmu yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat terutama bagi penulis dan masyarakat, maupun negara. Dan diridhoen Allah SWT. Shalawat beriringkan salam tak lupa penulis lafaskan kepada Junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W dengan ucapan Allahuma Sholli'ala sayyidina Muhammad Waala Ali Sayyidina Muhammad, mudah-mudahan kita mendapat syafaatnya diyaumil mashar nanti.

Naskah Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S-1) Pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, dengan judul

“ analisis faktor-faktor pengembangan usaha kecil menengah (ukm) (Studi Kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang) “

Penulis menyadari bahwa Naskah Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan. Baik dari segi bahasa, penulisan dan sebagainya. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran perbaikan dari berbagai pihak demi kesempurnaannya naskah skripsi ini.

Dalam Penyusunan naskah skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan naskah skripsi ini dapat terselesaikan . Untuk itu, penulis sampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., MCL yang menyediakan fasilitas dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau. Karena selalu mendukung dan menjadi motivator saya dalam menyelesaikan studi dengan tepat waktu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Bapak Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memfasilitasi serta menularkan ilmu pengetahuan setelah memperluas wawasan dan sangat membantu peneliti dalam penyusunan penelitian.
4. Bapak La Ode Syarfan, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang tak henti-hentinya memberikan motivasi dan arahan sehingga bisa menyelesaikan Skripsi ini dapat diselesaikan pada waktunya.
5. Bapak/Ibu Dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Islam Riau.
6. Seluruh Staf karyawan atau Tata Usaha Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis menyelesaikan

administrasi surat menyurat dan keperluan penulis yang berhubungan dengan penyelesaian naskah skripsi ini.

7. Pemilik kedai Lopek Bugi Bu Rina yang telah bersedia memberikan data awal sebagai bahan penyusunan Skripsi ini.
8. Kepada Ibunda dan kakak serta abang atas do'a dan motivasi yang selalu diberikan tiada henti-hentinya yang tak ternilai harganya dan tak akan terbalas kan jasanya, bagi penulis . Penulis ucapkan terimakasih atas semua yang telah Ibu Berikan, Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, selalu dalam lindungan Allah, kesehatan dan panjang umur.
9. Kepada Sahabatku yang sangat aku sayangi. Gian, Amalia, Desi, Widia, Sri, Uli yang telah selalu memberikan motivasi dan dukungan semangat kepada penulis agar bisa menyelesaikan Skripsi ini.
10. Kepada teman- teman seangkatan 2016 yang sama –sama menggali ilmu di prodi Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungannya, Terimakasih atas kebersamaannya, perjuangan dan kenangan yang tidak terlupakan.

Semoga Allah SWT selalu menyertai pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini. Naskah Skripsi ini penulis sadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan , oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat positif diharapkan dari semua pihak yang telah membaca Skripsi ini untuk kesempurnaan Penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis tulis dapat

berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta bagi Nusa,Bangsa dan Agama.

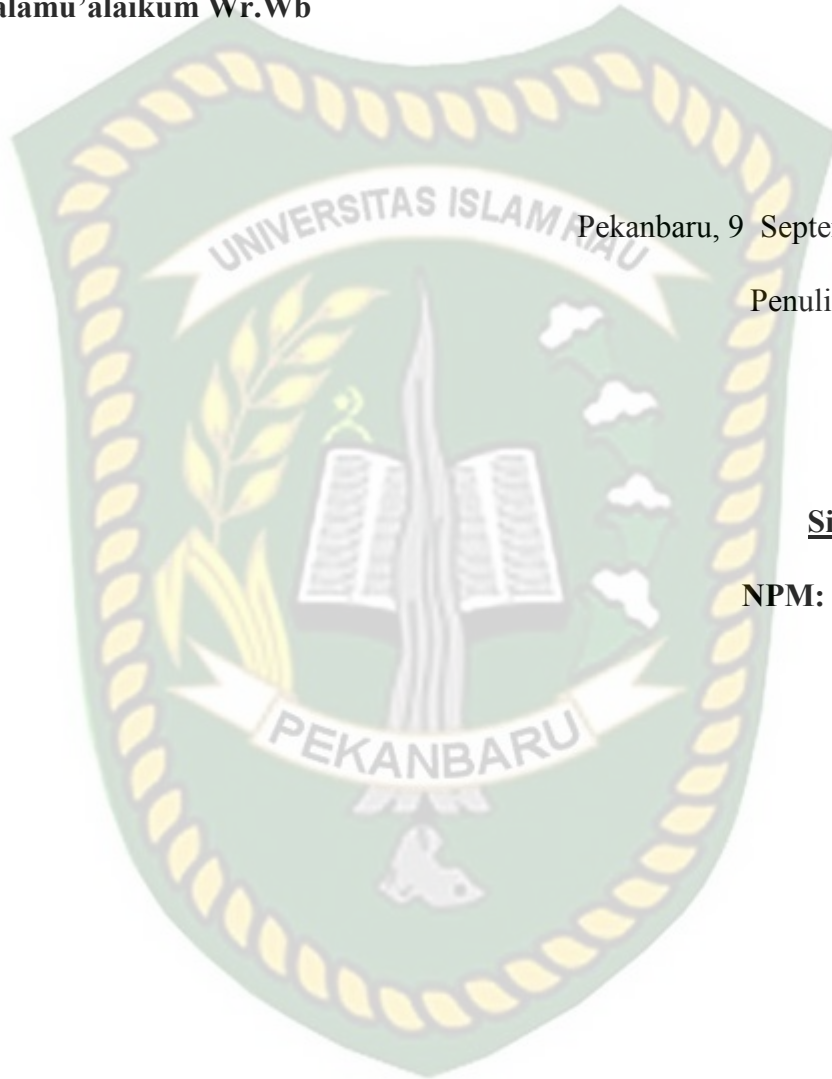
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 9 September 2020

Penulis

Siti Fatimah

NPM: 167210872



DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	12
A. Studi Kepustakaan.....	12
1. Konsep Administrasi.....	12
2. Konsep Organisasi	14
3. Pengembangan Usaha	16
4. Tahapan Pengembangan Usaha.....	20
5. Teknik Pengembangan Usaha	21
6. Manajemen Pemasaran.....	24
7. Usaha Kecil Menengah	25
8. Usaha Mikro Kecil Menengah	26
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pikir	33
D. Konsep Operasional	34
E. Operasional Variabel.....	36

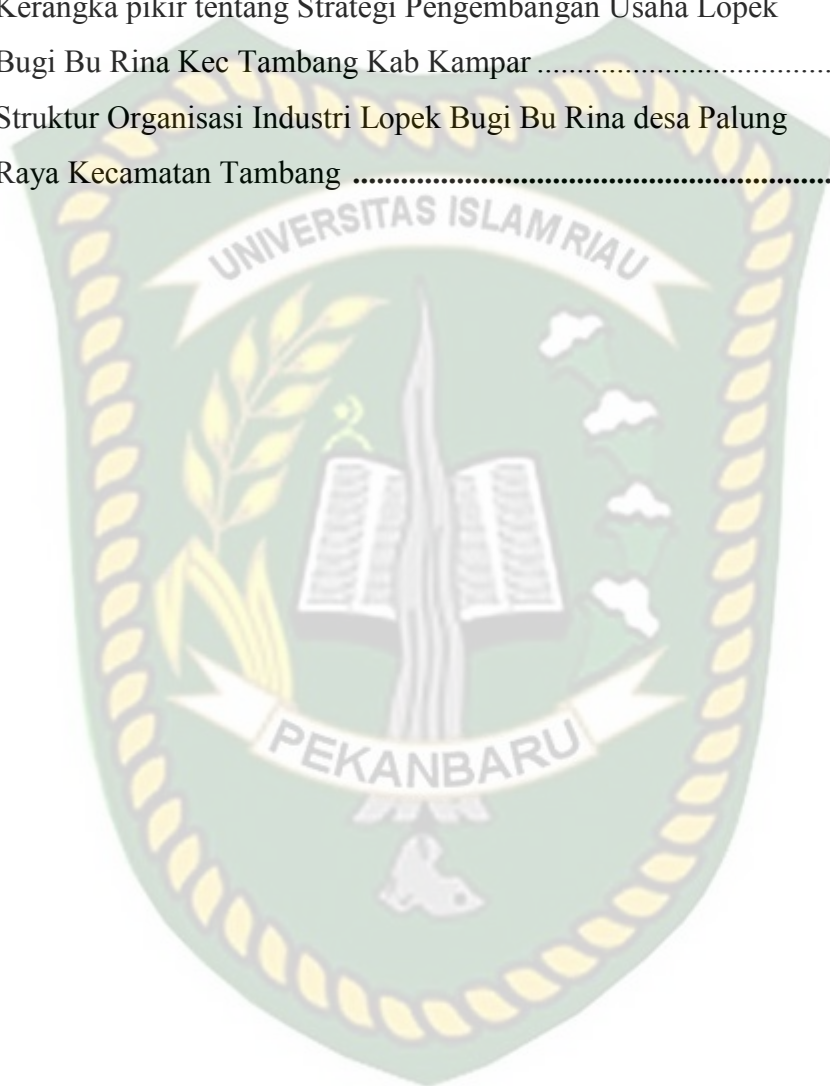
BAB III : METODE PENELITIAN.....	37
A. Tipe Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Teknik Penarikan Sampel.....	39
E. Jenis dan Sumber Data	39
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	42
A. Sejarah Singkat	42
B. Struktur Organisasi	45
C. Fungsi Dan Tugas Organisasi	47
D. Aktivitas Industri.....	48
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Identitas key informan dan informan	49
B. Analisis Pengembangan Usaha Lopek Bugi Bu Rina	50
1. Aspek Permodalan	51
2. Aspek Produksi	53
3. Aspek Pemasaran	55
4. Aspek Kewirausahaan.....	59
BAB VI : PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR KEPUSTAKAAN	65
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Tabel bahan baku yang digunakan oleh Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang kabupaten Kampar	5
1.2 Daftar Jumlah modal dan tenaga kerja yang ada di usaha Lopek Bugi Bu Rina	7
1.3 Daftar harga jual produk yang terdapat di industri Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.....	8
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	32
2.2 Tabel operasional variabel Penelitian Strategi Pengembangan Usaha Lopek Bugi Bu Rina Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar	38
3.1 Tabel populasi dan sampel penelitian di industri lopek Bugi Bu Rina Kec Tambang Kabupaten Kampar.....	40
5.1 Tabel jumlah key informan dan informan dalam usaha lopek bugi bu Rina	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.1 Kerangka pikir tentang Strategi Pengembangan Usaha Lopek Bugi Bu Rina Kec Tambang Kab Kampar	35
IV.1 Struktur Organisasi Industri Lopek Bugi Bu Rina desa Palung Raya Kecamatan Tambang	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Daftar wawancara untuk responden pemilik usaha tentang analisis faktor- faktor pengembangan usaha pada usaha Lopek Bugi Bu Rina..... 68
2. Daftar pertanyaan wawancara untuk pemilik usaha lopek bugi bu Rina tentang analisis faktor-faktor Pengembangan usaha lopek bugi bu Rina 70
3. Jawaban responden tentang analisis faktor-faktor pengembangan usaha lopek bugi bu Rina 73
4. Foto Dokumentasi hasil obeservasi penelitian analisis faktor-faktor pengembangan usah lopek bugi Bu Rina..... 78
5. SK Dekan Fisipol UIR No1306/UIR-Fs/Kpts/2020
6. Surat Rekomendasi No. 503/DPMPTSP/NON IZIN RISET/34386 dari Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu.....
7. Surat keterangan lulus plagiasi Skripsi No.10338 A_UIR/5-FS/2020 Dari Fakultas FISIPOL
8. Surat balasan dari tempat penelitian usaha Lopek bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang perihal izin penelitian

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian Usulan Penelitian yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Fatimah
NPM : 167210872
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Usulan Penelitian : Analisis Faktor- faktor Pengembangan Usaha Kecil Menengah UKM (Studi Kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar)

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

1. Bahwa naskah Usulan Penelitian ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa apabila dikemudian dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 atau 2 tersebut diatas maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian usulan penelitian yang telah saya ikuti secara sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara Republik Indonesia.

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

Pekanbaru, 28 Desember 2020

Pelaku pernyataan

Siti Fatimah

**ANALISIS FAKTOR- FAKTOR PENGEMBANGAN USAHA KACIL
MENENGAH UKM (Studi Kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung
Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar)**

**ABSTRAK
SITI FATIMAH**

Lopek bugi adalah makanan khas tradisional kabupaten kampar yang terbuat dari tepung ketan, santan, kelapa parut, gula pasir dan dibungkus dengan daun pisang. Penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian Deskriptif dengan metode Kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara. Lokasi penelitian ini yaitu di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor- Faktor Pengembangan Usaha pada Lopek Bugi Bu Rina. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa fenomena yang telah terjadi di lapangan pada usaha Lopek Bugi Bu Rina yaitu terjadinya penurunan produksi setiap tahunnya, juga terjadi pengurangan tenaga kerja, dan keterbatasan dalam pemasaran.

Kata Kunci : Faktor-faktor Pengembangan, Usaha kecil menengah (UKM), makanan tradisional

***ANALYSIS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT
FACTORS
(Case Study at Lopek Bu Rina, Palung Raya Village, Tambang District,
Kampar Regency)***

***ABSTRACT
SITI FATIMAH***

Lopek bugi is a traditional food of Kampar district made from glutinous rice flour, coconut milk, grated coconut, sugar and wrapped in banana leaves. This study the authors use descriptive research type with qualitative methods and data collection through interviews. The location of this research is Palung Raya Village, Tambang District, Kampar Regency. The purpose of this study was to determine the Business Development factors at Lopek Bugi Bu Rina. Based on the results of the research, it was found that several phenomena that have occurred in the Lopek Bugi Bu Rina business are a decrease in production every year, a reduction in labor and limitations in marketing.

Keywords : Development factors, small and medium enterprises (SME), traditional food

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha semakin hari semakin ketat, kondisi tersebut membuat suatu perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaannya agar dapat bertahan dan terus berkembang di tengah ketatnya persaingan usaha, maka dari itu perusahaan perlu mengembangkan suatu strategi yang pas agar perusahaannya dapat bertahan dengan eksistensinya dan bisa memperbaiki kinerja perusahaannya.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ialah salah satu bagian terpenting dari perekonomian. Contohnya industri makanan, ini adalah bidang usaha yang sangat berkembang terutama di Kabupaten Kampar. Salah satunya industri usaha kecil dan menengah (UKM) yaitu Lopek Bugi Bu Rina yang beralamat di Jl. Raya pekanbaru- Bangkinang Desa Palung Raya Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar adalah sebuah toko kuliner khas Kabupaten Kampar yang telah berdiri sejak 9 tahun yang lalu.

Dapat berkembangnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tersebut karena adanya visi dan misi Kabupaten Kampar ialah menjadikan sikap dan kondisi masyarakat Kabupaten Kampar yang bisa memenuhi kebutuhan untuk lebih maju dalam mempercayakan kemampuan mengelola segala potensi sumber daya yang ada dalam pembangunan perekonomiannya dan juga memeperluas ekonomi kerakyatan berbentuk bisnis kuliner, industri dan juga meningkatkan budaya lokal.

Dalam dunia bisnis sekarang ini persaingannya semakin ketat. Masing-masing perusahaan baik yang besar maupun kecil harus memperlihatkan keunggulan di berbagai produknya agar bisa menarik konsumennya. Kepuasan konsumen amatlah penting, dikarenakan tanpa ada konsumen, perusahaan khususnya usaha kuliner akan kehilangan pendapatannya yang berdampak pada bangkrutnya usaha tersebut. Dalam meraih tujuan dari setiap perusahaan yang berkompetisi tidaklah mudah, dibutuhkan strategi-strategi khusus untuk memenangi persaingannya.

Strategi bisnis ialah sebarang strategi yang dipakai dalam mencapai keinginan sebuah perusahaan. Strategi bisnis digunakan perusahaannya agar mendapatkan keunggulan kompetitif pada lingkungan persaingan tersebut. Sejalan dalam berkembangnya teknologi, Strategi Bisnis sekarang juga menghadapi perkembangannya. Pemakaian teknologi dalam sistem bisnis menjadi sebuah dorongan dalam Strategi Bisnis. Agar memahami Strategi Bisnis sebuah perusahaan kita bisa mengetahui bagaimana sebuah perusahaan mampu bertahan dan berkembang kedepannya. Strategi Bisnis yang pas bisa membawa perusahaannya menuju kejayaan dan juga sebaliknya jika Strategi bisnis yang salah bisa membuat keruntuhan pada perusahaannya.

Dalam bisnis kuliner harus meningkatkan kekuatan yang ada dalam usaha tersebut salah satunya ialah dengan cara memberikan kualitas terbaik pada tiap produk yang dipasarkan. Selain faktor kualitas produk, faktor lainnya yang bisa menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk, ialah faktor harga. Tidak bisa dipungkiri, bila konsumen sudah tertarik pada sebuah produk, hal yang

menjadi pertimbangan konsumen berikutnya ialah harga. Konsumen juga akan mempertimbangkan keuntungan apa yang akan didapatinya bila ia membeli barang tersebut, biasanya konsumen akan lebih tertarik jika perusahaannya sedang membuat harga promosi pada barang yang di jualnya.

Perusahaan dalam usahanya juga harus mempersiapkan lokasi yang pas, dalam menetapkan lokasi perusahaan harus lebih hati-hati karena lokasi memiliki peran untuk mensukseskan strategi perusahaannya. Dengan demikian, berbagai alternatif strategi memang harus disiapkan dan dipikirkan secara matang-matang oleh perusahaannya agar bisa mengantisipasi perusahaannya kedepan, mengingat persaingan bisnis yang semakin ketat.

Usaha kuliner di Lopek Bugi Bu rina telah banyak di kenal orang, Bisnisnya terus berkembang dan Lopek Bugi Bu Rina merupakan usaha yang bergerak pada penjualan makanan Khas Kabupaten Kampar. Sehingga, seperti menjadi syarat wajib mampir ke Lopek Bugi Bu Rina bagi orang-orang yang lewat Jl Raya Pekanbaru-Bangkinang. Lokasinya yang strategis dan tempatnya yang cukup luas dan didominasi warna hijau menggambarkan adanya kesesuaian dengan warna makanan khas kabupaten kampar yaitu Lopek Bugi tersebut, sehingga membuat pengunjung merasa nyaman menikmati Lopek bugi.

Lopek bugi itu ialah salah satu makanan khas melayu kampar yang ada di Kabupaten Kampar, seperti di desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar yang mempunyai beberapa usaha lopek bugi yang berjejer dipinggir jalan lintas Pekanbaru-Bangkinang. Lopek bugi yang diproduksi di daerah ini sudah dikenal oleh beberapa daerah, lopek bugi biasanya hanya diproduksi atau dibuat di

hari-hari perayaan besar agama dan kebudayaan seperti acara balimau bakasai, hari jadi kabupaten Kampar dan perayaan lainnya. Tetapi , sekarang lopek bugi diproduksi setiap hari. Bukan hanya lopek bugi saja tapi juga ada makanan khas lainnya seperti kue jalo, leman panggang, kue talam dan kue pelito daun dan sebagainya.

Walaupun banyaknya pesaing bisnis serupa seperti, Lopek bugi bu Elis, lopek bugi bu Er, lopek bugi daun pisang, lopek bugi Nanda dan lainnya sebagainya, tetapi Lopek Bugi Bu Rina masih diminati oleh banyak pelanggan dari daerah bangkinang maupun luar kota pekanbaru. Oleh karena itu, Lopek Bugi Bu Rina dituntut memberikan cita rasa yg khas dan enak untuk pelanggannya, Kalau kita ke Kabupaten Kampar dan berkunjung, ingin mencicipi makanan Khas Kampar, tidak lengkap rasanya kalau tidak mampir kedai Lopek Bugi Bu Rina.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, peneliti mendapati ada beberapa aspek yang dilakukan dalam manajemen usaha yaitu manajemen dalam bidang keuangan, manajemen dalam bidang sumberdaya manusia dan manajemen dalam bidang produksi. Dalam manajemen keuangan usaha lopek bugi Bu Rina ini menerapkan manajemen administrasi yang sederhana, ini di dikarenakan terbatasnya pengetahuan. Dalam manajemen bidang sumberdaya manusia, usaha Bu Rina ini menerapkan manajemen dengan cara menumbuhkan rasa kekeluargaan, saling menghargai satu sama lain dan saling bekerja sama dengan menanamkan sikap jujur, disiplin dan bertanggung jawab. Dalam manajemen produksi Bu Rina melakukan proses produksi dalam perubahan bentuk, yang merubah bahan baku menjadi bahan yang siap untuk dikonsumsi oleh

konsumennya, dalam proses produksi ini dilakukan setiap hari. Proses produksi ini diproses dilokasi usaha tersebut, sehingga mudah dalam menjualnya, hasil produksi yang selesai diproduksi akan dikemas dengan sebaik mungkin, agar hasil produksi tidak mudah rusak dan terkontaminasi oleh kotoran, hingga mampu mempertahankan citra perusahaannya, proses produksi dalam usaha lopek bugi asli ibu Rina ini memakai bahan-bahan alami, tanpa memakai bahan pengawet sedikitpun, dan produk yang telah dihasilkan hanya mampu bertahan selama dua hari, namun Bu Rina tidak mau menjual produk yang tidak habis dalam satu hari jual, sehingga produk yang tidak habis di inovasi dengan cara menggoreng produk, sehingga adanya produk lopek bugi goreng. Dalam proses produksi Bu Rina selalu memantau semua kegiatan proses produksinya, sehingga proses produksi berjalan dengan baik dan lancar.

**Tabel 1.1 Bahan Baku yang digunakan oleh Lopek Bugi Bu Rina
Tahun 2014-2019**

No	Tahun	Jumlah Bahan Baku (tepung)	Harga/dus
1	2014	610 dus	Rp. 55.000
2	2015	605 dus	Rp. 75.000
3	2016	600 dus	Rp. 105.000
4	2017	580 dus	Rp. 120.000
5	2018	550 dus	Rp. 135.000
6	2019	300 dus	Rp. 150.000
7	Jumlah	3.245 dus	

Sumber: industri Lopek Bugi Bu Rina 2019

Dilihat dari tabel 1.1 diatas maka dapat kita ketahui bahwa jumlah pembelian bahan baku pada tiap tahun nya menurun dan juga harga bahan bakunya setiap tahun naik, pada 2014 jumla bahan baku sebanyak 610 dus tepung dengan harga/dus Rp. 55.000, tahun 2015 sebanyak 605 dus tepung dengan harga/dus Rp. 75.000, pada tahun 2016 sebanyak 600 dus tepung dengan harga/dus Rp.105.000, kemudian tahun 2017 bahan baku yang digunakan adalah sebanyak 580 dus tepung dengan harga/dus sebesar Rp. 120.000, tahun 2018 menggunakan bahan baku sebanyak 550 dus tepung dengan harga/dus Rp. 135.000, dan pada tahun 2019 bahan baku yang digunakan untuk memproduksi adalah sebanyak 300 dus tepung dengan harga/dus Rp. 150.000. maka dapat disimpulkan bahwa bahan baku yang digunakan oleh lopek bugi Bu Rina pada tiap tahunnya mengalami penurunan namun harga beli perkilonya mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Proses produksi tidak akan tercapai dan terlaksanakan tanpa adanya alat atau faktor-faktor produksi yang digunakan dalam memproduksi suatu barang. Dalam kegiatan produksi diperlukan tempat untuk produksi, alat produksi dan orang yang melakukan produksinya. Benda atau alat yang dipakai dalam pembuatan proses produksi disebut faktor-faktor produksi. Faktor produksi ialah setiap benda dan alat yang dipakai untuk menciptakan, menghasilkan barang atau jasa, alat produksi yg digunakan lopek bugi bu Rina yaitu penggilingan tepung,serta alat pamarut kelapa.

Pada tahun 2014, Industri Lopek Bugi Bu Rina ini memiliki modal awal pertama memulai usaha yaitu hanya Rp.1.000.000,- dan setiap harinya bisa habis ribuan lopek, hingga ditotalkan modal pertahunnya mencapai ratusan juta, karna penjualannya awal tahunnya sangat baik, tapi tahun-tahun seterusnya penjualannya semakin menurun, hingga ditahun 2020 ini menjadi tahun paling menurun akibat pandemi, yang biasanya bisa habis 1000 lopek tiap harinya, sekarang menurun dan kadang hanya habis 400 lopek saja.

Tabel 1.2 Daftar Jumlah Modal dan Tenaga Kerja yang ada di usaha Lopek Bugi Bu Rina Tahun 2014-2019

No	Tahun	Jumlah Modal	Jumlah Tenaga Kerja
1	2014	Rp.140.060.000	6
2	2015	Rp.164.260.000	6
3	2016	Rp.202.010.000	5
4	2017	Rp.239.610.000	4
5	2018	Rp.278.000.000	4
6	2019	RP.213.000.000	3

Sumber: industri Lopek Bugi Bu Rina 2019

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa jumlah modal yang dikeluarkan oleh Lopek Bugi Bu Rina meningkat setiap tahunnya, tapi terjadi pengurangan tenaga kerja dikarenakan penjualan yang menurun setiap tahunnya, Pada tahun 2014 modal yang dikeluarkan oleh bu Rina sebanyak Rp.140.060.000, dengan jumlah tenaga kerja 6 orang, dan pada tahun 2019 sebanyak Rp.213.00.000, dengan jumlah tenaga kerja 3 orang .

Perekonomian Indonesia akan memiliki fundamental yang kuat jika UKM sudah menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional. Oleh karena itu, pengembangan koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah perlu menjadi prioritas utama pembangunan ekonomi nasional dalam jangka panjang.

Tabel 1.3: Daftar Jenis Produk dan Harga Jual Produk yang Terdapat di usaha Lopek Bugi Bu Rina Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

No	Tahun	Produksi/Tahun	HargaJual/kotak
1	2014	610.000 lepat bugi	Rp. 10.000,-
2	2015	605.000 lepat bugi	Rp. 10.000,-
3	2016	600.000 lepat bugi	Rp. 10.000,-
4	2017	580.000 lepat bugi	Rp. 10.000,-
5	2018	550.000 lepat bugi	Rp. 10.000,-
6	2019	300.000 lepat bugi	Rp. 10.000,-

Sumber: Industri Lopek Bugi Bu Rina 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa produksi pertahunnya mengalami penurunan sedangkan harga jual tetap sama, pada tahun 2014 jumlah produksinya sebanyak 610.000 lepek bugi, dengan harga jual Rp.10.000 dan pada tahun 2019 usaha ini memproduksi sebanyak 300.000 lepek bugi dengan harga jual sama dari tahun sebelumnya yakni Rp.10.000 usaha lepek ini memang tidak pernah menaikkan harga meski harga modalnya mengalami kenaikan, mereka hanya memperkecil ukuran lepek bugi tersebut, tanpa harus menaikkan harga jual.

Fenomena yang ditemui peneliti mengenai analisis strategi pengembangan usaha pada Lopek Bugi Bu Rina Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar yaitu:

1. Ketersediaan bahan baku seperti daun pisang yang mempunyai peran penting dalam produksi sedikit sulit untuk didapati oleh industri Lopek Bugi Bu Rina Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar
2. Terjadinya pengurangan tenaga kerja setiap tahunnya
3. Keterbatasannya pemasaran pada lopek bugi bu Rina
4. Terjadinya penurunan dalam produksi atau penjualan

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh usaha Lopek Bugi Bu Rina Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dengan demikian topik yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

“Analisis Faktor- faktor Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan, jadi dapat dirumuskan masalah pokok yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu : “Bagaimanakah pengembangan usaha Lopek Bugi Bu Rina kecamatan tambang kabupaten kampar timur”?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengembangan usaha Lopek Bugi Bu Rina kecamatan tambang kabupaten kampar timur.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dipakai sebagai bahan informasi dan data sekunder oleh kalangan akademisnya yang melaksanakan penelitian dalam topik yang sama. Dan hasil penelitian ini juga diharapkan bisa memacu perkembangan ilmu administrasi dalam bidang ilmu pengembangan usaha.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk tambahan informasi dan bahan perbandingan lain dalam bidang ilmu pengembangan usaha

c. Guna Akademis

Yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan Ilmu Administrasi, dan keuangan juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian analisis pengembangan usaha.



Dokumen ini adalah Arsip Mlik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Studi Kepustakaan

1. Konsep Administrasi

Kata administrasi bermula dari negara eropa barat melalui periode penjajahan Belanda di Indonesia. Eropa barat mendapat istilah administrasi ini dari Bangsa Romawi. Administrasi bermula dari kata ad-ministrase yang artinya pertolongan, pemberian jasa, pelayanan jasa dan pengaturan. Pengertian umumnya, administrasi ialah pemberian bantuan, pelaksanaan, pimpinan dan pemerintah. Secara bahasa, administrasi dapat dibedakan dengan dua pengertian yaitu secara sempit dan secara luas.

Administrasi secara sempit berasal dari kata *Administratie* (bahasa Belanda) yaitu meliputi kegiatan catat-mencatat, surat menyurat, pembukuan ringan, ketik-mengetik, agenda dan sebagainya yang bersifat teknis ketatausahaan.

Administrasi dalam arti luas serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam suatu kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Administrasi secara luas dapat disimpulkan pada dasarnya semua mengandung unsur pokok yang sama yaitu adanya kegiatan tertentu, adanya manusia yang melakukan kerja sama serta mencapai tujuan yang telah dilakukan sebelumnya.

Menurut Sondang P Siagian (dalam Syafri 2012:9) menurutnya Administrasi didefenisikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang di dasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Herber A Simon dkk (dalam Syarfri 2012:8) Administrasi dapat diartikan sebagai kegiatan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Waldo (dalam Zulkifli 2009:10) Administrasi yaitu suatu bentuk daya upaya manusia yang kooperatif yang mempunyai tingkat rasionalitas yang tinggi.

Menurut Suganda (2001;35) Administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

The Liang Gie menyatakan bahwa Administrasi adalah segenap rangkaian penyelenggaraan dalam setiap usaha kerja sama kelompok manusia untuk mencapai tujuan tertentu dan selanjutnya selain dari prinsip-prinsip umum Administrasi perlu kita pahami bahwasannya terdapat unsur-unsur Administrasi. Menurut Wirman (2012:11) unsur-unsur administrasi itu memiliki 8 bagian yakni:

- a. Organisasi
- b. Manajemen
- c. Komunikasi
- d. Kepegawaian
- e. Keuangan
- f. Perbekalan
- g. Tata Usaha
- h. dan Hubungan Masyarakat

Henri Fayol (2006) yang sekarang terkenal dan populer dengan sebutan administrasi bisnis ialah bagian dari ilmu-ilmu sosial yang mempelajari proses kerjasama dari dua atau lebih dalam hal mencapai suatu tujuan, merupakan ilmu terfokus pada perilaku manusia. Dalam ilmu administrasi mempunyai objek, subjek, dan metode. Objek dari ilmu administrasi ialah orang dengan perilakunya, subjek yang dipahami ialah suatu atau bagian serta proses kerjasama, dan metode merupakan cara atau pikiran yang dikembangkan untuk mencapai keinginan atau tujuan dari kerjasama itu.

Musselman (2006) berpendapat bahwa administrasi bisnis adalah jumlah keseluruhan aktivitas yang terorganisir dalam bidang perniagaan dan industri. Penyediaan barang dan jasa agar terpenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat.

Dari beberapa pendapat dari para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa Administrasi merupakan suatu proses kerja sama antar dua orang atau lebih yang dilakukan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan atau keinginan yang telah ditentukan di awal.

2. Konsep Organisasi

Jika berbicara masalah administrasi maka tak lupa pula berbicara tentang organisasi. Menurut Robbins (1994;4) organisasi merupakan kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang berkerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.

Dengan melihat organisasi menurut pendekatan proses antara lain tergambar dalam pendapat Massie (dalam Zulkifli 2009:71) organisasi ialah suatu kerja sama sekelompok orang yang membagi tugasnya, diantara para anggota, menetapkan hubungan-hubungan kerja dan menyatajan aktivitas-aktivitasnya kearah pencapaian tujuan bersama.

Menurut Siswanto (2005:73) organisasi dapat didefenisikan sebagai sekelompok orang yang saling berinteraksi dan bekerja sama untuk mereaksisasikan tujuan bersama. Berdasarkan defenisi itu jelas bahwa dalam suatu organisasi minimum mengandung tiga elemn yang saling berhubungan ketiganya ialah:

1. Sekelompok orang
2. Interaksi dan kerja sama, serta
3. Tujuan bersama.

Menurut Buchari Alma (2013 ; 137) Organisasi formal merupakan suatu kerangka pembagian tanggung jawab, pengambilan keputusan, pengelompokkan karyawan dalam departemen tertentu dan terlihat secara jelas garis komando dan pelaksana otoritas, guna mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

Grafin menyebutkan bahwa “Organisasi adalah sekelompok orang yang berkerja sama dalam struktur dan koordinasi tertentu dalam mencapai serangkaian tujuab tertentu” (2008:49)

Siagian (2011:116) memberikan batasan mengenai organisasi yakni mencapai tujuan bersama dan terikat secara formal dalam persekutuan dimana ada pimpinan dan bawahan”

Dapat yang dapat saya simpulkan dari pendapat diatas bahwasannya maksud dari Organisasi yaitu sebuah alat atau wadah yang gunanya mencapai suatu keinginan atau tujuan, yang di dalam ada sekelompok orang yang berkerja untuk keinginan atau tujuan yang sama.

3. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha ialah suatu tanggung jawab dari setiap pemilik usaha atau wirausaha yang memerlukan pandangan kedepan, seperti motivasi dan kretivitas (Anoraga, 2007; 66) bila ini bisa diterapkan oleh setiap pemilik usaha, besar kemungkinan agar bisa menjadikan usaha yang sebelumnya kecil menjadi usaha yang menengah dan juga bisa menjadi sebuah usaha besar.

Kegiatan bisnis bisa dimulai dari merintis usaha (*strating*), menciptakan kerjasama atau dengan membeli usaha orang lain yang biasa lebih dikenal dengan *franchising*. Tetapi yang perlu dilihat ialah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Oleh karna itu, diperlukan suatu pengembangan dalam memperbesar dan mempertahankan bisnis tersebut supaya dapat berjalan dengan baik. Dalam melaksanakan pengembangan bisnis diperlukan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lainnya (Anoraga, 2007;67)

Menurut Anoraga (2007; 129) adapun indikator-indikator pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

- a. Kemampuan modal (*Finansial*)
- b. Strategi pengembangan usaha (*Business development*)
- c. Potensi sumber daya manusia (*Human Resources*)

d. Kemampuan pengelolaan (*Management Capabilities*)

Menurut Masiyah Kholmi (2003;212) 4 aspek yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) ialah sebagai berikut:

1. Aspek Permodalan

Dalam aspek ini sebagian besar permodalan berasal dari milik sendiri, maka umumnya perusahaan kecil tidak berpengaruh adanya kenaikan nilai dollar adanya kenaikan suku bunga bank. Industri kecil ini biasanya susah memiliki akses dalam mendapati pinjaman, ini dikarenakan oleh dokumentasi atas kegiatan belum memadai, khususnya berkaitan dengan pembukuannya, sebab itu pengelola tidak mempunyai informasi yang cukup terhadap kegiatan finansial usaha yang di capai. Maka dari itu akan terjadi kesulitan dalam melakukan pinjaman di bank atau proposal yang diajukan agar memperoleh dana sangat diragukan validitasnya.

2. Aspek Produksi

a. Bahan Baku

Sumber bahan baku yang dipakai sebagian besar bahan baku lokal atau yang terdapat dari wilayah sekitarnya, pembelian bahan baku biasanya secara tunai karena biasanya tidak pernah membuat perjanjian secara tertulis dengan penjual dalam memperoleh bahan baku secara terus menerus, sehingga bahan baku menjadi masalah yang serius diproses produksi jika ada permintaan yang mendadak atau kehabisan bahan baku di pasaran,

tetapi sebagian perusahaan biasanya sudah melakukan persediaan bahan baku bila mengalami permintaan yang mendadak.

b. Alat Produksi

Biasanya sebagian besar memakai alat sederhana untuk proses produksinya, umumnya mesin/alat yang dipakai berumur tua, dan kurang didukung adanya sumber daya yang memadai, sehingga perusahaannya kurang dapat menghasilkan produk yang baik, pada akhirnya perusahaan kecil kalah saing harga dengan perusahaan menengah dan besar. Maka dari itu perusahaan kurang mampu mengakses informasi yang bersangkutan dengan hasil penelitian pusat litbang dan perguruan tinggi.

3. Aspek Pemasaran

Dalam hal ini biasanya perusahaan belum menggunakan sarana promosi penjualan yang pas, cara promosinya biasa dilakukan sebagian besar melalui merk/ logo yang ada pada kemasan barangnya, dan juga biasanya belum banyak pameran yang di ikutnyai, hal ini dikarenakan faktor biaya.

4. Aspek Kewirausahaan

Kecenderungan perusahaan mempunyai kepercayaan diri tanpa bantuan orang lain usahanya bisa berjalan terus, ada upaya dalam memperbaiki kondisi perusahaannya secara seksama, sehingga reputasi perusahaannya bergantung pada kemampuan yang dimiliki, sebenarnya ada inisiatif dalam memajukan perusahaan, tetapi karena terbatas

kemampuannya, maka sering kali hal yang dilakukan sebenarnya sudah lama dilakukan pihak lain.

Menurut Hughes dan Kapoor Pengembangan usaha adalah kegiatan usaha seorang yang terorganisasi untuk mendapatkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungannya.

Menurut Mussleman dan Jackson Pengembangan usaha ialah pekerjaan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.

Allan Affuah Pengembangan usaha ialah kumpulan aktivitas yang dilakukan agar menciptakannya dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Steinford Pengembangan usaha merupakan aktivitas yang menyajikan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun individu yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang tidak mempunyai surat izin ditempat usaha.

Brown dan Petrello Pengembangan usaha adalah usaha 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, disamping memperoleh laba.

4. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang pemilik usaha pada dasarnya melakukan pengembangan kegiatan usahanya tersebut melalui tahapan pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki Ide Usaha

Dalam membuka sebuah usaha seorang wirausaha biasanya memiliki ide usaha. Biasanya ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha terdapat dari berbagai sumber yang ditemui. Ide usaha bisa muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatannya sendiri. Dan juga ide usaha juga bisa timbul akibat adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Dalam tahap penyaringan ini, wirausahawan akan menuangkan ide usahanya ke dalam konsep usahanya yang merupakan tahap selanjutnya ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih khusus. Penyaringan ide usaha biasanya dilakukan dengan suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

c. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha merupakan orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi yang memiliki tujuan yaitu agar memperoleh keuntungan. Maka hal pertama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh wirausaha yaitu perhitungan dalam hal rugi-laba dari bisnis yang dijalankannya. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha

(*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

d. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat dengan secara rinci ataupun global, tertulis ataupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan kedalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang pemilik usaha akan mengarahkan berbagai sumber daya yang diperlukan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Mengidentifikasi tahapan sangat penting pada pengembangan usaha dan bila hal tersebut terjadi. Kadang kita perlu membahas tahapan yang sudah dilakukan, sehingga pengkaji memahami seberapa cepat usaha telah berkembang sampai pada titik persiapan rencana usahanya.

Dalam keperluan perencanaan, menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu dan tindakan atau kalender implementasi yaitu lebih baik. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan. Rincian ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis.

5. Teknik Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha ialah sebuah proses yang tujuannya untuk membesarkan usaha yang dilakukan wirausaha. Beberapa cara pengembangan usaha diantaranya:

a. Perluasan Skala Usaha

Dalam memperluas skala usaha ada beberapa cara yang biasa digunakan yang dapat memperluas skala usaha antara lain:

- 1) Menambah alat/ mesin dan tenaga kerja juga tambahan jumlah modal untuk investasi. Jika memperbesar produksi, seorang wirausaha perlu memperhitungkan tentang prospek pemasarannya.
- 2) Adanya inovasi dalam memproduksi bentuk produk atau jasa yang didapatkan. Dalam pengembangan ini bisa dilakukan agar menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.
- 3) Membuka cabang usaha di lokasi yang berbeda ditempat lain. Dalam memperluas skala usaha juga harus memperhatikan beberapa aspek, yakni:
 - a. Produktivitas modal dan tenaga kerja.
 - b. Biaya tetap dan biaya variabel.
 - c. Biaya rata-rata.
 - d. Skala produksi yang paling menguntungkan.

Bila skala usaha mulai berkembang dititik tertinggi, pengembangan skala usaha mesti dihentikan. Sebagai penggantinya usaha bisa dikembangkan dengan menambah cakupan usahanya.

b. Perluasan Cakupan Usaha

Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilakukan dengan memperluas jenis usaha baru diwilayah usaha yang baru, sehingga dengan jenis barang yang baru dan bervariasi.

c. Perluasan Dengan Kerja Sama, Penggabungan dan Ekspansi Baru.

Beberapa jenis perusahaan dengan cara ini, yakni:

1) *Joint Venture*

Joint venture ialah sebuah kerja sama beberapa perusahaan dari negara yang beda menjadi satu perusahaan agar mewujudkan konsentrasi kekuatan-kekuatan yang lebih padat.

2) *Merger*

Merger ialah proses penggabungan dua perseroan menjadi satu perusahaan. Satu dari perusahaan tersebut akan tetap berdiri dengan nama yang sama, sementara perusahaan yang lainnya akan hilang, dan kekayaan menjadi milik perusahaan yang baru. Merger terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Merger horizontal*, ialah *merger* yang dilakukan oleh usaha yang sama.
2. *Merger vertikal*, yaitu *merger* yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang memiliki hubungan.
3. Konglomerat, ialah *merger* yang berbagai perusahaan dengan produk-produk yang berbeda dan tidak saling berkaitan.

3) *Holding Company/Akuisisi*

Holding Company ialah penggabungan beberapa perusahaan dengan salah satu perusahaan yang bertujuan agar memiliki saham dari perusahaan yang lain dan dapat mengatur perusahaan tersebut.

4) *Sindikatisasi*

Sindikatisasi adalah kerja sama antar beberapa orang memiliki modal untuk mendirikan perusahaan besar.

5) Kartel

Kartel ialah kesepakatan tertulis antar beberapa perusahaan yang sejenis dalam mengatur dan mengendalikan berbagai hal dengan tujuan menekan persaingan dan meraih keuntungannya.

6. Manajemen Pemasaran

Ir. Sutomo (2012:214) manajemen pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.

Swasta(2000:214) manajemen pemasaran ialah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program yang tujuannya mengakibatkan pertukaran dengan pasar yang diinginkan dengan tujuan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dalam keberhasilan kegiatan manajemen pemasaran pada sebuah perusahaan, maka perlu masukan seperti berasal dari informasi kegiatan yang berjalan di lapangan. Biasanya orang yang beranggapan kalau manajemen pemasaran berkaitan dengan upaya pencarian pelanggan dengan jumlah besar untuk menjual produk yang telah dihasilkan oleh perusahaannya. Tapi pandangan itu terlalu sempit sebab sebuah organisasi (perusahaan) akan menghadapi kondisi permintaan terhadap produknya. Mungkin permintaannya cukup, permintaannya tidak teratur atau terlalu banyak permintaannya, hingga manajemen pemasarannya harus mencari jalan agar mengatasi keadaan permintaan yang berubah-ubah ini.

7. Usaha Kecil Menengah

Usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pengembangan ekonomi nasional, sebab selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil pembangunan. Saat krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan sampai berhenti aktifitasnya, sektor usaha kecil dan menengah (UKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

Menurut Rudjito (2003:122) usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan.

Anoraga (2002:249) di Indonesia terdapat industri kecil dengan beragam jenis usaha. Dengan keberadaan industri kecil menengah di Indonesia telah memiliki peranan yang sangat penting didalam perekonomian nasional, dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non-migas.

Dan jug industri kecil sudah terbukti terhadap gejolak pasar turunnya perekonomian global. Tetapi demikian, dalam proses usahanya industri kecil diindonesia banyak mengalami berbagai masalah antara lain seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, pemasaran dan bahan baku. Seperti yang telah disebutkan diatas, oleh (Anagora, 2003;245) usaha kecil menghadapi banyak tantangan dan kendala

seperti kualitas sumber daya manusia yang rendah,tingkat produktifitas dan kualitas barang dan jasa yang rendah,kurangnya teknologi dan informasinya, faktor produksi sarana dan prasarana belum memadai,aspek pendanaan dan pelayanan jasa pembiayaan, iklim usaha kurang mendukung,dan koordinasi pembinaan belum baik.

Perkembangan UKM di Indonesia Dibedakan Menjadi 4 Kriteria yaitu

1. *Livelihood Activities*, yaitu Usaha Kecil Menengah yang gunanya sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, biasanya dikenal sebagai sektor informal. Seperti pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, ialah Usaha Kecil Menengah yang mempunyai sifat pengrajin tetapi belum mempunyai sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, adalah Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan bisa menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

8. Usaha Mikro Kecil Menengah

UMKM adalah istilah umum dalam khazanah ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang – undang No. 20 Tahun 2008.

Menurut Rudjito UMKM ialah usaha kecil yang membantu perekonomian Indonesia. Yang membantu perekonomian Indonesia dikarenakan

dengan melalui UMKM bisa membentuk lapangan kerja baru serta juga meningkatkan devisa negaranya dengan melalui pajak badan usaha.

Menurut Inna Primiana UMKM ialah suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan di Indonesia contohnya industri manufaktur, agribisnis, agraris, dan sumberdaya manusia. Ini artinya mengindikasikan bahwa UMKM ini mengandung arti pemulihan perekonomian Indonesia dengan melalui pengembangan sektor perdagangan dalam program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.

Menurut Kwartono UMKM menurutnya, kategori didalam usaha yang bisa dikatakan ialah sebagai UMKM berarti usaha yang mempunyai kekayaan bersih <Rp. 200.000.000,- yang mana perhitungan tersebut menurut dengan omset penjualan tahunan perusahaan.

Perbedaan UKM dan UMKM dalam Dunia Perekonomian

1. Modal

Pertama sekali yang membedakan antara UKM dan UMKM yakni modal yang dipakai dalam membuka usaha tersebut. Ketahuilah bahwa modal yang digunakan dalam membuka usaha yang disebut UKM berkisar Rp. 50.000.000 dan modal awal membuka usaha UMKM ialah Rp. 300.000.000. Bahkan modal yang dikeluarkan untuk membangun usaha UMKM ini bisa mendapatkan bantuan dari pemerintah.

Pemerintah biasanya lebih membantu usaha UMKM daripada UKM, disebabkan UKM memang lebih bersifat perorangan dengan usaha yang berskala

kecil dan keuntungan kecil sehingga kurang berpengaruh dengan perkembangan dunia perekonomian negara.

2. Jumlah Tenaga Kerja

Pemilik usaha dari usaha UKM dan UMKM jelas sekali berbeda, untuk usaha UKM yang berskala kecil biasanya ditentukan pekerjaanya sekitar 5 sampai dengan 19 orang beda dengan UMKM yang biasanya memiliki jumlah tenaga kerja dari 20 orang sampai dengan 100 orang.

Hal tersebut tentunya memang menjadi daya pembeda yang kuat karena UMKM adalah usaha yang besar, dengan begitu maka usaha yang dihasilkan juga besar sehingga jumlah tenaga kerjanya juga lebih banyak.

3. Omset Penjualan

Dalam hal ini sebagai jenis usaha yang cukup besar, maka omset penjualan dari UMKM bisa mencapai Rp. 300.000.000 sampai dengan milyaran rupiah. Berbeda dengan usaha yang berskala kecil yaitu UKM hanya memiliki omset penjualan di bawah Rp. 200.000.000.

Jadi berapapun hasil penjualan selama satu bulan yang dimiliki oleh usaha perseorangan di bawah Rp. 200.000.000 maka usaha tersebut termasuk ke dalam usaha UKM.

4. Aset dan Kekayaan

Penjelasan sebelumnya perbedaan UKM dan UMKM semakin jelas, bahwa yang paling membedakannya ialah aset dan kekayaan yang dimiliki oleh usaha yang didirikan. Jadi disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa UMKM

memiliki usaha yang berskala besar sehingga jumlah aset dan kekayaan yang dimilikinya ternyata juga jauh lebih besar daripada UKM.

Mengapa demikian? hal tersebut disebabkan aset dan kekayaan dari UKM hanya berkisar sekitar jutaan rupiah sedangkan UMKM berkisar ratusan juta.



B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi sumber dan rujukan penelitian ini. Penelitiannya antara lain dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel II.1 : Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Metode	Hasil
1.	Miftakhurrizal Kurniawan, 2017 jurnal teknologi dan manajemen argoindustri, Vol 6 No 2:97-102 july 2017 ISSN 2252-7877	Analisis strategi Pengembangan Usaha minuman sari buah sirsak,kabupaten Kediri	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa-sannya kondisi UKM minuman sari buah sirsak adalah lemah dan tidak strategis.Strategi yang cocok diterapkan adalah <i>damage control</i> (mengendalikan kerugian).
2.	Verniaputri,M Khalid 2016 , jurnal administrasi bisnis (JAB) Vol.38 no 2 september 2016	Strategi pengembangan usaha kecil menengah (UKM) untuk meningkatkan citra kota malang sebagai destinasi wisata kuliner	Deskriptif Kualitatif	Faktorpenghambat dari strategi pengembangan UKM kuliner di Kota Malang yaitupermodalan, bahan baku, peralatan, sumber daya manusia dan lahan,sedangkan faktor pendukungnya yaitu perijinan, pelatihan, pemasaran dan paguyuban.

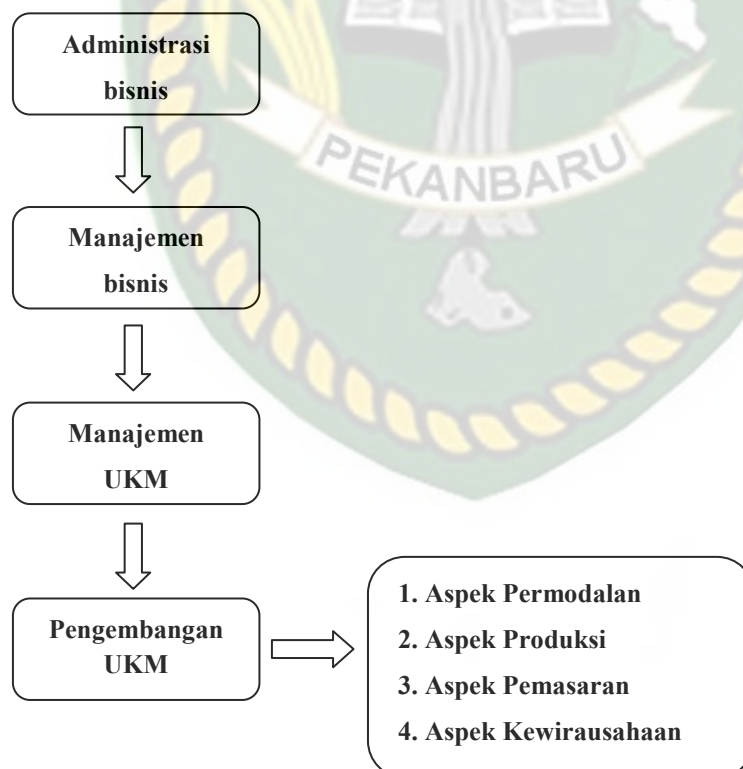
No	Peneliti dan Tahun	Judul	Metode	Hasil
3.	Timotius Primawardana, 2015 Agora Vol 3, No 2, 2015	Strategi pengembangan usaha pada “Yulia bakery” sidoarjo	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan analisa pada lingkungan internal Yulia Bakery dapat disimpulkan bahwa Yulia Bakery memiliki kekuatan dan kelemahan seperti kualitas pada rasa dan kemasan roti, memiliki letak toko yang strategis. Kelemahan pada Yulia Bakery seperti promosi yang kurang, dan masih belum ada pendelegasian wewenang dan tanggung jawab serta pembagian tugas karyawan yang kurang jelas.
4.	Edy Suandi Hamid , Y sri susilo,2011 Jurnal ekonomi Pembangunan Vol. 12 nomor 1 , juni 2011 hlm 45-55	Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di provinsi daerah istimewa yogyakarta	Deskriptif Kualitatif	Dari hasil survei diperoleh beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di Provinsi DIY, antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Metode	Hasil
				informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.
5.	Rivina Safitri, Darmawan Salman, Rahma Danih 2018, Jurnal sosial ekonomi pertanian, Vol 14, no 2, juni 2018 p-ISSN 0853-8395	Strategi pengembangan usaha kuliner : studi kasus warung lemang di jenepono, sulawesi selatan	Deskriptif Kualitatif	Strategi menjaga kualitas produksi pada dasarnya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Rukka (2011), mengemukakan bahwa pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai faktor kunci dalam pemasaran sangatlah tepat, karena saat ini pemasaran sebuah produk akan diperhadapkan pada tingkat persaingan yang sangat ketat

C. Kerangka Pikir

Untuk mempermudah dalam penelitian ini, maka perlu diuraikan alur pikiran yang mendudukan permasalahan dalam penelitian ini. Kerangka pikiran berguna sebagai pedoman bagi penulis dalam mengembangkan penelitian terhadap masing-masing indikator.

Gambar II.I : Kerangka Pikir tentang Analisis Faktor-faktor Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Studi kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.



Hasil Modifikasi Peneliti, 2020

D. Konsep Operasional

Konsep ialah pengertian atau defenisi yang digunakan dalam menggambarkan fenomena yang dirumuskan atas dasar generelasi dari sejumlah kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Operasional yakni unsur-unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana mengukur suatu variabel hingga dengan pengukuran itu dapat diketahui indikator-indikator apa aja sebagai pendukung untuk dianalisa kedalam variabel tersebut.

agar mempermudah pelaksanaan penelitian dan menetralsir kesalahan pahaman dalam penelitian ini, maka penulis merasa perlu untuk mengoperasionalkan konsep-konsep tersebut sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.
2. Manajemen bisnis kegiatan pengaturan di berbagai sektor yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien untuk mendapatkan hasil maksimal.
3. Manajemen UKM proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap usaha kecil dan menengah dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal.
4. Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreatifitas.
5. UKM (usaha kecil menengah) adalah bisnis yang dijalankan dengan skala kecil dan menengah dan bukan anak cabang perusahaan mana pun.
6. Aspek permodalan dalam arti sempit adalah sejumlah nilai uang yang digunakan dalam membelanjai semua keperluan usaha. Modal dalam pengertian umum mencakup benda-benda seperti tanah, gedung, mesin-

mesin, alat-alat perkakas dan barang produktif lainnya untuk kegiatan usaha. Pada industri lepat bugi bu rina yang dikeluarkan mengalami kenaikan pada setiap tahunnya.

7. Aspek pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang di pengaruhi oleh berbagai faktor sosial,budaya,politik dan ekonomi,dan manajerial. Bentuk pemasaran yang dilakukan oleh lopek bugi bu rina belum terlaksanakan dengan baik sehingga masih banyak masyarakat belum mengenal produknya.
8. Aspek Produksi merupakan bahan baku yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi.
9. Aspek kewirausahaan cara bagaimana agar memperbaiki kondisi perusahaannya secara keseluruhan, hingga reputasi perusahaan amat jtergantug pada kemampuan yang dimilikinya.

E. Operasional Variabel

Tabel II.2 Tabel Operasional Variabel Penelitian Strategi Pengembangan Usaha Lopek Bugi Bu Rina Kecamatan Tambang kab Kampar

Konsep	Variabel	Indikator	Sub indikator
1	2	3	4
Ada 4 aspek yang mempengaruhi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) yaitu aspek permodalan, aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek kewirausahaan (Masiyah Kholmi, 2003;212)	Aspek pengembangan usaha	1. Aspek Permodalan	a.Sumber permodalan b.Manajemen pembukuan
		2. Aspek Produksi	a.Bahan baku b.Alat produksi
		3. Aspek Pemasaran	a.Merek b.Pameran
		4. Aspek Kewirausahaan	a.Pelatihan b.Sumber Daya Manusia

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif alasannya karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian (Sugiyono,2018;232) Penelitian Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat sebagaimana kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Selanjutnya, Penelitian ini menggunakan Metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2018;2) metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pemahaman makna, dan mengkonstruksi fenomena dari generalisasi.

Tipe penelitian ini digunakan agar dapat mengetahui “ Analisis Faktor-faktor Pengembangan Usaha Kecil Menengah Studi Kasus Pada Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar “

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada industri Lopek Bugi Bu Rina yang beralamat jl lintas Pekanbaru-Bangkinang Desa Palung Raya kecamatan Tambang kabupaten Kampar. Alasan penulis melakukan penelitian dilokasi ini karna industri Lopek Bugi Bu Rina adalah lebih banyak dikenal dari beberapa penjual lepat bugi lainnya.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, (2012; 92) sampel adalah sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut oleh karena itu penulis menjadikan populasi dan sampel penelitian ini adalah karyawan dan pemilik industri Lopek Bugi Bu Rina, dan penulis jadikan responden. Untuk lebih detailnya masalah populasi dan sampel ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel III.1 Populasi dan Sampel Penelitian di Industi Lopek Bugi Bu Rina
Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar**

No	Sub Populasi	Populasi	Sampel	Persentase
1	Pemilik	1	1	100%
2	Karyawan	3	3	100%
3	Konsumen	3	3	100%
Jumlah		7	7	100%

Sumber Data Olahan Peneliti 2020

D. Teknik Penarikan Sampel

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan oleh penelitian ini adalah teknik *Trianggulasi* diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti adalah data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer adalah ialah sumber data yang didapatkan secara langsung dari sumber asli atau sumber pertama. Data primer ini secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pernyataan riset atau penelitian. Data primer dapat berupa subjek riset (orang) baik secara individu maupun kelompok, hasil observasi dari suatu benda (fisik) kejadian, kegiatan dan hasil pengujian. Data didapat oleh penulis dengan melakukan wawancara secara langsung menggunakan pedoman wawancara tentang strategi pengembangan usaha pada Lopek Bugi Bu Rina Palung Raya kecamatan Tambang kab Kampar.

2. Data sekunder data yang diperoleh dari industri tempat penelitian ini dilaksanakan yang bersifat mendukung analisis penelitian ini, meliputi:

- a. Gambaran umum mengenai industri tersebut
- b. Jumlah penjualan
- c. Aktivitas industri

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Yaitu melakukan tanya jawab langsung secara lisan kepada pemilik usaha, yaitu dianggap perlu agar mendukung data yang tidak di temui dalam kuesioner.

2. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung ke lapangan untuk mendapatkan data primer sebagai data utama serta menemukan fenomena-fenomena yang berkaitan dengan pengembangan usaha pada Lopek Bugi Bu Rina palung raya kecamatan Tambang kab Kampar.

3. Studi literatur

Studi literatur ini dilakukan oleh peneliti setelah menentukan topik penelitian dan ditetapkannya rumusan permasalahan. Sebelum terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

G. Teknik Analisi Data

1. Reduksi Data

Bagian dari proses analisa yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuat hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sekunder sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan.

2. Sajian Data

Ialah rangkaian informasi yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan sajian data agar diketahui apa yang terjadi dan memungkinkan untuk menganalisa dan mengambil tindakan lain.

3. Penarikan Kesimpulan

Dari sajian data yang tersusun selanjutnya penulis dapat menarik suatu kesimpulan akhir. Ketiga komponen diatas akan berhubungan dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Dalam penelitian ini penulis tetap berada dalam lingkungan interaksi tersebut sampai pengumpulan data bergerak kereduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat

Kabupaten Kampar memiliki banyak makanan khas tradisional, salah satunya adalah Lopek Bugi. Dulu, lopek bugi menjadi hidangan wajib untuk menjamu bangsawan, pejabat pemerintah, atau dalam perayaan hari-hari besar keagamaan serta kebudayaan seperti kegiatan Balimau, perayaan Ulang Tahun Kabupaten Kampar dan pernikahan.

Saat ini, lopek bugi mulai digadang-gadangkan untuk menjadi produk unggulan UMKM Riau oleh Disparekraf Riau. Usaha lopek bugi pertama kali dikembangkan oleh bu Emi pada tahun 2003. Awalnya, lopek bugi ini hanya dijual di rumah makan milik orang tua Emi yang disajikan di meja makan. Ternyata, banyak pengunjung rumah makan yang suka dengan lopek ini hingga permintaan pun bertambah setiap hari. Sejak itulah, bu Emi mulai membuka kios lopek bugi di tepi jalan lintas Pekanbaru-Bangkinang. Kini, lopek bugi banyak ditemukan di Desa Palung Raya yang salah satunya Lopek Bugi Bu Rina yang juga mulai membuka kios nya pada tahun 2011, selang beberapa tahun beberapa tahun kemudian makin banyak penduduk desa setempat juga ikut membuka usaha lopek bugi juga, sekarang ada 25 kios lopek bugi yang ada di Desa Raya yang berjarak 34 km dari pusat Kota Pekanbaru dengan harga Rp. 10.000/kotak Palung.

Yang terdiri dari :

1. Lopek bugi Bu Rina
2. Lopek bugi Bu Emi

3. Lopek Bugi Bu Er
4. Lopek Bugi Bu Hj Ema
5. Lopek Bugi Daun Pisang
6. Lopek Bugi Bu Elis
7. Lopek Bugi Bu Mira
8. Lopek Bugi Uwo Izur
9. Pondok Lopek Bugi Nanda
10. Lopek Bugi Tika
11. Pondok Lopek Bugi Aldo
12. Lopek Bu Ida
13. Pondok Lopek Bugi Bunga
14. Lopek Bugi Bu widia
15. Pondok Lopek Bugi Lana- Lani
16. Lopek Bugi Bu Imar
17. Lopek Bugi Bu Radias
18. Pondok Lopek Bugi Adis
19. Lopek Bugi Bu Sonias
20. Pondok Zahra
21. Pondok Lopek Putri Nabila
22. Lopek Bugi Bu Lela
23. Pondok Lopek bugi Revan
24. Pondok Lopek Bugi Jingga
25. Lopek Bugi Bu Ida

Bu Rina mulai berjualan pada tahu 2011 dengan tujuan memenuhi kebutuhan finansialnya, dengan modal awal yang berasal dari uang tabungan sendiri, Bu Rina juga berantusias awal buka usaha ini dengan harapan usaha ini maju, dalam memproduksi lopek bugi ini bu Rina selalu mengutamakan cita rasa lopek bugi tersebut, agar rasanya selalu sama dan tidak berubah, hingga saat ini lopek bugi Bu Rina masih berjalan dengan baik, dan memiliki pelanggan tetap.

Lopek bugi berasal dari kata lepat dan bugi. Lepat adalah sebutan untuk panganan yang berasal dari ketan yang dibungkus dengan daun pisang, sedangkan bugi adalah sebutan orang Kampar untuk beras ketan yang di tumbuk halus menggunakan lesung. Jadi, kata bugi pada lopek bugi Kampar bukan berasal dari kata “Bugis”.

Bahan dasar yang digunakan untuk membuat lopek bugi adalah tepung ketan, santan, kelapa parut, gula pasir dan daun pisang sebagai pembungkus. Cara pembuatannya juga sederhana. Campurkan tepung ketan dan santan kemudian tambahkan garam dan air secukupnya, lalu aduk adonan hingga merata dan kalis. Untuk membuat isinya, Campurkan kelapa parut dengan gula pasir kemudian di sangrai, tetapi tidak sampai kering. Proses penyangraian dilakukan agar isinya tidak cepat basi. Kemudian, bentuk adonan menjadi bulat lalu isi dengan parutan kelapa, dan dibungkus dengan daun pisang. Terakhir, kukus hingga matang lebih kurang 30 menit.

Lopek bugi memiliki cita rasa yang manis dan gurih serta tekstur yang sedikit liat dan lembut. Lopek bugi biasanya berwarna hitam atau putih, tergantung dari beras ketan yang digunakan. Rasanya yang lezat ini menjadikan

lopek bugi sebagai oleh-oleh yang wajib dibawa jika melewati desa Palung Raya menuju Pekanbaru atau Padang

B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi mempunyai peranan 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 berbagai 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 kerja sama antara sesama anggota organisasi yang dalam hal ini adalah pemilik, karyawan bagian produksi dan karyawan bagian pemasaran. Dalam hal ini suatu struktur organisasi selalu terdapat unsur atau elemen-elemen sebagai berikut:

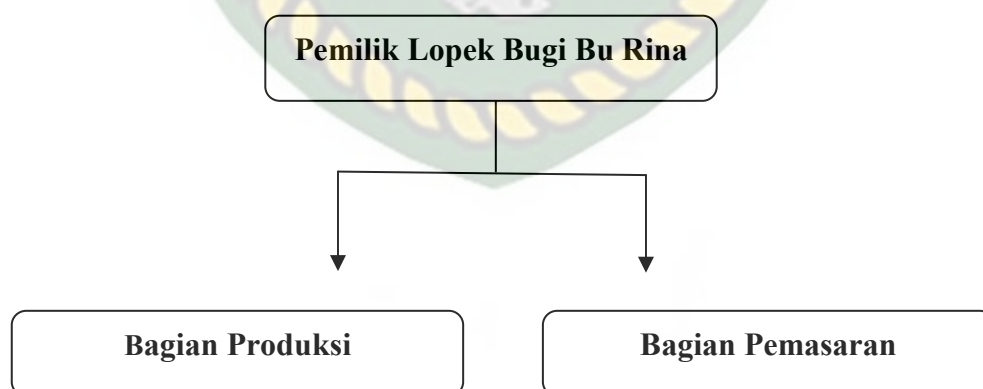
1. Adanya pimpinan dan sekelompok manusia yang akan dipimpin.
2. Terdapatnya tujuan yang akan dicapai serta adanya suatu kerjasama.
3. Adanya wewenang dan tanggung jawab.

Dalam kaitan ini, pimpinan sebagai pengambil keputusan dalam organisasi yang dipimpinnya yang mana ia mempunyai tanggung jawab terhadap berlangsungnya kegiatan dalam organisasi tersebut, dan juga harus dapat menciptakan keadaan atau kondisi dimana para bawahannya merasa terikat pada

perusahaan dan selalu berusaha untuk memaksimalkan segala potensi yang dimilikinya untuk kemajuan perusahaan.

Untuk itu diperlukan suatu organisasi, dimana organisasi adalah bentuk perserikatan 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. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar IV.I Struktur Organisasi Industri Lopek Bugi Bu Rina desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar



Sumber: Data Olahan Peneliti 2020

C. Fungsi dan Tugas Organisasi

Untuk menggerakkan suatu organisasi dibutuhkan personil yang memegang jabatan tertentu dalam organisasi, masing-masing personil diberi tanggung jawab sesuai dengan jabatannya, dengan demikian akan mempermudah pengarahannya serta pengawasan dan mengevaluasi pelaksanaan dari suatu pekerjaan. Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab dari tiap-tiap unit dalam struktur organisasi Industri Lopek Bugi Bu Rina sebagai berikut:

1. Pimpinan industri

Fungsi dari pimpinan industri yaitu sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab sepenuhnya atas aktivitas Industri
- b. Membuat sebuah kebijakan untuk kemajuan Industri
- c. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing
- d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien
- e. Menyusun fungsi manajemen secara baik

2. Bagian Produksi

Fungsi dan tugas dari bagian produksi yaitu menciptakan dan memproduksi barang secara efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi target produksi yang telah ditentukan.

3. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran berfungsi untuk memasarkan barang dan mengantarkan barang ke pasaran.

D. Aktivitas Industri (Lopek Bugi Bu Rina)

Industri Lopek Bugi Bu Rina merupakan suatu industri yang bergerak dibidang Makanan khas Kampar. Untuk mendukung proses pembuatan Lopek Bugi maka dibutuhkan bahan baku utama berupa tepung pulut dan tepung beras dimana industri Lopek Bugi Bu Rina memperoleh makanan khas Kampar yaitu Lopek Bugi.

Proses produksi memerlukan waktu sekitar satu sampai dua jam karena proses pembuatan harus dilakukan dengan waktu yang pas agar rasa benar-benar enak dan proses kukus juga tidak boleh terlalu lama karena takut akan mengakibatkan terlalu lembek . Hasil dari proses produksi yang berupa Lopek Bugi dipasarkan langsung di kedai Lopek Bugi Bu Rina desa Palung Raya Kecamatan Tambang.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Key Informan dan Informan

Identitas key informan dan informan merupakan keterangan yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan penulis yang berisikan mengenai nama, umur, jenis kelamin, dan pendidikan dari key informan dan informan, untuk lebih jelasnya mengenai hal tersebut maka dapat dilihat pada keterangan dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 5.1 : Jumlah Key Informan dan Informan Dalam Usaha Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang

No	Key Informan Dan Informan	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Pemilik	52	SMA	Perempuan	1
2.	Karyawan	20-50	SMP- SMA	Perempuan	3
Jumlah					4

Sumber : Data Olahan Penulis 2017

Identitas key informan dan informan merupakan keterangan yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan oleh penulis yang berisikan mengenai nama, umur, jenis kelamin, dan pendidikan dari key informan dan informan, untuk lebih jelasnya mengenai hal tersebut maka dapat dilihat pada keterangan dibawah

ini sebagai berikut :

Berkisar pada 20-50 tahun, jika dilihat dari tingkat pendidikan tingkat terendah yaitu SMP dan tertinggi SMA, dan jenis kelamin semuanya Perempuan, dari keseluruhan jumlah key informan dan informan yang ada berjumlah 4 orang.

B. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang.

Pengembangan usaha ialah tanggung jawab dari setiap pemilik usaha atau wirausaha yang memerlukan inovasi kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66). Hal ini dilakukan oleh setiap pemilik usaha, maka besarlah harapan agar dapat menjadikan usaha yang sebelumnya kecil menjadi skala menengah sehingga menjadi sebuah usaha besar.

Maka dari itu kegiatan bisnis bisa dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Dan yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa.

Oleh karna itu, diperlukan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis itu supaya dapat berjalan dengan baik. Dalam melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Dalam penelitian ini ada beberapa aspek- aspek yang dibutuhkan guna mendukung dalam pengembangan usaha Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya

Kecamatan Tambang yang terdiri dari aspek permodalan, aspek produksi, aspek pemasaran, dan aspek kewirausahaan.

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian penulis akan mengemukakan hasil dari data sebagai berikut :

1. Aspek Permodalan

Aspek permodalan merupakan salah satu sumber kekuatan awal bagi setiap usaha baik itu usaha yang sudah berjalan sejak lama mau pun usaha yang baru berdiri, untuk itu diperlukannya ada sumber modal yang jelas dan kuat untuk melakukan serangkain proses produksi. Dalam kegiatan pengelolaan sumber modal diperlukannya adanya sistem yang mengatur didalamnya seperti manajemen pembukuan agar sumber modal yang di peroleh dapat diketahui dengan jelas oleh usaha terkhusus pemilik usaha.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha yaitu Bu Rina pada hari senen tanggal 26 Oktober 2020 jam 10.00 WIB terkait sumber Permodalan

“ modal awal saya membuka usaha ini pada tahun 2011, kira-kira sebanyak 4jt saja, karna ada beberapa makanan kampung yg dititip sama warga kampung sini untuk jual, dan kami hitung sistem titip, jadi berapa habis, segitulah dibayar, dalam memperoleh modal saya tidak begitu sulit bahkan bisa dibilang mudah karna saya menggunakan modal sendiri, nanti kalo lepatnya habis, tinggal keluarin modal saja,keuntungannya di putar lagi “ (Bu Rina pemilik usaha hari senen, tanggal 26 oktober 2020 jam 10.15 WIB)

Sama halnya yang dikatakan Fitri Karyawan yang menjual Lopek Bugi

“ Kalo modal biasanya pake modal bos kita sendiri, karna disini tidak ada bantuan modal khusus dari pemerintah setempat dan setiap transaksi ataupun kegiatan keuangan yang kami laksanakan, selalu dilakukan pembukuan sebelum pembelian bahan baku kami juga mencatat dana- dana yang kami keluarkan”
hari senen pada tanggal 26 oktober 2020 jam 11.30 WIB

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha Lopek Bugi Bu Rina pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 11.45 WIB terkait strategi pengembangan dalam aspek permodalan

“ dalam hal permodalan saya biasanya membuat pembukuan sederhana, dan pembukuan itu rutin saya lakukan, dan juga selalu saya cek, bagaimana pemasukan dan pengeluaran, agar tidak ada kekeliruan dalam hal penjualan, dan biasanya juga keuntungan yg saya dapat saya putar lagi, dan kalau misalkan ada lebih, saya selalu simpan untuk tabungan, sebagai jaga-jaga jika ada hal-hal yg tidak di inginkan terjadi “ (Bu Rina Pemilik usaha lopek bugi hari senen tanggal 26 oktber 2020 jam 11.45 WIB”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam aspek permodalan khususnya sumber modal dan manajemen pembukuan Usaha Lopek Bugi Bu Rian Desa Palung Raya Kecamatan Tambang bersumber dari pemilik dan sudah menggunakan sistem manajemen pembukuan sehingga pemilik bisa untuk melihat riwayat modal dan berapa keuntungan setiap hari, bulan dan bahkan setiap tahunnya.

Dari hasil pengamatan (obeservasi) yang peneliti lakukan pada Usaha Lopek Bugi Bu Rina penulis dapat melihat secara langsung bahwa dalam proses

pengumpulan modal Usaha Lopek Bugi ini menggunakan modal dari pemilik sendiri dan pembukuan sederhana yang sudah cukup baik.

2. Aspek Produksi

Aspek produksi adalah pandangan dari kegiatan produksi agar kita dapat merencanakan kegiatan itu sendiri. Disamping pemasaran dan keuangan, produksi merupakan kegiatan yang vital, karena tanpa barang dan jasa perusahaan tidak dapat pemasukan. Pentingnya fungsi produksi atau operasi dalam perusahaan berupa sistem produksi maupun manajemen produksi atau operasi terkait tugasnya dalam menghasilkan produk barang maupun jasa.

Berdasarkan Hasil Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Pemilik Usaha yaitu Bu Rina hari senen pada 26 oktober 2020 jam 12.00 WIB

“ Dalam memperoleh bahan baku kami tidak mempunyai masalah, karena pasar kami membeli bahan baku daerah sini sangatlah lengkap, jadi tidak ada kesusahan dalam membeli bahan baku tersebut” (Pemilik usaha,hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 12.00 WIB)

Berdasarkan wawancara diatas bahwa dalam mendapatkan bahan baku usaha Lopek Bugi Bu Rina ini tidak ada masalah, karena pasar yang ada di daerah Desa Palung Raya sangatlah lengkap termasuk tepung pulut dan tepung besar sebagai bahan baku utama produksi.

Dalam proses alat produksi peneliti mewawancarai karyawan Lopek Bugi Bu Rina yaitu Bu Inong pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 12.15 WIB

“ Dalam Proses Produksi peralatan yang ada di industri Lopek Bugi Sudah termasuk baik dan Hampir tidak pernah mengalami kerusakan karena dalam

proses produksi kami hanya menggunakan Blender, Pamarut kelapa dan kami hanya butuh wadah atau tempat pengadonan” (Bu Inong karyawan Lopek Bugi Bu Rina senen 26 oktober 2020 jam 12.15)

Dalam hasil wawancara dengan pemilik usaha Lopek Bugi Bu Rina tentang Strateginya dalam aspek produksi pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 13.00 WIB

“ dalam produksi saya hanya menakar-nakar saja ya, saya tidak bisa memastikan berapa jumlahnya, karna setiap adonan hasilnya beda-beda, saya hitung bulatan perdandang saja, saya memproduksi untuk sekarang tidak banyak karna emg setiap tahun ada penurunan dalam produksi kami, jadi saya bikin sehabisnya saja, kalo misalkan habisnya cepat, ya panggil kariawan lagi suruh bikin lagi, paling ramenya pas lagi hari libur saja, kalo hari biasa agak sepi untuk sekarang dan juga saya sedikit ber inovasi dalam produksi lopek bugi ini,disaat musim durian di daerah sini saya bikin lepat bugi yang rasa durian. Dan juga saya tidak hanya produksi lopek saja, saya juga membuat kue talam dan puding jagung ” (Bu Rina pemilik Usaha Lopek Bugi senen tanggal 26 oktober 2020 jam 13.00 WIB) “

Peneliti juga mewawancari salah satu kosumen lopek bugi Bu Rina yaitu Bu Cici pada senen tanggal 26 oktober 2020 jam 13.15 WIB

“ saya suka beli disini karna rasanya enak, dan gak pernah kecewa, karna dulu saya pernah coba beli tempat lain dan rasanya agak asam,memang lopek bugi bu Rina ini rasanya ga pernah berubah, dan juga rasa kenyalnya pas “ (Bu cici

Konsumen Lopek Bugi Bu Rina hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 13.15 WIB)

Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat disimpulkan bahwa dalam aspek Produksi Usaha Lopek Bugi Bu Rina sudah baik, dikarenakan dalam pencarian bahan baku sangat mudah di dapat, dan juga bu Rina memiliki strategi dalam aspek produksinya, dan dalam proses produksinya pun tidak ada masalah dengan mesin/alat yang digunakan dan dalam soal rasa konsumen Bu Rina mengatakan enak.

3. Aspek Pemasaran

Secara umum perusahaan belum menggunakan sarana promosi penjualan secara tepat, cara promosi penjualan yang dilakukan sebagian besar melalui merk yang ada pada kemasan produk, adapun pameran belum banyak diikuti, hal ini disebabkan karena faktor biaya. Dalam dimensi aspek pemasaran terdiri dari indikator yaitu merk dan pameran.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis terkait aspek pemasaran yang terdiri dari merk dan pameran dengan karyawan Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 13.30 WIB

“ Untuk merk sendiri kami tidak memakai merk khusus, hanya saja kami memakai nama pemilik sebagai merk tersebut. Terkait pameran kami hanya beberapa kali mengikuti, seperti Riau ekspo pekanbaru dan cetak rekor muri di kampus UNRI, hanya itu saja, itu sebagai bentuk promosi yang baru kami

lakukan “ (Fitri karyawan Usaha Lopek Bugi senen,26 oktober 2020 jam 13.30 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan karyawan usaha Lopek Bugi Bu Rina yaitu Fitri , bahwa dalam pemilihan merk Bu Rina memakai namanya sendiri untuk usahanya ini, menurutnya agar mudah di ingat oleh konsumennya, dan dalam hal pameran Usaha Lopek Bugi Bu Rina ini sudah pernah mengikuti riau expo dan cetak rekor muri yang diadakan oleh universitas UNRI.

Hasil wawancara dengan Bu Rina selaku pemilik usaha dalam strategi pemasarannya pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 13.45 WIB

“ dalam hal pemasaran saya mau yang terbaik untuk konsumen saya, dalam hal rasa,kebersihan selalu saya perhatikan, dalam pembuatan Lopek bugi saya selalu memakai bahan baku yang terbaik, seperti minyak saya tidak pernah memakai minyak kiloan,memakai daun pandan asli bukan pasta pandan atau sejenisnya dan juga saya memakai santan murni agar rasanya tetap enak dan tidak berubah, dan dalam hal kemasan kami juga selalu memperhatikan kotak yang kami pakai,saya selalu berusaha yang tebaik untuk usaha saya karna saya tau pesaing usaha saya ada banyak dalam menjual Lopek Bugi ini” (Bu Rina 26 oktober 2020 jam 13.45 WIB)

Dalam mengukur kepuasan konsumen bu Rina mengatakan pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 14.00 WIB

“Mengukur kepuasan konsumen saya hanya liat dari pelanggan tetap saya ya, ya pelanggan saya yang berbelanja ini kebanyakan pelanggan tetap saya, dan juga

hampir tidak ada dapat kritikan dari pelanggan, nah selama tidak ada kritikan berarti mereka puas dengan apa yang mereka beli.” (Bu Rina Senen 26 oktober 14.00 WIB)

Hasil wawancara dengan pemilik usaha Lopek Bugi Bu Rina tentang jumlah pesaing usahanya dan bagaimana caranya menghadapi pesaing tersebut pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 14.15 WIB

“Jumlah nya kira- kira 20 lebih pesaing usaha saya. Ya saya pastinya harus memberikan yang terbaiklah buat pelanggan saya, dari segi harga, rasa, kualitas, kebersihannya. “ (Bu Rina Pemilik usaha Lopek Bugi senen tanggal 26 oktober 2020 WIB)

Dalam hal keunggulan usahanya bu rina mengatakan pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 14.15 WIB

“Saya tidak bisa memastikan keunggulannya dimana ya, Cuma saya selalu berusaha menjaga kualitas makanan yang saya jual.”(Bu Rina senen tanggal 26 oktober 2020 jam 14.15 WIB)

Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu konsumen lopek bugi Bu Rina Buk Devi pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 14.30 WIB

“ menurut saya pribadi merknya itu mudah diingat karna hanya nama orang, saya sudah langganan disini, setiap arah kebangkinang saya sering mampir buat beli lepat disini, tempatnya juga mudah diingat, jadi saya memang tidak pernah beli ditempat yang lain” (Buk Devi pada hari senen 26 oktober 2020 jam 14.30 WIB)

Dari hasil wawancara tersebut memang konsumen bu Rina ini sudah hafal dengan merk dan tempatnya, karna menurut konsumen lokasinya mudah di ingat dan buk Devi ini ternyata pelanggan tetap yang sering belanja di lopek bugi Bu Rina

Menurut (jiptono 219:2008) promosi ialah salah satu faktor penentu dalam keberhasilan suatu program pemasaran. Betapa berkualitasnya suatu produk tersebut, bila konsumen belum mengetahui dan belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi konsumen, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Promosi ialah suatu bentuk komunikasi dalam pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran ini ialah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan wawancara dan hasil pengamatan (observasi) yang penulis lakukan di Usaha Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang, penulia dapat melihat langsung bahwa usaha lopek bugi Bu Rina hanya memakai namanya sendiri sebagai merk, dan juga Usaha Lopek Bugi Bu Rina sudah beberapa kali mengikutin pameran sebagai bentuk promosi yang dilakukan dalam usahanya.

Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat disimpulkan bahwa hal yang menjadi faktor penghambat dalam kegiatan promosi atau pamaren sebuah produk ialah merk, sebab di perlukannya merk yang menjadi tanda atau ciri khas sebuah dari sebuah produk sehingga konsumen dapat mengetahui dengan jelas dan mengenali nya sehingga konsumen juga dapat mengetahui dari mana produk tersebut berasal dengan ada nya sebuah merk tersebut.

4. Aspek kewirausahaan

Selain dari ketiga aspek di atas aspek kewirausahaan juga sangat mempengaruhi dalam pengembangan sebuah usaha dikerana jiwa kewirausahaan baik yang sudah ada maupun belum ada harus selalu di asah dan di latih guna untuk kemajuan sebuah usaha yang sedang di jalan kan, oleh kerna itu mengikuti pelatihan dan studi banding merupakan salah satu untuk melatih tingkat keratifitas dari seseorang wirausahaan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan Bu Rina selaku pemilik usaha tentang awal mulai buka usahanya pada senen tanggal 26 oktober 2020 jam 14.45 WIB

“saya mulai menekuni usaha ini dari tahun 2011, berawal dari saudara saya yang membuka usaha lopek bugi ini, waktu itu penjualan lopek bugi sangat banyak, orderannya banyak, terus dia suruh saya buka juga usaha ini juga, ya saya coba buka, alhamdulillah rame, dan sampe sekarang masih bertahan “ (Bu Rina senen 26 oktober 2020 jam 14.45 WIB)

Hasil wawancara mengenai jumlah karyawan usaha Lopek Bugi Bu Rina pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 15.00 WIB

“awal pertama buka usaha ini saya memiliki tenaga kerja sebanyak 6 orang, tapi itu hanya bertahan sampai tahun 2015, karna semenjak tahun 2016 penjualan kami menurun, sampai akhirnya sekarang saya hanya memilik 3 tenaga kerja saja” (Bu Rina pemilik usaha Lopek Bugi pada senen 26 oktober Jam 15.00 WIB”

Hasil wawancara mengenai strategi dalam memilih karyawan dan bagaimana agar karyawan tetap semangat dalam hal berkerja kepada pemilik usaha Lopek Bugi Bu Rina senen pada tanggal 26 oktober 2020 jam 15.15 WIB

“ Dalam pemilihan karyawan saya selalu memilih orang desa sini, karna saya kenal dan tau orangnya gimana, dan juga dalam kerja pasti ada yang enggak sesuai dengan kita, jadi ya pandai- pandai lah milih karyawannya. Ya kalo saya pribadi ada cara tersendiri supaya karyawan tetap semangat dalam berkerja, contohnya saja kalo penjualan di hari libur meningkat mereka saya kasih bonus, dan juga kami hampir setiap akhir tahun ada jalan-jalan gitu, jadi ya karyawan disini sudah saya anggap saudara sendiri, dengan begitu mereka juga senang, semangat dan juga yg paling penting mereka jujur dalam hal perkerjaannya.” (Bu Rina Pemilik Usaha Lopek Bugi pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 15.15)

Hasil wawancara peneliti dengan Pemilik Usaha mengenai Pelatihan yang diikuti pemilik usaha selama membuka usaha Lopek Bugi pada senen 26 oktober 2020 jam 15.30 WIB

“ untuk pelatihan, pada awal tahun kami buka sampai beberapa tahun berikutnya kami tidak ada mengikuti pelatihan, tapi 2 tahun kebelakangan ini sering sekali kami mengikuti pelatihan yang diadakan pemerintah khusus untuk pemilik usaha Lopek Bugi ini, contohnya saja minggu kemarin kami baru saja mengikuti pelatihan untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) guna untuk mempertahankan usaha-usaha yang ada di sekitar Kabupaten Kampar. Dan kami

lebih merasa ter-arahkan dengan adanya pelatihan ini ”(Bu Rina Pemilik Usaha Lopek Bugi pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 15.30)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa pihak pemerintah setempat tahun ini rutin melaksanakan pelatihan dan study banding yang diberikan kepada para pemilik Usaha Lopek Bugi agar para pemilik usaha memiliki tambahan atau pengalaman baru terkait cara-cara dalam mengelolah usaha hingga produk yang di hasilkan memiliki kualitas yang akan menjadi lebih baik.

Bu Inong pekerja Lopek Bugi pada hari senen tanggal 26 oktober 2020 jam 15.45 WIB mengatakan:

“ Sebelumnya dulu memang tidak ada pelatihan khusus dari pemerintah,tapi 2 tahun belakangan ini sudah mulai ada, di tahun ini pemilik usaha sering dapat undangan untuk pelatihan ke aula desa yang di adakan pemerintah setempat, di minggu depan ini juga ada undangan untuk membuat sertifikat halal untuk usaha Lopek Bugi ini” (Bu Inong hari senen pada tanggal 20 juli 2020 jam 15.30 WIB)

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan studi banding 2 tahun belakangan ini sudah cukup banyak, yang selama ini dari awal buka usaha tidak ada pelatihan, dan pada tahun ini sudah ada beberapa kali pelatihan untuk pemilik usaha Lopek Bugi.

Berdasarkan hasil pengamatan (observasi) yang penulis lakukan di Usaha Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang, penulis dapat melihat langsung bahwa ada faktor yang menjadi penghambat didalam aspek kewirausahaan ini ialah kurangnya komunikasi antara pemilik dan pemerintah

setempat sehingga menyebabkan hal-hal yang diharapkan oleh para pemilik dan pihak pemerintah setempat tidak menjadi satu tujuan, hal ini menyebabkan para pemilik terkhususnya usaha Lopek Bugi Bu Rina merasa bahwa pelatihan dan study banding yang dari awal buka tidak ada di laksanakan membuat mereka meraba-raba dalam mengembangkan usaha mereka.

Dari hasil wawancara dan obeservasi diatas dapat disimpulkan bahwa terkait pelatihan dan studi banding tersebut pihak Pemerintah setempat perlu melakukan evaluasi serta peninjauan terhadap setiap program yang akan dibuat dan dilaksanakan sehingga harapan dan tujuan dapat tercapai dan terlaksana sesuai dengan keinginan bagi pihak pemerintah dan bermanfaat bagi pemilik Usaha Lopek Bugi Bu Rina.

Berdasarkan wawancara peneliti pemilik usaha lopek Bugi bu Rina ini dalam setiap aspek nya memiliki strategi tersendiri, dalam aspek permodalan, produksi, pemasaran dan kewirausahaan, hanya saja Usaha Lopek Bugi Bu Rina ini belum ada perkembangan, dan setiap tahunnya produksi dan penjualan lopek bugi Bu Rina ini mengalami penurunan.

Dari keempat aspek diatas peneliti memilih strategi aspek pemasaran sebagai aspek paling baik, karena dalam pemasaran bu Rina mau yang terbaik untuk konsumennya, dari bahan-bahan pilihan yang dia pakai untuk produksi sampai dengan kebersihan dan rasa yang selalu dijaga olehnya dalam hal penjualannya.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Pengembangan pada suatu usaha sangat penting selain untuk menjaga usaha tersebut untuk tetap berjalan namun juga untuk mendatangkan keuntungan-keuntungan yang lebih besar dari hasil sebelumnya sehingga usaha tersebut tidak kalah saing dengan usaha usaha lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang penulis telah lakukan mengenai Analisis Faktor-faktor pengembangan usaha Lopek Bugi Bu Rina Desa Palung Raya Kecamatan Tambang, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa usaha Lopek Bugi Bu Rina ini memiliki strategi tersendiri dalam setiap aspeknya hanya saja belum mengalami pengembangan dan terdapat penurunan dalam penjualan setiap tahunnya disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

1. Sumber modal usaha lopek Bugi Bu Rina menggunakan modal sendiri untuk membeli bahan baku, dan dalam setiap tahunnya harga bahan baku naik, tapi Usaha Lopek Bugi bu Rina tidak menaikkan harga jual lepatnya, hanya saja memperkecil isinya.
2. Dalam pemasaran Usaha Lopek Bugi Bu Rina ini jarang membuat promosi, dengan mengikuti perkembangan teknologi dan hanya mengandalkan konsumen tetap saja.
3. Pelatihan yang di ikuti bu Rina baru aktif 2 tahun belakangan ini saja,

karna dari awal buka tidak ada mengikuti pelatihan/ studi banding.

4. Banyaknya saingan usaha yang membuka usaha lopek bugi

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah :

1. Industri Lopek Bugi Bu Rina perlu penambahan modal sehingga dapat memperbanyak produk yang diproduksi dengan cara memajukan proposal pinjaman usahan kepada koperasi-koperasi terdekat atau tempat peminjaman yang lainnya.
2. Industri Lopek Bugi Bu Rina perlu memperhatikan ketersediaan bahan baku yang terkadang kehabisan stok diindustri tersebut.
3. Industri Lopek Bugi Bu Rina perlu memperhatikan pemasaran dan promosinya, dan sebaiknya juga mengikuti trend sekarang seperti mempromosikan di media sosial atau lainnya, sehingga produk tersebut lebih banyak yang tau .
4. Industri Lopek Bugi Bu Rina perlu memperbanyak mengikuti pelatihan atau sejenisnya untuk memperlajari hal-hal yang berkaitan dengan usaha UKM memperhatikan aspek kewirausahaan guna untuk memajukan industri tersebut.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adiningsih, Sri. 2003. Ekonomi mikro. Yogyakarta : BPFE
- Almi, Buchari. 2014. Pengantar Bisnis. Bandung : Alfabetas
- Assauri, Sofjan. 2007. Manajemen Produksi. Jakarta : Rajawali Pers
- Anoraga, Panji. 2004. *Manajemen Bisnis*, PT. Rineka Cipta.
- Anoraga, Panji. 2011. *Pengantar Bisnis*, Rineka Cipta.
- Buku Pedoman penelitian Proposal dan Skripsi Fakultas Fisipol
- Carunia mulya firdausy, made, 2018 strategi pengembangan ekonomi kreatif di indonesia. Jakarta.
- Faried Ali 2019 teori dan konsep Administrasi, RajaGrafindo Persada
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran (Alih bahasa : Hendra Teguh, Se, Ak) Jilid 1 dan 2. Jakarta, Edisi Sembilan.
- Moekijat, Rauch Dan Behling. 2003. Manajemen Tenaga Kerja Dan Hubungan Kerja. Bandung: CvVionor Jaya
- Muhammad, Arni. 2005. Komunikasi Organisasi. Jakarta : Bumi Aksara
- Rahmawati, Kusdiyah, Ike. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: penerbit ANDI.
- Rio F. Wilantara, susilawati 2016 strategi dan kebijakan pengembangan umkm. Bandung, PT refika aditama
- Sedermayanti. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: PT Refika

Siagian, Sondang P. 2012. *Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: Pt Bumi Aksara. 101

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: ALFABETA

Sule E, Saufullah K. 2005. *Pengantar Manajemen*. Penerbit Prenada Media, Jakarta

Sunyoto, Danang. 2015, *Strategi Pemasaran*. CAPS, Yogyakarta.

Sutarno Ir. 2012. *Serba – Serbi Manajemen Bisnis*. Graha Ilmu, Yogyakarta

Soeharno. 2006. *Teori Mikro Ekonomi*. Surakarta : ANDI Yogyakarta.I

Soemarso.2004. *Akuntansi Sebagai Pengantar*: Jakarta: Salemba Empat

Swastha Dharmmesta 2002 manajemen pemasaran Jakarta selatan : Universitas Terbuka

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Andi Offset 102

Tjiptono, Fandy, et.al. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta, CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, CV Andi Offset

V. Wiratna sujarweni 2019, akuntansi umkm, Yogyakarta. PT Pustaka Baru

Sumber website:

Masiyah Kholmi, 2003, analisis potensi industri kecil : studi kasus di Kabupaten Malang,. (On line) [http://dra.masiyahkholmi.blogspot.com/2003/potensi industri kecil%3A studi kasus di kabupaten malang dra. masiyah kholmi.html](http://dra.masiyahkholmi.blogspot.com/2003/potensi%20industri%20kecil%3A%20studi%20kasus%20di%20kabupaten%20malang%20dra.%20masiyah%20kholmi.html). diakses 25 November 2016.

JURNAL

Edy Suandi Hamid, Y Sri Susilo, 2011. *Strategi pengembangan Usaha mikro kecil dan menengah di provinsi daerah istimewa yogyakarta*. Vol 12 No 1 juni 2011 him 45-55.

Miftakhurrizal Kurniawan 2017. *Analisis strategi pengembangan usaha minuman sari buah sirsak kabupaten kediri* . Vol 6 No 2;97-102 July 2017 ISSN 2252-7877

Rivina Safitri, Darmawan Salman, Rahma Danih 2018. *Strategi pengembangan usaha kuliner studi kasus warung lemang di jenepono, sulawesi selatan*. Vol 14 No 2 juni 2018

Timotius Primawardana, 2015. *Strategi Pengembangan usaha Pada “Yulia Bakery” sidoarjo*. Vol 3, No 2 2015

Verniaputri,M Khalid 2016. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk meningkatkan citra kota malang sebagai destinasi wisata*. Vol.38 No 2 September 2016.

Skripsi dari perpustakaan Universitas Islam Riau:

Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Sentra Pandai Besi Amanah Di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar
KAMARUDDIN
NPM : 127210561

Analisis Pengembangan Usaha Pada Industri Kecap Ban Ek Can Bagan Siapi-Api Kabupaten Rokan Hilir
LUSIANA
NPM : 1272100303