

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK DANGKE
DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN
KELUARGA (STUDI KASUS DI KECAMATAN
ANGGERAJA KABUPATEN ENREKANG)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



NAJMAWATI B
17 0401 0141

IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK DANGKE
DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN
KELUARGA (STUDI KASUS DI KECAMATAN
ANGGERAJA KABUPATEN ENREKANG)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Pembimbing:
Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA**

IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang) yang ditulis oleh Najmawati B Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0141 mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, 08 Februari 2022 Miladiyah bertepatan dengan 07 Rajab 1443 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 22 Februari 2022

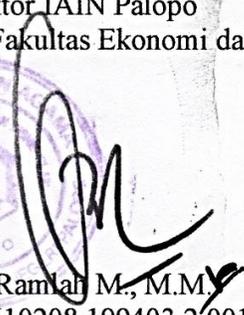
TIM PENGUJI

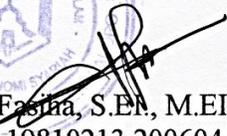
- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | () |
| 2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Mujahidin, Lc., M.EI. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP 19610208 199403 2 001


Dr. Fasifa, S.EI., M.EI.
NIP 19810213 200604 2 002

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Najmawati B

NIM : 17 0401 0141

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 07 Februari 2022
Yang membuat pernyataan,



Najmawati B

NIM 17 0401 0141

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangeke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat serta salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah Swt, sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan dari berbagai pihak walaupun penulisan ini masih jauh dari kata sempurna.

Penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua saya, Ayahanda Baddu, Ibunda Sahuri yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah swt. Memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga

sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moral maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berkah dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol, M. Ag, Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M. Wakil Dekan I, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H., M.H. dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.EI. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. selaku Ketua program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo beserta para dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak memberi arahan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan, bimbingan serta masukan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Muzayyanah Jabani, ST., M.M dan Mujahidin, Lc., M.EI. selaku Penguji 1 dan Penguji 2 yang telah memberikan arahan dan masukan dalam rangka penyelesaian skripsi.
6. Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Penasihat Akademik.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.Ag, beserta staf yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
8. Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang turut andil dalam penyusunan skripsi ini, yang juga banyak memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Saudara-saudariku dan seluruh keluarga yang selama ini membantu dan tak henti untuk selalu mendo'akan dalam penyelesaian skripsi ini. Mudah-mudahan Allah SWT mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
10. Kepada para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian.
11. Kepada sahabat-sahabatku, terimakasih telah menjadi sahabat yang setia untuk menemani, menerima setiap keluh kesah dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2017 Ekonomi Syariah D yang selama ini selalu memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini dan berjuang bersama-sama, saling menyemangati, saling mendukung yang akan menjadi salah satu kenangan terutama dalam proses penyusunan skripsi ini.

13. Kepada semua pihak yang telah membantu demi kelancaran dalam penyusunan kripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih yang sebesar-besarnya.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Penulis menyadari bahwa karya yang terlahir dari ketidak sempurnaan, dengan ini penulis berharap saran dan kritik demi kesempurnaan karya ini di masa mendatang. Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Aamiin Ya Rabbal Alamiin.

Palopo, 07 Februari 2022



Najmawati B

IAIN PALOPO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ص	Syin	Sy	es dan ye
ض	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ط	ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ظ	ṭa	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	<i>fathah dan yā</i>	Ai	a dan i
يُو	<i>kasrah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ اِي	<i>fathah dan alif atau yā</i>	Ā	a dan garis diatas
إِي	<i>kasrah dan yā</i>	Ī	i dan garis diatas
أُو	<i>dammah dan wau</i>	Ū	u dan garis diatas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةَ الْأَطْفَالِ

: raudah al-atfāl

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ

: al-madīnah al-fādilah

الْحِكْمَةُ

: al-ḥikmah

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *Tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā

نَجَّيْنَا : najjainā

الْحَقُّ : al-haqq

نُعْمٌ : nu'ima

عَدُوٌّ : 'aduwwun

Jika huruf *ى* bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (*يَ*), maka ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَسْفَاةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah,

dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarḥ al-Arba'in al-nawāw

Risālah fī Ri'āyah al-maṣlahah

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata ‚Allah‘ yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā marbutāh* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-Jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْفِيْرَ حَمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama

diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-laz'i unzila fih al-Qur'an

Naşr al-Din al-Tūsi

Naşr Hāmid Abū Zayd

Al- Tūfi

Al-Maşlahah fi al-Tasyri' al-Islāmi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak/)

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu>

(bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu

harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abu al-Walid Muhammad

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid
(bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:



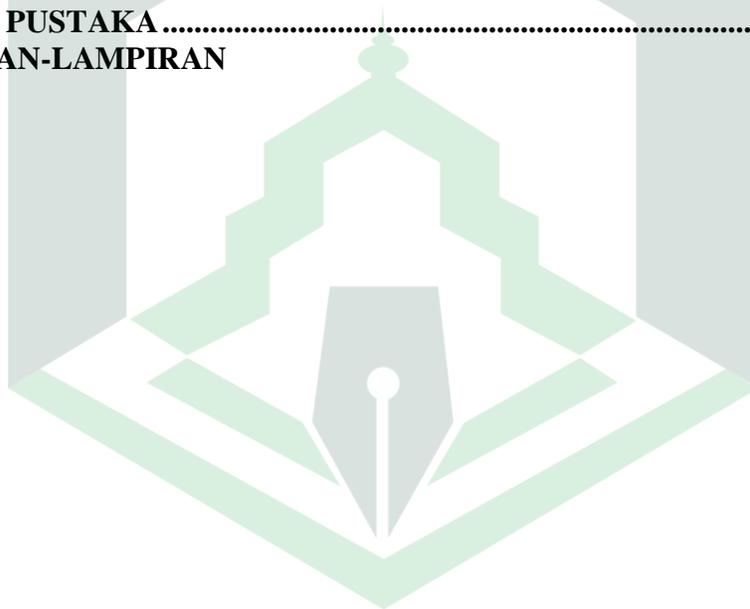
swt.	: <i>subhānahū wa ta'ālā</i>
saw	: <i>sallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
QS	: <i>Qurān surah</i>
Cet	: Cetakan
Terj.	: Terjemahan
Vol.	: Volume
No.	: Nomor
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
RI	: Republik Indonesia
KBBI	: Kamus Besar Bahasa Indonesia
M	: Masehi
H	: Hijriyah

IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PRAKATA	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR AYAT	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Deskripsi Teori	13
1. Strategi	13
2. Pengembangan Usaha	17
3. Strategi Pengembangan Usaha.....	22
4. Analisis SWOT	29
5. Peningkatan Pendapatan	36
C. Kerangka Pikir	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
B. Fokus Penelitian.....	44
C. Definisi Istilah.....	45
D. Desain Penelitian	45
E. Data dan Sumber Data	46
F. Instrumen Penelitian	47
G. Teknik Pengumpulan Data.....	47
H. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
I. Teknik Analisis Data	49

BAB IV	DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	53
	A. Deskripsi Data.....	53
	B. Hasil Penelitian.....	64
	C. Pembahasan.....	82
BAB V	PENUTUP	104
	A. Simpulan.....	104
	B. Saran.....	106
	DAFTAR PUSTAKA	107
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	



IAIN PALOPO

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 77 QS Al-Qasas/28: 77	38
--	----



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Diagram Matriks SWOT	35
Tabel 4.1	Luas Daerah Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Anggeraja	55
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Menurut Desa/Kelurahan dan Jenis Kelamin di Kecamatan Anggeraja	57
Tabel 4.3	Jumlah Dusun dan Lingkungan Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Anggeraja	58
Tabel 4.4	Jumlah Sarana Pendidikan di Kecamatan Anggeraja.....	60
Tabel 4.5	Luas Panen Tanaman Palawija di Kecamatan Anggeraja.....	61
Tabel 4.6	Luas Panen Tanaman Sayuran di Kecamatan Anggeraja.....	62
Tabel 4.7	Produksi Tanaman Sayuran Menurut Jenis Sayuran di Kecamatan Anggeraja	63
Tabel 4.8	Pendapatan Balda Hidayah Sebelum dan Sesudah Menerapkan Strategi Pengembangan Usaha	78
Tabel 4.9	Pendapatan Jamira Sebelum dan Sesudah Menerapkan Strategi Pengembangan Usaha	79
Tabel 4.10	Pendapatan Hasniar Sebelum dan Sesudah Menerapkan Strategi Pengembangan Usaha	80
Tabel 4.11	Pendapatan Halia Bachtiar Sebelum dan Sesudah Menerapkan Strategi Pengembangan Usaha	81
Tabel 4.12	Faktor-faktor yang Menjadi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman terhadap Pengembangan Usaha Keripik Dangke	84
Tabel 4.13	Faktor Strategi Internal Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja	87
Tabel 4.14	Faktor Strategi Eksternal Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja	89
Tabel 4.15	Tahap Perhitungan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.....	90
Tabel 4.16	Diagram Matriks SWOT dalam Pengembangan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	42
Gambar 4.1 Alur Pembuatan Keripik Dangeke	65
Gambar 4.2 Kuadran Strategi SWOT Usaha Keripik Dangeke.....	91



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

- 
- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
 - Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
 - Lampiran 3 Surat Keterangan Wawancara
 - Lampiran 4 SK Penguji
 - Lampiran 5 Buku Kontrol
 - Lampiran 6 Kartu Kontrol
 - Lampiran 7 Nota Dinas Pembimbing
 - Lampiran 8 Halaman Persetujuan Pembimbing
 - Lampiran 9 Halaman Persetujuan Tim Penguji
 - Lampiran 10 Nota Dinas Tim Penguji
 - Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah
 - Lampiran 12 Sertifikat Oscar
 - Lampiran 13 Sertifikat Matrikulasi
 - Lampiran 14 Surat Keterangan Membaca & Menulis Al-Qur'an
 - Lampiran 15 Transkrip Nilai
 - Lampiran 16 Sertifikat TOEFL
 - Lampiran 17 Surat Keterangan Lunas UKT
 - Lampiran 18 Cek Plagiasi dan Verifikasi
 - Lampiran 19 Dokumentasi
 - Lampiran 20 Riwayat Hidup

IAIN PALOPO

ABSTRAK

Najmawati B, 2022. *“Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)”*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh. Ruslan Abdullah.

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola pengembangan usaha keripik dangke, mengkaji strategi pengembangan usaha keripik dangke serta mengkaji pendapatan pelaku usaha yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu peneliti dimaksudkan untuk mengumpulkan data atau informasi mengenai suatu fenomena yang ada. Teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan teknik analisis data melalui proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sumber data yang digunakan oleh peneliti ada dua yaitu data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola/sistem pengembangan usaha yang dilakukan yaitu strategi produksi dengan menggunakan bahan baku berkualitas, penjualan langsung dengan cara eceran, penyaluran ke pasar dan kios-kios, promosi dari mulut ke mulut dan online, dan terakhir meningkatkan kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil analisis SWOT terdapat strategi pengembangan usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja yaitu Mempertahankan kualitas produk untuk menjaga permintaan pasar, Meningkatkan sumber daya yang dimiliki dalam rangka peningkatan produksi, Pengembangan berbagai varian rasa keripik dangke, Perlu modifikasi kemasan yang lebih menarik, Menambah jaringan pemasaran diluar wilayah Kabupaten Enrekang, Tingkatkan daya saing dengan cara menjaga kualitas produk, Tingkatkan kreativitas melalui promosi supaya wilayah pemasaran luas, Menjaga produksi dan pangsa pasarnya, Optimalkan kapasitas produksi dan lakukan pendekatan kemitraan. Dimana dengan menerapkan strategi pengembangan usaha dapat meningkatkan pendapatan para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Kata kunci : Strategi Pengembangan, Peningkatan Pendapatan.

ABSTRACT

Najmawati B, 2022. “*Dangke Chips Business Development Strategy in an Effort to Increase Family Income (Case Study in Anggeraja Sub-district, Enrekang Regency)*”. Thesis of Islamic Economics Study Program Faculty of Islamic Economics and Business Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muh. Ruslan Abdullah.

This thesis discusses the Dangke Chips Business Development Strategy in an Effort to Increase Family Income (Case Study in Anggeraja District, Enrekang Regency). This study aims to examine the pattern of dangke chips business development, examine the strategy of developing dangke chips business and examine the income of business actors in Anggeraja District, Enrekang Regency. This study uses a qualitative method, namely the researcher is intended to collect data or information about an existing phenomenon. Data collection techniques obtained through observations, interviews and documentation. By using data analysis techniques through the process of data reduction, data presentation and drawing conclusions. There are two sources of data used by researchers, namely primary and secondary data. The results showed that the pattern/system of business development carried out was a production strategy using quality raw materials, direct sales by retail, distribution to markets and kiosks, word of mouth and online promotions, and finally improving service quality. Based on the results of the SWOT analysis, there is a strategy for developing dangke chips business in Anggeraja District, namely Maintaining product quality to maintain market demand, Increasing available resources in order to increase production, Development of various flavors of Dangke chips, Need to modify more attractive packaging, Add marketing network outside Enrekang Regency area, Increase competitiveness by maintaining product quality, Increase creativity through promotions so that the marketing area is wide, Maintain production and market share, Optimize production capacity and take a partnership approach. Where by implementing a business development strategy can increase the income of dangke chips business actors in Anggeraja District, Enrekang Regency.

Keywords: Development Strategy, Revenue Increase.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemerintah Sulawesi Selatan membuat gerakan pengembangan ekonomi masyarakat (Gerbang Emas) yang dijadikan sebagai suatu program. Salah satu sasaran dari program ini ialah dengan mendorong pengembangan sapi perah sehingga bisa membuat Provinsi Sulawesi Selatan sebagai penghasil susu segar terbanyak diluar pulau Jawa.¹

Berkembangnya sektor industri, khususnya industri kecil rumah tangga merupakan salah satu penggerak roda perekonomian di Kabupaten Enrekang. Selain daerah yang kaya wisata, Kabupaten Enrekang juga memiliki kuliner khas tradisioal yaitu dangke. Dimana dangke itu sendiri ialah produk pangan lokal unggulan serta makanan tradisional yang sangat disenangi oleh warga Kabupaten Enrekang maupun diluar Enrekang. Dangke itu sendiri terbuat dari fermentasi susu sapi yang diolah secara tradisional dengan nilai gizi yang tinggi karena mengandung zat-zat gizi seperti protein, lemak, vitamin dan mineral. Susu segar tersebut yang berasal dari susu sapi memiliki kandungan kalsium sebesar 3,9%, kadar laktosa sekitar 4,6% dan kadar protein sekitar 0,6%.²

¹ Nur Hidayah, *Analisis Produksi dan Strategi Pemasaran Usaha Dangke Sebagai Pangan Lokal (Studi Kasus di UD Sudarman Kawal di Desa Bontok Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang)*, (Makassar: Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019), 5. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/7726-Full_Text.pdf

² Hasnita, et.al, "Analisis Strategi pengembangan Industri Rumah Tangga Usaha Dangke (Studi Kasus di Desa Sumbang, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan)",

Banyaknya peternak sapi perah menjadi potensi untuk usaha dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Satu sapi berpotensi menghasilkan 15 liter susu yang bisa dibuat dangke hingga 15 biji jika susu kental. Namun, produk ini hanya memiliki masa simpan yang sangat singkat yang menyebabkan jangkauan pasar produk ini kurang meluas, karena sentuhan teknologi yang masih bersifat sederhana seperti alat untuk memperpanjang masa simpan produk dangke, yang mampu memproduksi produk dengan jumlah banyak dan mampu menciptakan berbagai macam bentuk dan olahan lainnya. Sehingga dapat menyebabkan proses pemasaran dan pendistribusiannya kurang meluas. Hal inilah yang menjadi sebuah permasalahan bagi masyarakat Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, Sehingga masyarakat disini melakukan sebuah inovasi untuk mengolahnya menjadi keripik dangke. Dimana keripik dangke merupakan suatu makanan cemilan yang terbuat dari bahan dasar dangke, susu sapi dan tepung. Tepung ini umumnya berasal dari ubi kayu, tetapi yang dipakai oleh masyarakat Kecamatan Anggeraja ialah tepung yang terbuat dari beras ketan.³

Perkembangan ekonomi sangat dibutuhkan oleh setiap negara, karena dengan adanya kenaikan perkembangan ekonomi dibuktikan dengan kesejahteraan pada kenaikan output perkapita serta daya beli masyarakat yang

Jurnal Wiratani, 1 no. 2 (Desember 2018): 180.
<https://jurnal.agriusaha.umi.ac.id/index.php/wiratani/article/download/30/29>

³ Devi Nurul Fana, *Analisis Nilai Tambah Komoditi Dangke Menjadi Kerupuk Dangke (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)*, (Makassar: Skripsi Universitas Islam Makassar, 2019), 5.
https://www.academia.edu/38103065/PROPOSAL_NILAI_TAMBAH_AGROINDUSTRI_KERIPIK_DANGKE

terus bertambah. Salah satu cara agar pertumbuhan ekonomi pada sektor masyarakat mampu meningkat yaitu dengan membuat sebuah usaha. Karena usaha ialah sebuah proses untuk menciptakan sebuah inovasi dengan cara yang kreatif untuk menyelesaikan sebuah permasalahan dengan tujuan untuk memperbaiki kehidupan.⁴

Strategi pengembangan usaha ialah sebuah proses untuk memperbaiki cara dalam mengerjakan suatu usaha yang sudah ada maupun yang akan datang dengan meningkatkan kualitas sebuah usaha dengan menggerakkan fikiran dan tenaga seperti motivasi dan kreativitas untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang yaitu dari segi pemasaran produk dan mereka memproduksi keripik dangke terbatas apabila ada permintaan saja sehingga sulit untuk berkembang.⁵ Permasalahan tersebut tentu sangat menghambat pengembangan usaha pada peningkatan pendapatan. Oleh sebab itu, para pelaku usaha keripik dangke harus bisa merumuskan strategi pengembangan yang bagus sehingga memiliki target serta sasaran dengan tujuan untuk meningkatkan penghasilannya. Dalam hal ini dapat mempermudah para pelaku usaha keripik dangke dalam menganalisis berbagai kendala yang terjadi di lapangan sehingga

⁴ Novia Sridewi, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*, (Mataram: Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram, 2020), 1. <http://etheses.uinmataram.ac.id/173/1/Novia%20Sridewi%20160203166.pdf>

⁵ Mahyus, Fieda Wahyuni, "Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Pada Kinerja Pengusaha Skala Kecil (Pengusaha Dangke) Di Desa Lebang, Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang", *Journal Of Buniness Administration*, 1 no. 1 (Oktober 2018): 2. <http://journal-uim-makassar.ac.id/index.php/JBAS/article/view/39/pdf>

bisa mengambil kebijakan ataupun strategi yang tepat untuk menyelesaikan sebuah permasalahan yang sedang dialami oleh para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja sehingga bisa berkembang dan mampu berjalan dengan baik.

Dari penjelasan diatas, peneliti disini tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “*Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)*”, kegiatan ini dijadikan sebagai inovasi baru bagi masyarakat Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

B. Batasan Masalah

Dalam melakukan sebuah penelitian, perlu adanya batasan pada permasalahannya dengan berfokuskan kepada bagaimana pola/sistem pengembangan usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dalam upaya meningkatkan pendapatannya.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pola/Sistem Pengembangan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang?
3. Bagaimana Pendapatan Pelaku Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pola/Sistem Pengembangan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.
3. Untuk Mengetahui Pendapatan Pelaku Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini bisa menambah pengetahuan kepada para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja mengenai strategi pengembangan usaha yang digunakan untuk meningkatkan pendapatannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan penelitian selanjutnya bisa memperbaiki kekurangan yang ada pada penelitian ini.

- b. Bagi Masyarakat

Diharapkan pada penelitian ini agar mampu memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai strategi pengembangan usaha yang bisa digunakan dengan tujuan agar dapat meningkatkan pendapatannya,

dalam hal ini bagi para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang.



IAIN PALOPO

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan digunakan sebagai bahan referensi, bahan pembanding untuk menghindari kesamaan objek penelitian dan menganalisis letak perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Adapun hasil penelitian yang dikemukakan oleh peneliti sebelumnya yakni:

1. Penelitian Novia Sridewi dalam skripsi yang berjudul “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang dilaksanakan oleh rumah makan sukma rasa dan hambatan yang dihadapi oleh rumah makan sukma rasa dalam mengembangkan usahanya. Data yang digunakan pada riset ini ialah data primer dan sekunder. Sementara metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Dimana penelitian ini mendapatkan hasil yaitu strategi yang dilaksanakan oleh rumah makan sukma rasa dalam meningkatkan pendapatannya yaitu menambah varian produknya, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan menggunakan konsep penjualan yang baru. Strategi tersebut mampu meningkatkan pendapatan rumah makan sukma rasa walaupun belum maksimal karena pendapatan perbulannya masih bersifat fluktuatif. Adapun yang menjadi faktor penghambat pada

pengembangan usaha rumah makan sukma rasa itu sendiri ialah karena kurangnya manajemen operasional dan rendahnya sumber daya manusia.⁶ Pada penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis dimana sama-sama meningkatkan pendapatan dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan strategi yang digunakan pada pengembangan usahanya dengan meningkatkan pendapatan industri. Sedangkan yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek dan lokasi penelitian.

2. Penelitian Widya Elga Pramesthi dalam skripsi yang berjudul “*Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi pada Pengrajin Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)*”. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian Kualitatif. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitiannya yaitu sentra industri pandai besi tradisional di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung menggunakan strategi pengembangan usaha dengan menjaga dan mempertahankan kualitas produk, melaksanakan penetrasi pasar melalui promosi, melaksanakan distribusi produk, dan membuat berbagai variasi produk baru serta mengikuti

⁶ Novia Sridewi, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*, (Mataram: Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram, 2020),1. <http://etheses.uinmataram.ac.id/173/1/Novia%20Sridewi%20160203166.pdf>

pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, serta menjalin hubungan baik dengan cara kerjasama antar pelaku industri, pelanggan dan pengepul (juragan).⁷ Pada penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yaitu dari segi metode penelitiannya. Sedangkan yang menjadi pembeda yaitu penelitian terdahulu tidak menggunakan alat analisis data, sedangkan penelitian penulis menggunakan alat analisis data yaitu Analisis SWOT.

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Julda Urfi Zahro dalam skripsi yang berjudul, "*Strategi Pengembangan Usaha Industri Konveksi dalam Meningkatkan Pendapatan Industri (Studi Kasus Konveksi Marina Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)*". Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha konveksi Marina dalam meningkatkan pendapatan industri dan untuk menganalisis yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam mengembangkan usaha konveksi Marina dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan industri. Dimana penelitian ini mendapatkan hasil yaitu Strategi pengembangan usaha yang dilaksanakan oleh Konveksi Marina dalam meningkatkan pendapatannya ialah dengan membuat sebuah produk yang

⁷ Widya Elga Pramesthi, *Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi pada Pengrajin Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020), 45. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/18086/>

bekualitas tinggi dengan mengedepankan pada jahitannya agar produknya tidak mudah rusak. Dalam menetapkan harga produknya Konveksi Marina menghitung semua biaya-biaya dan menetapkan dengan harga yang terjangkau agar produknya banyak diminati oleh konsumen. Pendistribusian produk yang dilaksanakan oleh Konveksi Marina ialah dengan mencari lokasi strategis yang mudah diakses dan mencari lokasi yang daya konsumtif warga tinggi. Untuk promosi yang dilaksanakan oleh Konveksi Marina ialah dengan promosi mulut ke mulut. Selain itu Konveksi Marina juga menggunakan teknologi bagus dan canggih untuk memproduksi produknya, memanfaatkan modal dengan baik dan kepemimpinan Konveksi Marina juga memiliki kecakapan untuk mengatur lingkungan kerja pada mengembangkan usaha. Adapun yang menjadi faktor penghambat pada pengembangan usaha ini yaitu faktor transportasi, promosi dan sumber daya manusia.⁸ Penelitian ini memiliki persamaan dengan riset penulis dimana sama-sama meningkatkan pendapatan dan sama-sama sebagai penelitian kualitatif dan strategi pengembangan usahanya dalam meningkatkan pendapatan. Sedangkan yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek dan lokasi penelitian.

⁸ Julda Urfi Zahro, *Strategi Pengembangan Usaha Industri Konveksi dalam Meningkatkan Pendapatan Industri (Studi Kasus Konveksi Marina Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021), 77. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/21772/>

4. Penelitian yang ditulis oleh Risda Pratiwi dalam skripsi yang berjudul “*Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV Uul Jaya Kabupaten Langkat)*”. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendiskripsikan gambaran umum usaha, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha, dan mengetahui alternatif strategi pengembangan usaha yang efektif pada meningkatkan pendapatan CV. Steba Advertising Semarang. Hasil dari penelitian ini ialah strategi pengembangan usaha yang dilaksanakan yaitu dengan memproduksi rengginang pulut yang berkualitas, menjual produk dengan harga yang murah, meningkatkan promosi penjualan dan memilih lokasi yang strategis. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilaksanakan yaitu faktor internal yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha rengginang pulut CV. Uul Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat ialah kekuatan (harga yang murah, bahan baku yang berkualitas, sarana dan prasarana yang memadai). Adapun kelemahannya yaitu (menggunkan strategi promosi sederhana, tidak ikut pada pameran, dan strategi pemasaran yang tidak jelas). Faktor eksternal yang mempengaruhi strategi usaha rengginang pulut yaitu peluang (meningkatkan ekonomi keluarga, permintaan pasar dan meningkatnya jumlah pemborong). Adapun ancamannya yaitu (menurunnya daya beli

masyarakat, faktor cuaca dan mahal nya harga bahan baku).⁹ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini ialah dari segi analisis datanya sama-sama menggunakan analisis SWOT. Sedangkan yang menjadi pembeda dari penelitian ini dengan penelitian yang dilaksanakan oleh penulis ialah dari objek yang diteliti.

5. Penelitian yang dilaksanakan oleh Fitriany dalam jurnal yang berjudul “*Strategi Pengembangan Usaha UKM guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Pada Usaha Toko Roti Futry Maros di Maros Sulawesi Selatan*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengembangan usaha UKM Roti Futry Maros dalam meningkatkan pendapatan karyawannya. Hasil dari penelitian ini ialah strategi pengembangan usaha yang dilaksanakan yaitu melalui strategi produk dengan memberikan kualitas produk roti yang enak sesuai dengan selera warga dengan berbagai varian rasa. Strategi harga, Toko Roty Futry menetapkan harga yang terjangkau bagi semua kalangan konsumen. Strategi promosi, Toko Roti Futry menetapkan promosi penjualan melalui media dengan cara penyebaran brosur. Sedangkan strategi tempat yang dilaksanakan seperti perluasan lokasi dan memperbanyak pegawai. Strategi yang diterapkan tersebut sudah mampu berjalan dengan baik serta mampu

⁹ Risdha Pratiwi, *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV Uul Jaya Kabupaten Langkat)*, (Sumatera Utara Medan: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), 90. <http://repository.uinsu.ac.id>

bersaing dengan home industri makanan lainnya di Maros Sulawesi Selatan.¹⁰ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha industri dan juga metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Perbedaannya ialah terletak pada objek penelitian dan variabel terikat. Pada penelitian ini objek penelitiannya ialah usaha keripik dangke, sedangkan penelitian terdahulu mengambil objek industri makanan. Pada variabel terikat penelitian terdahulu ialah meningkatkan pendapatan karyawan, sedangkan penelitian ini variabel terikatnya membahas pendapatan keluarga.

B. Deskripsi Teori

1. Strategi
 - a. Definisi Strategi

Menurut Ismail Solihin, strategi adalah sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang. Sementara Nanang Fatah berpendapat bahwa bahwa strategi ialah langkah-langkah yang sistematis dan sistematis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan.¹¹

¹⁰ Fitriany, "Strategi Pengembangan Usaha UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Pada Usaha Toko Roti Futry Maros Di Maros Sulawesi Selatan", *Jurnal Ilmiah, Usaha dan Kewirausahaan JBK*, Vol 8 1 No. 2 (2019): 24. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk/article/view/639>

¹¹ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 1-2.

Sedangkan pada manajemen strategi Mintsberg menyatakan strategi seperti 5 P yaitu strategi sebagai perencanaan, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, strategi sebagai perspektif dan strategi sebagai permainan.¹² Strategi disini tidak hanya sekedar ingin mencapai akan tetapi strategi bertujuan untuk mempertahankan kehidupan dalam suatu lingkungan organisasi tersebut, sehingga strategi mampu dimaknai seperti sarana organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

b. Perumusan Strategi

Perumusan strategi digunakan dengan baik dan harus memperhatikan berbagai faktor, baik itu faktor dari dalam maupun luar industri. Adapun tahap-tahap pada perumusan strategi yaitu:¹³

1) Pengembangan Misi Bisnis (usaha)

Misi usaha yakni gambaran industri yang bergerak pada sebuah bidang dengan tujuan tertentu yaitu berasal dari misi organisasi yang disusun dengan baik, mengidentifikasi tujuan mendasar dan mengidentifikasi jangkauan operasi industri pada produk yang ditawarkan. Misi tersebut harus dikembangkan terlebih dahulu sebelum merumuskan strategi. Dimana misi usaha industri yakni dari perumusan strategi itu sendiri.

¹² Dearlina Sinaga, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 188.

¹³ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 82-117.

2) Mengidentifikasi peluang dan ancaman lingkungan eksternal industri

Setelah kita melaksanakan pengembangan misi usaha kemudian mengidentifikasi lingkungan luar industri. Lingkungan luar industri akan mendatangkan peluang dan ancaman. Perumusan strategi harus terperinci peluang dan ancaman dan yang bakal terjadi disekitar industri.

3) Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan lingkungan internal industri

Selain faktor berasal luar, perumusan strategi juga memerlukan data mengenai lingkungan dari dalam industri. Lingkungan internal industri seperti data perumusan strategi yaitu kekuatan dan kelemahannya. Jika perumus strategi mampu mengidentifikasi dengan baik mengenai kekuatan dan kelemahan sehingga bakal terjadi salah satu dasar strategi yang bakal diterapkan pada sebuah industri. Dimana strategi tersebut bakal membuat kekuatan industri menjadi lebih optimal dan kelemahan industri untuk dikelola dengan baik.

4) Menetapkan tujuan jangka panjang

Setelah mengetahui mengenai kelemahan dan kekuatan pada industri, maka yang akan dilaksanakan yaitu dengan menetapkan target jangka panjang.

5) Menentukan alternatif strategi

Alternatif strategi disini digunakan untuk menentukan pilihan strategi yang banyak dan bisa dipilih. Dimana setiap strategi yang menjadi pilihan tersebut, pasti memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing.

6) Memilih strategi untuk dilaksanakan

Tahap akhir perumusan strategi yaitu dengan memilih strategi yang baik yang mampu diterapkan pada sebuah industri. Dimana pembuat strategi itu sendiri pastinya memiliki alasan tersendiri dalam memilih strategi yang cocok untuk diterapkan bagi industri. Pilihan tersebut pastinya telah melalui proses sebelumnya dengan memperhatikan berbagai macam faktor yang ada.

c. Alternatif Strategi

Manajemen strategi ialah pertama: melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien, mengevaluasi kinerja, kedua: meninjau dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyelesaian dan koreksi jika terdapat penyimpangan dalam pelaksanaan strategi, ketiga: memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal, keempat: meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis yang ada, terakhir: selalu melakukan inovasi atas produk agar sesuai dengan selera konsumen.¹⁴ Dengan menerapkan strategi yang efektif maka perlu adanya alternatif strategi yang baik yang mampu digunakan untuk menggapai target organisasi.

Pada sebuah bisnis untuk mengembangkan strateginya, terdapat strategi tingkat usaha yang berbeda, dimana strategi tingkat usaha tersebut mampu

¹⁴ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 115-116.

memberikan integrasi yang kaya dari beberapa pilihan strategi pada suatu organisasi yakni:¹⁵

1) Strategi tingkat usaha

Strategi tingkat usaha yaitu kumpulan strategi yang bisa dipilih organisasi pada sebuah industri atau pasar tertentu. Strategi tingkat usaha digunakan untuk mempertahankan kemampuan industri dengan para pesaingnya pada usaha yang sama dan untuk mengetahui posisi industri tersebut ditengah-tengah persaingan yang ada, dimana kita perlu melaksanakan analisis mikro yang menggambarkan posisi industri, pesaing, pemasok dan pelanggan yang memerlukan produk suatu usaha yang telah dijalankan.

2) Strategi tingkat korporasi

Strategi tingkat korporasi yakni strategi alternatif yang dipilih oleh suatu organisasi pada saat organisasi tersebut mengelolah operasinya di berbagai industri atau pasar tertentu.

2. Pengembangan Usaha

a. Definisi Pengembangan Usaha

Pengembangan ialah suatu usaha yang berasal dari sebuah organisasi dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan

¹⁵ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 119-120.

kemampuan yang dimiliki.¹⁶ Sedangkan usaha yakni sebuah aktivitas yang dilaksanakan oleh seseorang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan profit atau keuntungan.¹⁷ Mereka harus siap untung dan siap rugi, bisnis tidak hanya tergantung dengan modal uang, tetapi banyak faktor yang mendukung terlaksananya sebuah bisnis yang telah dijalankan. Jadi pengembangan usaha ialah cara sistematis yang digunakan industri atau lembaga ekonomi pada pengembangan sebuah usaha yang dimiliki guna untuk meningkatkan pendapatan.¹⁸

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Adapun faktor-faktor mempengaruhi pengembangan suatu usaha yakni sebagai berikut:¹⁹

1) Perencanaan

Perencanaan usaha (*business plan*) adalah dokumen disediakan oleh entrepreneur sesuai pula dengan pandangan penasehat profesionalnya yang membuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan

¹⁶ Sri Larasati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 120-121.

¹⁷ Hadion Wijoyo, et.al, *Pengantar Bisnis*, (Sumatera Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), 1.

¹⁸ Nasir Asman, *Studi Kelayakan Usaha* (Pedoman Memulai Usaha Era Revolusi Industri 4.0), (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2020), 103.

¹⁹ Risda Pratiwi, *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV Uul Jaya Kabupaten Langkat)*, (Sumatera Utara Medan: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), 90. <http://repository.uinsu.ac.id>

masa depan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan (lahan), pekerja, produk, sumber permodalan.

2) Sumber Daya Manusia

Salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan usaha adalah sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya. Manusia menjadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset paling berharga dalam mengembangkan usaha.

Keadaan sumber daya manusia pada saat ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja, dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankannya, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor kemauan/motivasi, karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugasnya dalam menghasilkan produk.

3) Kepemimpinan

Faktor kepemimpinan sangat menentukan dalam pengembangan dan kemajuan usaha. Karena kepemimpinan merupakan proses atau rangkaian kegiatan yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara sistematis. Sebuah usaha yang dibangun tanpa kepemimpinan yang kuat hanya akan menjadi usaha kecil yang stagnant (tidak berkembang).

4) Permodalan

Kegiatan melaksanakan atau menjalankan suatu usaha, modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha tersebut. Dimana modal sangat besar perannya dalam menunjang kelangsungan kegiatan usaha tersebut dalam proses pencapaian tujuan. Modal juga mencakup arti ruang yang tersedia di dalam perusahaan untuk membeli mesin-mesin serta faktor produksi lainnya.

5) Pembinaan

Faktor pembinaan sangat mempengaruhi terhadap pengembangan usaha. Pembinaan merupakan tuntutan, bantuan dan pertolongan kepada individu atau kelompok orang agar dapat menyesuaikan dirinya sebaikbaiknya untuk mencapai tingkat efektifitas tenaga kerja yang baik maka perlu adanya pembinaan dari seorang pemimpin perusahaan sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan tercapai.

Dengan adanya pembinaan tenaga kerja, diharapkan setiap tenaga kerja dapat memberikan kinerja yang sebaik-baiknya sehingga berdaya guna dan berhasil guna sesuai tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa betapa pentingnya pembinaan kepada karyawan dalam rangka mengembangkan atau perluasan usaha.

6) Mitra kerja

Mitra kerja merupakan suatu bentuk kerja sama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Terjadinya mitra kerja

dikarenakan adanya keinginan dalam mencapai tujuan bersama, dengan adanya mitra kerja ini dapat dilakukan antara usaha menengah dan usaha besar. Sehingga masing-masing sector dapat bersaing untuk mendapatkan posisinya.

7) Pelanggan

Pelanggan merupakan faktor yang menentukan dalam suatu usaha dengan tetap mempertahankan pelanggan bahkan meningkatkannya. Kita akan memiliki keunggulan tersendiri sebab pelanggan merupakan konsumen utama dari suatu usaha ketimbang dengan konsumen pasar secara umum.

8) Lingkungan lokasi

Faktor pendukung lainnya adalah lokasi usaha yang terletak ditempat strategis yakni dekat para pelanggannya. Hal ini sangat memudahkan para pelanggan untuk datang ke lokasi tempat usaha, sehingga produk yang dihasilkan akan mendapatkan perhatian dari konsumen.

9) Daya saing

Pada saat kualitas produksi cukup dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat dan cepat berubah. Oleh sebab itu perusahaan harus mengetahui kondisi pasar, konsumen, dan selalu melihat permintaan konsumen. Dalam persaingan pemasaran harus dapat mempengaruhi calon pembeli dengan cara promosi tidak mengetahui perkembangan pasar dan permintaan konsumen.

3. Strategi Pengembangan Usaha

a. Definisi Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha ialah sebuah proses untuk memperbaiki cara dalam mengerjakan suatu usaha yang sudah ada maupun yang akan datang dengan meningkatkan kualitas usaha kita dengan menggerakkan fikiran dan tenaga seperti motivasi dan kreativitas untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai.

b. Strategi Pengembangan Usaha

Pada pengembangan sebuah usaha tentu berkaitan dengan kesempatan. Dimana kesempatan untuk merambah dunia usaha mampu dilaksanakan dengan memanfaatkan kesempatan yang ada. Adapun strategi pengembangan usaha yaitu:

1) Strategi produk

Produk yakni barang yang dibangun atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu, produk bisa berwujud atau tidak berwujud karena dapat berupa barang atau layanan (jasa).²⁰ Produk memiliki peranan penting pada sebuah industri untuk mendapatkan profit atau laba yang diinginkan. Produk juga merupakan sebuah barang atau jasa yang mampu ditawarkan kepada konsumen untuk dibeli, digunakan, dikonsumsi

²⁰ Fitria Halim, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa* , (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 4.

oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.²¹ Pada tahap strategi produk ini industri mengembangkan produknya dengan cara mengembangkan produk menjadi lebih berkualitas dan menginovasi sebuah produk yang telah ada.

2) Strategi Harga (*Prace*)

Harga yaitu jumlah yang dibayar pelanggan untuk setiap produk atau jasa yang anda berikan.²² Harga pada bauran pemasaran yakni salah satu unsur bauran pemasaran yang menyesuaikan produk, saluran dan komunikasi. Penentuan harga sangat berpengaruh pada laku tidaknya suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Jika kita salah pada menentukan harga maka akan berakibat tidak lakunya produk yang ditawarkan.

Menurut Andrian Payne pada buku Lopiyoadi yang berjudul Pemasaran Jasa, mengemukakan tujuan penentuan harga yakni:²³

- a) *Survival*, untuk meningkatkan laba sebuah industri agar industri tetap bertahan hidup.
- b) *Profit maximization*, untuk memaksimumkan laba pada suatu periode tertentu.
- c) *Sales maximization*, untuk membangun pangsa pasar dengan melaksanakan penjualan pada harga awal yang bisa merugikan industri.

²¹ Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 153.

²² Fitria Halim, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 4.

²³ Fitria Halim, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 92-93.

- d) *Prestige*, untuk mempromosikan jasa industri.

Strategi harga disini memang harus ditentukan terlebih dahulu supaya pada proses pemasaran tidak memberikan harga yang sembarangan atau semau-maunya.

3) Strategi Promosi

Promosi (*promotion*) ialah kegiatan bisnis yang mempunyai tujuan agar konsumen bisa lebih mengenal dan tertarik dengan produk bisnis yang ditawarkan. Dalam kegiatan ini Anda harus mampu mengubah persepsi konsumen menjadi positif mengenai usaha atau bisnis yang kita jalankan.²⁴

Adapun kegiatan pada sebuah promosi yaitu peliklanan, pemasaran langsung dan hubungan warga. Dimana tujuan promosi itu sendiri ialah untuk memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan calon pelanggan atau konsumen. Promosi yang dilaksanakan oleh sebuah industri harus menarik agar proses penjualan produk di pasar dapat menarik minat konsumen. Dengan melaksanakan promosi yang menarik, produk industri tersebut bisa diterima oleh konsumen.

Ada beberapa macam sarana promosi digunakan industri dalam mempromosikan sebuah produknya, ialah:²⁵

²⁴ Husni Muharram Ritonga, et.al, *Manajemen Pemasaran*, (Medan: CV. Manhaji, 2018), 118.

²⁵ Fitria Halim, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa* , (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 67-73.

- a) Periklanan (*Adversiting*), dengan tujuan yakni: Iklan untuk memberi informasi yaitu iklan yang menjelaskan sebuah produk jasa untuk menciptakan permintaan atas produk tersebut, iklan membujuk yaitu iklan yang digunakan industri pada situasi persaingan untuk mewujudkan permintaan produk dengan melawan merk lain, iklan pengingat yaitu iklan yang digunakan saat produk menggapai kedewasaan, agar pelanggan ingat atas produk tersebut, dan iklan pemantapan yaitu iklan yang digunakan untuk meyakinkan pembeli bahwa mereka telah mengambil pilihan yang tepat.
- b) Penjualan pribadi (*Personal Selling*). Dimana seseorang disini berperan penting pada pemasaran jasa karena: Interaksi secara personal antara penyedia jasa dan pelanggan itu sangat penting, jasa itu sendiri disediakan oleh orang, bukan mesin, dan orang itu sendiri berperan sebagai bagian dari produksi.
- c) Promosi penjualan (*Sales Promotion*), yakni seluruh aktivitas yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang dan jasa, mulai produsen hingga pada tahap penjualan akhir.
- d) *Public Relation* (PR), yakni bagian pemasaran yang sangat penting, dimana industri disini tidak harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi ia harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.

4) Strategi Tempat/ Penyaluran (*Place*)

Saluran distribusi disini yakni tahap sampainya suatu barang kepada pembeli yang biasa dikenal dengan proses penyaluran, yang merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan konsumen pada waktu yang tepat.²⁶ Sebelum produsen memasarkan sebuah produknya, maka sudah ada perencanaan mengenai alur distribusi yang akan dilaksanakan. Saluran distribusi ialah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik produsen hingga ke tangan konsumen. Saluran distribusi dikatakan sebagai perantara produsen hingga konsumen akhir, termasuk pada pemindahan kepemilikan Barang.²⁷

Ada 3 jenis interaksi yang mempengaruhi distribusi yaitu:²⁸

- a) Pelanggan langsung mendatangi industri. Jadi industri disini harus memilih tempat yang dekat agar mudah dijangkau oleh pelanggan atau konsumen. Pada hal ini tempat/lokasi sangat menjadi penting pada keberlangsungan pemasaran.
- b) Pemberi jasa langsung mendatangi konsumen. Dimana yang harus diperhatikan ialah penyampaian jasa yang harus dijaga kualitasnya. Pada hal

²⁶ Saida Zainurossalamia, *Manajemen pemasaran* (Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 41.

²⁷ Tengku Firlil Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 93.

²⁸ Fitria Halim, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa* , (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 64-65.

ini tempat menjadi hal yang tidak terlalu penting pada keberlangsungan pemasaran.

- c) Pemberi jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung. Dimana pelanggan disini berinteraksi atau berkomunikasi melalui sarana tertentu seperti telepon atau alat komunikasi lainnya. Pada hal ini lokasi menjadi hal yang tidak terlalu penting selama komunikasi antara kedua belah pihak mampu terlaksana.

5) *People* (Orang)

People (Orang) yakni personal antarmuka pelanggan termasuk pelayanan, dan personal antarmuka non pelanggan termasuk juru masak supervisor, kasir, dan lain-lain.²⁹ Yang termasuk dalam aspek ini tentu saja bukan hanya konsumen namun semua SDM yang terlibat, termasuk pekerja atau tim bisnis. Hal ini sangat penting diperhatikan mengingat semua orang tentunya mempunyai kecenderungan yang berbeda dalam dunia bisnis. Memberikan perhatian yang baik pada orang yang terlibat dalam bisnis yang dijalankan.

6) *Process* (Proses)

Proses merupakan gabungan dari semua kegiatan yang umumnya terdiri dari prosedur, jadwal, kerja, mekanisme, kegiatan, dan hal-hal rutin dimana jasa diproduksi dan disampaikan kepada konsumen. Proses juga

²⁹ Fitria Halim, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa* , (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 73.

menjelaskan bagaimana layanan disediakan oleh organisasi layanan.³⁰ Dalam bisnis, proses dapat diartikan sebagai langkah-langkah yang dilakukan antara penjual dan konsumen. Didalamnya meliputi pelayanan serta proses transaksi. Berikan pengalaman pelayanan yang dapat memuaskan bagi konsumen atau pelanggan lewat berbagai cara agar mereka juga merasa puas.

7) *Physical Evidance* (Bukti fisik)

Physical Evidance merupakan semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung berjalannya bisnis atau usaha yang kita jalankan. Utamanya untuk bisnis skala besar, maka tentunya saja membutuhkan semakin banyak peralatan dan semakin kompleks pula fungsi serta penggunaannya.³¹

c. Tahap Pengembangan Usaha

Pada tahap ini yakni tahap akhir dari tahapan pada wirausaha. Tahap pengembangan usaha dilaksanakan setelah mendapatkan hasil pada tahap mempertahankan sebuah usaha, dimana sebuah usaha yang dijalankan tidak menghadapi permasalahan apapun. Pada proses pengembangan usaha itu sendiri, seorang pengusaha atau pelaku usaha mampu memilih dua jenis pengembangan usaha yaitu:³²

³⁰ Fitria Halim, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa* , (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 75.

³¹ Husni Muharram Ritonga, et.al, *Manajemen Pemasaran*, (Medan: CV.Manhaji, 2018), 76.

³² Veny Mayasari, et.al, *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*, (Jakarta: CV Penerbit Qiara Media, 2019), 37.

1) Pengembangan Usaha Vertikal

Yakni pengembangan usaha yang dilaksanakan dengan memproduksi berbagai macam produk sejenis tanpa memproduksi produk yang lain.

2) Pengembangan Usaha Horizontal

Yakni pengembangan usaha yang dilaksanakan dengan membuat sebuah produk yang berbeda dari usaha sebelumnya. Ketika kita memutuskan memilih jenis pengembangan usaha horizontal, maka seorang pengusaha atau pelaku usaha harus melaksanakan analisis terlebih dahulu seperti analisis studi kelayakan usaha yaitu pada tahap awal memulai sebuah usaha. Hal ini dikarenakan pengembangan horizontal lebih kompleks karena usaha yang dilaksanakan menghasilkan produk yang berbeda dari produk yang telah dijalankan sebelumnya.

d. Unsur- Unsur Pengembangan Usaha.

Ada beberapa unsur pada pengembangan sebuah usaha yaitu diantaranya:³³

1) Unsur yang berasal dari industri. Yang terdiri dari beberapa faktor yaitu:

Ada niat dari seorang pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar, dan mengetahui cara memproduksi suatu barang atau jasa seperti berapa banyak barang yang akan diproduksi dan mengetahui bagaimana cara untuk mengembangkan sebuah produk tersebut.

³³ Fauzi Eko, *Prakarya dan Kewirausahaan Paket C Setara SMA/MA, Buku Online* (Jakarta: Direktorat pembinaan pendidikan keaksaraan dan kesetaraan-ditjen pendidikan anak usia dini dan pendidikan warga-kementerian pendidikan dan kebudayaan, 2018), 33.

- 2) Unsur berasal dari pihak luar industri yang terdiri dari beberapa faktor yaitu: Mengikuti alur perkembangan informasi dari luar industri, mendapatkan dana dari luar dan harus mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik untuk sebuah usaha.

4. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT ialah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknes*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau sebuah usaha bisnis, mengevaluasi lini produk sendiri maupun pesaing.³⁴ Analisa SWOT adalah sebuah bentuk situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran), analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:³⁵

- 1) *Strengths* (kekuatan), Faktor-faktor kekuatan dalam lembaga pendidikan adalah kompetensi khusus atau keunggulan-keunggulan lain yang berakibat pada nilai plus atau keunggulan komparatif perusahaan tersebut.
- 2) *Weakness* (kelemahan), Kelemahan adalah hal yang wajar dalam segala sesuatu tapi yang terpenting adalah bagaimana sebagai penentu kebijakan

³⁴ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 57.

³⁵ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 57-58.

dalam perusahaan bisa meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan kelemahan tersebut menjadi satu sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan tenaga pekerja, lemahnya kepercayaan masyarakat, dan lain-lain.

- 3) *Opportunities* (peluang), Peluang adalah suatu kondisi lingkungan eksternal yang menguntungkan bahkan menjadi formulasi dalam perusahaan tersebut.
 - 4) *Threats* (ancaman), Ancaman merupakan kebalikan dari sebuah peluang, ancaman meliputi faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah perusahaan. Jika sebuah ancaman tidak ditanggulangi maka akan menjadi sebuah penghalang atau penghambat bagi maju dan peranannya sebuah perusahaan itu sendiri.
- b. *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS)

IFAS dan EFAS membantu para manager untuk mengatur faktor-faktor strategi kedalam kategori-kategori kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Penggunaan bentuk IFAS dan EFAS melibatkan langkah-langkah berikut:³⁶

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.

³⁶ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 60-63.

- b. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil analisis sebagai berikut:
- 1) Jika peluang lebih besar daripada ancaman maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya apabila ancaman lebih besar daripada peluang maka nilai $y < 0$.
 - 2) Jika kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya apabila kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilai $x < 0$.

Langkah penyusunan tabel IFAS yaitu:

- a. Masukkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada tabel IFAS kolom 1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari kekuatan dan kelemahan.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00. Faktor-faktor itu diberi bobot didasarkan pengaruh posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah). variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari satu sampai dengan 4 dengan membandingkan terhadap rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya jika kelemahan besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1,

sedangkan jika nilai kelemahan rendah/ dibawah rata-rata pesaing-pesaingnya maka nilainya 4.

- d. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Langkah penyusunan tabel EFAS yaitu:

- a. Masukkan faktor-faktor peluang dan ancaman pada tabel EFAS, kolom 1, susun 5 sampai dengan 10 faktor dari peluang dan ancaman.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00. Faktor-faktor itu diberi bobot didasarkan pada dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
- c. Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah). variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari satu sampai dengan 4 dengan membandingkan terhadap rata-rata pesaing utama.

Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya jika kelemahan besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai kelemahan rendah/ dibawah rata-rata pesaing-pesaingnya maka nilainya 4.

- d. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan satu dengan yang lain dalam kelompok industri yang sama.

Pembobotan pada lingkungan internal tingkat kepentingannya didasarkan pada besarnya pengaruh faktor strategis terhadap posisi strategisnya, sedangkan pada lingkungan eksternal didasarkan pada kemungkinan memberikan dampak terhadap faktor strategisnya.

- a. Jumlahkan bobot pada masing-masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah = 1 (satu)
- b. Skor total internal = total bobot kekuatan + total bobot kelemahan = 1
- c. Skor total eksternal = total bobot peluang + total bobot ancaman = 1.

Proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui

3 tahap analisis, yaitu:

1) Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini adalah kegiatan mengumpulkan data informasi yang terkait dengan lingkungan internal perusahaan. Faktor internal berupa pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia.

2) Tahap Analisis

Dimana semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan dapat digambarkan secara jelas, bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Semua informasi disusun dalam bentuk matriks SWOT kemudian dianalisis untuk memperoleh strategi yang cocok dalam mengoptimalkan upaya untuk mencapai kinerja yang efektif, efisien dan berkelanjutan untuk itu digunakan matriks SWOT agar dapat dianalisis dari segi yang ada, mana yang dimungkinkan bagi perusahaan untuk bergerak maju, apakah strategi *Strength-Opportunities* (SO), Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO), Strategi *Strength-Threats* (ST) atau Strategi *Weaknesses-Threats* (WT).

3) Tahap Pengambilan Keputusan

Pada tahap ini mengkaji ulang dari empat strategi yang telah dirumuskan dalam tahap analisis, setelah itu diambil keputusan dimana semua data yang telah dianalisis akan menghasilkan alternatif. Setelah posisi usaha

diketahui kemudian dilakukan formulasi alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengusaha. Matriks SWOT akan menghasilkan empat jenis strategi, seperti disajikan:³⁷

Tabel 3.1 Diagram Matriks SWOT

Faktor Internal (IFAS)	(S) Strengths (Kekuatan) Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	(W) Weaknes (Kelemahan) Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
Faktor Eksternal (EFAS)	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan stategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Treath(Ancaman) Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan

³⁷ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 64.

	untuk mengatasi ancaman.	menghindari ancaman.
--	--------------------------	----------------------

Sumber : Ahmad (2020)

Keterangan:

- a. Strategi SO, Strategi ini dibuat berdasarkan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST, Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO, Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimumkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT, Strategi ini didasarkan pada kegiatan pemanfaatan peluang dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Proses analisis SWOT dilakukan melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Proses pengidentifikasian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman merupakan hasil penggabungan antara hasil wawancara dan pengamatan langsung di lapangan.

5. Peningkatan Pendapatan

a. Definisi Pendapatan

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Selanjutnya

Reksoprayitno mendefinisikan bahwa pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu, juga merupakan sebagai banyaknya jumlah penerimaan yang didapatkan atau dihasilkan oleh seseorang pada periode tertentu.³⁸ Jadi dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan jumlah keseluruhan uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Dimana pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga atau deviden serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.

Sejalan dengan pendapat diatas Prathama Rahardja dan Mandala Manurung mengatakan bahwa pendapatan rumah tangga sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya semakin baik (tinggi) tingkat pendapatan, maka tingkat konsumsi juga akan semakin tinggi, karena ketika tingkat pendapatan meningkat, maka kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar, atau mungkin pola hidup juga menjadi konsumtif setidaknya semakin menuntu kualitas yang baik.³⁹

Pendapatan itu sendiri digunakan oleh seseorang untuk menilai keadaan ekonomi seseorang atau individu. Pendapatan dapat diukur dalam

³⁸ Zarkasi, et.al, *Pendapatan Perkapita, Suku Bunga, Jumlah Penduduk, Zakat dan Pengaruhnya Pada Tingkat Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia*, (Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2021), 55.

³⁹ Zarkasi, et.al, *Pendapatan Perkapita, Suku Bunga, Jumlah Penduduk, Zakat dan Pengaruhnya Pada Tingkat Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia*, (Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2021), 56.

rupiah yang didapatkan pada perbulannya. Dimana Sukirno menyatakan bahwa pendapatan yakni jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang atas pekerjaannya selama satu periode tertentu, baik itu pada perharinya, perminggu maupun perbulan.⁴⁰

Dalam Islam, menurut Umar Chapra menyatakan bahwa kekayaan atau pendapatan yang dimiliki harus didistribusikan demi mencapai keadilan serta sosial ekonomi terhadap masyarakat lainnya. Adapun menurut Sudarsono menyatakan bahwa dalam pendapatan yang kita dapatkan, kita harus mengetahui dari mana asalnya pendapatan tersebut dilihat dari halal dan haram serta mengetahui pendapatan tersebut masih berada di jalan Allah SWT atau yang dilarang oleh Allah SWT yang akan didistribusikan. Maka dari itu Islam sangat peduli terhadap kemaslahatan pada umatnya dan dianjurkan dalam hal kebaikan, khususnya pada ekonomi. Sehingga masyarakatnya dianjurkan untuk membagi pendapatan yang dimilikinya terhadap sesama yang membutuhkan seperti dengan memberikan zakat, infaq dan sedekah.⁴¹

Meningkatkan pendapatan dengan target untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia yakni sebuah petunjuk pada Islam. Dimana manusia dituntut

⁴⁰ Hamita, *Strategi Pemasaran Abon Ikan Gabus Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu*, (Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2020), 41. <http://repository.iainpalopo.ac.id>

⁴¹ Zarkasi, et.al, *Pendapatan Perkapita, Suku Bunga, Jumlah Penduduk, Zakat dan Pengaruhnya Pada Tingkat Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia*, (Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2021), 59-60.

untuk bekerja dengan baik melalui usaha yang halal. Seperti yang dijelaskan pada Q.S Al-Qasas (28) ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا فِي وَأَحْسِنُ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ - ٧٧

Terjemah:

*“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu berasal dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu membuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.*⁴²

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada pendapatan menurut Boediono, yakni:⁴³

1) Pengalaman

Pengalaman disini sangat berpengaruh pada pendapatan karena semakin baiknya pengalaman usaha seseorang atau individu maka semakin berpeluang pula pada peningkatan pendapatannya.

⁴² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005). 394.

⁴³ Hamita, *Strategi Pemasaran Abon Ikan Gabus Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu*, (Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2020), 44-45. <http://repository.iainpalopo.ac.id>

2) Keterampilan atau Kreativitas

Keterampilan atau kreativitas seseorang sangat berpengaruh pada peningkatan pendapatan seseorang karena dengan ini seseorang atau kelompok memiliki kelebihan ide untuk dituangkan kepada suatu usaha yang sedang dijalankan.

3) Pendidikan

Pendidikan juga merupakan hal yang sangat mempengaruhi pendapatan seseorang. dimana jika pendidikan seseorang itu bagus maka jenis pekerjaan yang dikerjakan akan bagus pula sehingga berpengaruh atas pendapatan yang dihasilkan.

4) Umur

Umur disini juga yakni suatu hal yang sangat berpengaruh pada pendapatan seseorang. dimana ketika semakin bertambahnya umur setiap orang atau individu maka pengasilan yang didapatkan akan semakin meningkat pula tetapi tergantung lagi dari jenis pekerjaan yang dilaksanakan. Kekuatann setiap orang atau individu untuk melaksanakan pekerjaan sangat berpengaruh dengan umur. Dimana kekuatan fisiknya akan semakin menurun sehingga penghasilannya juga ikut menurun.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi pendapatan ialah tinggi rendahnya pengeluaran. Untuk menghilangkan kemiskinan dilaksanakan dengan cara membimbing kelompok masyarakat untuk melaksanakan pengembangan modal kerja, dimana ketepatan pada penggunaan modal kerja mampu memberikan dampak yang besar pada pengembangan usaha yang

sesuai sehingga upaya pada meningkatkan pendapatan masyarakat mampu terlaksana dengan baik.

c. Sumber-Sumber Pendapatan

Adapun sumber dari pendapatan yaitu dibagi menjadi tiga bagian, yakni:⁴⁴

1) Pendapatan Gaji atau Upah

Gaji atau upah yakni hasil yang didapatkan seseorang setelah melaksanakan suatu pekerjaan untuk orang lain yang mampu diberikan pada satu hari, satu minggu ataupun satu bulan.

2) Pendapatan dari Usaha Sendiri

Pendapatan dari usaha sendiri ialah nilai keseluruhan yang didapatkan dari hasil produksi yakni usaha milik sendiri dan tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga sendiri, dimana nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biayanya tidak diperhitungkan.

3) Pendapatan dari Usaha Lain

Pendapatan dari usaha lain yakni pendapatan yang dihasilkan pendapatan sampingan seperti: Pendapatan yang didapatkan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki seperti rumah, ternak dan barang lainnya, sumbangan dari orang lain, dan pendapatan dari pension.

⁴⁴ Zarkasi, et.al, *Pendapatan Perkapita, Suku Bunga, Jumlah Penduduk, Zakat dan Pengaruhnya Pada Tingkat Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia*, (Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2021), 56-57.

d. Usaha-Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan

Pada umumnya manusia selalu merasa pendapatan/penghasilan yang telah didapatkan masih kurang dan menjadi masalah yang tidak akan pernah terselesaikan. Secara umum mampu dinyatakan bahwa usaha untuk mampu meningkatkan pendapatan mampu menggunakan berbagai cara yaitu diantaranya:⁴⁵

1) Memanfaatkan waktu luang

Pada pemanfaatan waktu luang disini kita mampu melaksanakan banyak hal dengan cara memanfaatkan waktu luang yang tersisa dari pekerjaan yang telah dilaksanakan dengan melaksanakan pekerjaan yang mampu menghasilkan uang. Hal ini tentu menjadi peluang untuk menambah penghasilan.

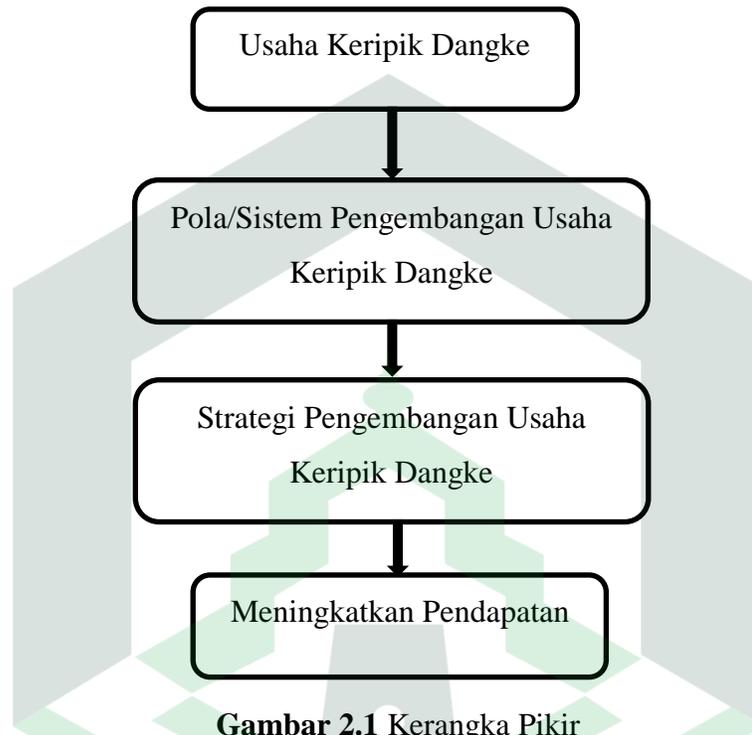
2) Melaksanakan inovasi

Dalam melaksanakan kreativitas dan inovasi kita harus mampu berfikir kreatif dan inovatif dengan cara menciptakan sesuatu yang berbeda dari sebelumnya dengan tujuan agar bisa mencapai kebutuhan yang dibutuhkan.

⁴⁵ Isty Evrilia Rahayu, *Strategi Bisnis dalam meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo*, (Ponorogo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), 33-34. <http://etheses.iainponorogo.ac.id>

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir pada riset ini ialah:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari alur kerangka pikir dalam penelitian ini, dapat menunjukkan bahwa input atau masukan dari penelitian ini yaitu pola pengembangan usaha keripik dangke. Dimana pola/sistem ini akan menciptakan strategi yakni strategi pengembangan usaha keripik dangke. Dimana output dari strategi pengembangan usaha tersebut ialah untuk meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang merupakan metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu.⁴⁶ Dimana dalam penelitian ini peneliti terjun langsung kepada para pelaku usaha di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang untuk berbincang-bincang tentang strategi pengembangan usaha yang dilaksanakan dimana peneliti disini sesekali ikut andil dalam membantu para pelaku usaha keripik dangke itu pada proses produksi pengolahan keripik dangke dengan bersikap ramah dan sopan.

Sedangkan penelitian kualitatif menurut John W. Creswell merupakan sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan pada penciptaan gambar holistik yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan disusun dalam sebuah latar ilmiah.⁴⁷ Dimana peneliti ikut berpartisipasi di lapangan, mencatat apa-apa yang terjadi dan melaksanakan analisis pada beberapa dokumen yang ditemukan di lapangan secara detail. Penelitian kualitatif bertujuan untuk

⁴⁶ Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Mixed Methods serta Research & Development*, (Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan, 2017), 65.

⁴⁷ Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Mixed Methods serta Research & Development*, (Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan, 2017), 86.

memberi gambaran pada pemikiran seseorang ataupun kelompok. Alasan menggunakan metode penelitian kualitatif ini, karena pada penelitian ini data yang didapatkan yaitu data deskriptif berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari informan yang diteliti dan mampu dipercaya, metode kualitatif ini dengan mudah menyesuaikan apabila berhadapan dengan realita, serta cara ini pula yang bisa mampu menyajikan secara langsung hubungan antara penulis dengan responden.⁴⁸

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat secara keseluruhan bagaimana strategi pengembangan yang diterapkan oleh para pelaku usaha keripik dangke kemudian pada analisis data menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini bertumpu pada data primer yaitu data yang diperoleh langsung melalui penelitian yang dalam hal ini didapatkan dari proses wawancara.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dipakai untuk membatasi riset kualitatif agar penelitian yang dilaksanakan mampu memilih data yang berkaitan dan data yang tidak berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan.⁴⁹ Fokus penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi pengembangan pada upaya meningkatkan pendapatan keluarga di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Alasan

3. ⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2017),

157. ⁴⁹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2017),

peneliti memilih lokasi penelitian ini karena lokasi ini terdapat beberapa agroindustri pengolahan dangke menjadi keripik dangke yang belum pernah diteliti tentang peningkatan pendapatan dengan menggunakan strategi pengembangan usaha pada produk keripik dangke dan juga tempat strategis yang berhubungan dengan masalah yang telah dijelaskan oleh penulis.

C. Definisi Istilah

Definisi istilah yaitu membatasi ruang lingkup yang bakal diteliti. Dimana ruang lingkup penelitian ini mengenai strategi pengembangan usaha kripik dangke dalam meningkatkan pendapatan di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Adapun variabel-variabelnya yaitu:

1. Strategi Pengembangan Usaha ialah sebuah proses untuk memperbaiki cara dalam mengerjakan suatu usaha yang sudah ada maupun yang akan datang dengan meningkatkan kualitas usaha kita dengan menggerakkan fikiran dan tenaga seperti motivasi dan kreativitas untuk mencapai suatu tujuan yang akan dicapai.
2. Peningkatan Pendapatan yaitu suatu usaha yang dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu barang atau jasa yang mampu memberikan kesejahteraan.

D. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan ialah desain penelitian deskriptif. Dimana desain penelitian merupakan gambaran totalitas perencanaan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan untuk mengantisipasi beberapa kesulitan yang mungkin terjadi selama proses penelitian dilakukan.⁵⁰ Desain penelitian penting dilakukan karena merupakan strategi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk keperluan pengujian hipotesis atau untuk menjawab pertanyaan penelitian.

E. Data dan Sumber Data

Sumber data yaitu subjek (informan) tentang dari mana peneliti mengambil data. Sumber data dikategorikan menjadi dua bagian yaitu:⁵¹

1. Data Primer

Data primer ialah data yang langsung diperoleh atau didapatkan dari sumber pertama baik melalui observasi maupun wawancara kepada responden atau informan. Dimana data primer pada riset ini berasal dari beberapa informan yaitu para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

⁵⁰ Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Mixed Methods serta Research & Development*, (Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan, 2017), 41.

⁵¹ Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Mixed Methods serta Research & Development*, (Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan, 2017), 94-95.

2. Data Sekunder

Data sekunder yakni data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang diluar peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data yang asli. Dengan kata lain data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua, selain dari yang diteliti yang bertujuan untuk mendukung penelitian yang dilakukan atau merupakan data pelengkap yang dapat digunakan untuk memperkaya data agar dapat diberikan benar-benar sesuai dengan harapan peneliti dan mencapai titik jenuh. Artinya data primer yang diperoleh tidak diragukan karena juga didukung oleh data sekunder. Sumber data sekunder yang dipakai oleh peneliti yaitu data berupa dokumentasi, dokumen, data-data berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian itu sendiri yakni alat yang dipakai oleh penulis untuk memperoleh data para informan. Dimana instrumen pada penelitian ini ialah penulis itu sendiri. Dimana *human instrumen* berfungsi untuk menentukan fokus penelitian, memilih informan seperti sumber data, pemungutan data melalui kualitas data, analisis data, penjabaran data, dan penarikan kesimpulan.⁵²

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), 222.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu yakni:

1. Observasi

Metode observasi yakni metode pencatatan pola perilaku seseorang, objek dan peristiwa pada suatu cara untuk mendapatkan informasi mengenai fenomena-fenomena yang diamati.⁵³ Teknik observasi ini digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dengan membuat daftar isian sebelumnya ataupun dilaksanakan secara spontan. Observasi itu sendiri digunakan untuk mengamati perubahan fenomena sosial yang ada kemudian peneliti bakal melaksanakan penilaian pada perubahan fenomena tersebut yang terjadi. Peneliti disini mengadakan peninjauan serta menulis data-data penting tentang objek atau sasaran, yaitu para pelaku usaha kripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

2. Wawancara

Wawancara ialah salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur.⁵⁴ Wawancara terstruktur disini merupakan bentuk wawancara yang sudah diarahkan oleh sejumlah pertanyaan secara ketat. Wawancara semi terstruktur, meskipun wawancara sudah diarahkan oleh

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 455.

⁵⁴ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020), 77.

sejumlah daftar pertanyaan tidak menutup kemungkinan memunculkan pertanyaan baru yang idenya muncul secara spontan sesuai dengan konteks pembicaraan yang dilakukan. Sedangkan wawancara secara tak terstruktur (terbuka), dimana peneliti hanya terfokus pada pusat-pusat permasalahan tanpa diikat format-format tertentu secara ketat. Peneliti melaksanakan wawancara secara *face to face* kepada pihak yang menjadi informan. Selain itu, wawancara juga mampu dilaksanakan dengan telepon atau terlibat langsung dengan wawancara pada kelompok (*focus group interview*). Wawancara seperti ini umumnya bersifat tidak terstruktur dan terbuka serta memerlukan pertanyaan yang dirancang guna mendapatkan opini dan pandangan dari partisipan.⁵⁵

3. Dokumentasi

Penelitian kualitatif bukan hanya merujuk kepada faktor sosial sebagaimana terjadi dalam kehidupan masyarakat, tetapi bisa juga merujuk bahan berupa dokumen, seperti teks berupa bacaan, berupa rekaman audio maupun berupa audio visual.⁵⁶ Dokumen yang dipakai pada penelitian ini yakni seperti pelengkap data dari wawancara, dimana hasil observasi dan wawancara akan lebih kredibel dan mampu dipercaya apabila disertai dengan bukti berupa dokumen dan foto-foto yang ada.

⁵⁵ John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, Edisi ke-4, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar, 2019), 254.

⁵⁶ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020), 82.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Pada penelitian ini, yang menjadi instrument utamanya yaitu manusia karena yang diperiksa yaitu keabsahan datanya. Dimana untuk menguji kredibilitas data penelitian, diuji dengan menggunakan teknik triangulasi.

Menurut William pada Sugiyono, mengatakan bahwa teknik triangulasi yakni pengecekan data dari beberapa sumber dengan berbagai teknik dan berbagai waktu. Dimana pada teknik triangulasi digunakan untuk menguji kredibilitas data dilaksanakan dengan cara mengecek kembali data yang telah didapatkan dari berbagai sumber. Kemudian menjaring data dengan dengan cara menyilangkan data atau informasi agar data lebih lengkap dan sesuai dengan yang diharapkan.⁵⁷ Setelah peneliti mengadakan penelitian dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian data dari hasil penelitian itu disatukan agar mampu melengkapi satu sama lain.

I. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yakni penelitian yang mendeskripsikan kondisi atau kejadian tertentu berdasarkan fakta-fakta yang terjadi melalui observasi dan wawancara, lalu dianalisis dengan metode kualitatif. Pada teknik kualitatif deskriptif ini diawali dengan menelaah semua data yang berasal dari berbagai sumber, seperti data observasi,

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 518-520.

wawancara, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto, dan lain-lain. Setelah itu, data yang telah didapatkan dikaji dengan cara:⁵⁸

1. Reduksi Data

Reduksi data ialah memilih hal-hal utama, merangkum, mengutamakan pada hal-hal bermanfaat, dan membuang data yang tidak dibutuhkan. Dimana data yang telah direduksi bakal memberi gambaran yang jelas dan mampu mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data lalu mencari apabila dibutuhkan. Dari data wawancara yang didapatkan maka pada tahap ini data bisa diperbaiki apabila mendapatkan data yang tidak relevan supaya bisa sesuai dengan data yang diperlukan pada sebuah penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya yaitu penyajian data. Penyajian data ini dilaksanakan pada bentuk uraian singkat yang jelas, jaringan atau bagan, matriks seperti wadah panduan informasi mengenai peristiwa yang terjadi agar lebih mudah dipahami. Proses penyajian data dilaksanakan dengan menyusun petikan-petikan wawancara untuk setiap ide dengan tujuan untuk memberikan gambaran kealamiah penelitian yang didapatkan dari wawancara asli dengan beberapa informan.

⁵⁸ Jogiyanto Hartono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: Andi, 2018), 299.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yakni gambaran atau deskripsi untuk memahami makna yang sebelumnya masih belum jelas kemudian diuraikan kepada bentuk kalimat yang lebih jelas yang sesuai dengan permasalahan yang benar-benar terjadi, yang kemudian dipelajari dan dicermati agar mampu menjadi sebuah kalimat yang jelas sesuai dengan permasalahan tersebut. Dimana kesimpulan awal yang dijelaskan masih bersifat sementara dan masih mampu berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung. Tetapi apabila kesimpulan yang awal telah didukung oleh bukti-bukti yang kuat, maka kesimpulan bakal menjadi kesimpulan yang mampu dipercaya.⁵⁹

Pada tahap penarikan kesimpulan ini dilaksanakan dengan memberikan gambaran hasil penelitian secara menyeluruh yang dihubungkan dengan logis, baik secara teoritis, empirik maupun non empirik sehingga mampu menjawab rumusan masalah, tentang penelitian dan fokus penelitian.

4. Analisis SWOT

Untuk menganalisis permasalahan pertama digunakan analisis deskriptif yakni dengan mendeskripsikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha keripik dangke oleh para pelaku usaha keripik dangke. Penelitian

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 485.

deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan bagaimana keadaan, gejala, dan persoalan di suatu daerah dan selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan, dalam penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai faktor individu dan pengambilan keputusan.

Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dengan pertimbangan adanya kesediaan dari pelaku usaha untuk menganalisis kondisi usahanya, selanjutnya merumuskan strategi pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif taktik. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT yaitu dengan menentukan kekuatan dan kelemahan (faktor internal) serta peluang dan ancaman (faktor eksternal) dan tahap analisisnya dengan menggunakan matriks SWOT untuk mengetahui strategi pengembangan usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

IAIN PALOPO

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Ketika kita melaksanakan sebuah penelitian, kita harus mengetahui kondisi lingkungan yang akan dijadikan tempat penelitian. Pada penelitian ini, lokasi yang diambil oleh penulis ialah di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Kecamatan Anggeraja yakni bagian wilayah Kabupaten Enrekang yang terletak di Wilayah Utara Kabupaten Enrekang seperti penyangga Kabupaten Enrekang. Dimana pada perkembangannya sudah memperlihatkan suatu kemajuan di segala macam bidang yang sesuai peran serta fungsinya. Ibu kota Kecamatan Anggeraja itu sendiri ialah Cakke. Dimana daerah tersebut lebih dikenal dengan makanan khasnya yaitu baje' (wajik), deppa tete'kan (kue merah), dan dangke (fermentasi susu sapi). Kecamatan Anggeraja juga lebih dikenal dengan keindahan alamnya seperti buntu kabobong (gunung nona), dante pine, Mendatte, Resting Bambapuang, mandu (kuburan batu), dan lain sebagainya.⁶⁰

⁶⁰ Inrayanti, *Peran Wisata Dante Pine Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*, (Pare-pare, IAIN Pare-pare 2019). 48. <http://repository.iainpare.ac.id>

2. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang yaitu:⁶¹

a. Visi

“Pusat Pelayanan Prima Menuju Kecamatan Unggul”. Visi tersebut mengandung:

- 1) Pusat Pelayanan Prima, mempunyai arti yakni Kantor Kecamatan Anggeraja menjadi pusat tempat pelayanan terbaik untuk pelaksanaan pemerintahan, operasional pembangunan dan pembinaan kewargaan.
- 2) Kecamatan yang Unggul, mempunyai arti yakni Kecamatan Anggeraja bisa mengangkat dan menonjolkan keunggulannya baik dari segi pemerintahan, hasil pembangunan, maupun operasional kewargaan lainnya agar mampu tercipta keunggulan spesifik yang menjadi ciri khas dari Kecamatan Anggeraja itu sendiri.

b. Misi

- 1) Membangun sistem pelayanan yang mudah, terukur dan akuntabel
- 2) Menumbuhkembangkan kehidupan warga yang demokratis dan transparan berbasis pada partisipasi aktif pada perencanaan, pengawasan kegiatan pemerintahan pembangunan dan kewargaan.
- 3) Mewujudkan keharmonisan dan keselarasan tugas aparatur Kecamatan berdasarkan proporsi tugas dan kewenangan dengan kapabilitas yang dipunyai.

⁶¹ Profil Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

- 4) Membangun mekanisme pelayanan secara terintegrasi
- 5) Mengembangkan seluruh potensi Kecamatan Anggeraja pada rangka mendukung tercapainya visi dan misi

3. Letak Geografis dan Luas Wilayah

Kecamatan Anggeraja yakni salah satu kecamatan yang terletak di wilayah Kabupaten Enrekang, dengan luas wilayah 125,34 km. Yang terdiri dari 15 Desa/Kelurahan, yaitu:⁶²

Tabel 4.1 Luas Daerah Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Anggeraja 2020.

No	Desa/Kelurahan	Luas Area (km ²)
1	Tindalun	12.18
2	Bamba Puang	9.2
3	Tanete	10.45
4	Lakawan	9.3
5	Siambo	6.51
6	Singki	12.08
7	Mataran	4.98
8	Pakalobean	9.92
9	Bubun Lamba	4.33
10	Salu Dewata	13.15
11	Mampu	10.64

⁶² Profil Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

12	Batu Noni	5.05
13	Saruran	4.10
14	Tampo	7.45
15	Mendatte	6.00
Kecamatan Anggeraja		125.34 Km

Sumber: Diolah dari profil Kecamatan Anggeraja.

Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Anggeraja yakni:⁶³

- a. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Masalle
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Malua, dan Baraka
- c. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Alla
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Enrekang.

4. Demografi (Kependudukan)

Dari hasil sensus partisipatif yang dilaksanakan oleh pemerintah Kecamatan Anggeraja tahun 2020 terdapat 26.002 jiwa jumlah penduduk dengan klasifikasi jumlah laki-laki sebanyak 12.985 jiwa, dan jumlah perempuan sebanyak 13.017 jiwa.⁶⁴

⁶³ Profil Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

⁶⁴ Profil Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Desa/Kelurahan dan Jenis Kelamin di Kecamatan Anggeraja 2020.

No	Desa/Kelurahan	Jenis Kelamin		Jiwa
		Laki-laki	Perempuan	
1	Tindalun	34	385	726
2	Bamba Puang	943	1.028	1.971
3	Tanete	1.524	1.520	3.044
4	Lakawan	1.738	1.870	3.608
5	Siambo	563	497	1.042
6	Singki	807	740	1.547
7	Mataran	1.432	1.408	2.840
8	Pakalobean	972	934	1.906
9	Bubun Lamba	659	706	1.365
10	Salu Dewata	493	476	969
11	Mampu	770	712	1.482
12	Batu Noni	1.433	1.387	2.820
13	Saruran	499	518	1.017
14	Tampo	480	496	976
15	Mendatte	331	356	689
Jumlah		12.985	13.017	26.002

Sumber: Diolah dari profil Kecamatan Anggeraja.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa bahwa rumah tangga yang ada di Kecamatan Anggeraja berjumlah cukup banyak dari dua jenis kelompok kelamin yaitu laki-laki dan perempuan.

Adapun Jumlah Dusun dan Lingkungan menurut Desa di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, yaitu:⁶⁵

Tabel 4.3 Jumlah Dusun dan Lingkungan Menurut Desa di Kecamatan Anggeraja 2020.

No	Nama Desa	Dusun	Lingkungan
1	Tindalun	3	0
2	Bamba Puang	5	0
3	Tanete	0	4
4	Lakawan	0	4
5	Siambo	2	0
6	Singki	3	0
7	Mataran	0	3
8	Pakalobean	5	0
9	Bubun Lamba	2	0
10	Salu Dewata	3	0
11	Mampu	4	0
12	Batu Noni	3	0
13	Saruran	2	0

⁶⁵ Profil Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

14	Tampo	2	0
15	Mendatte	2	0
Jumlah		36	11

Sumber: Diolah dari Profil Kecamatan Anggeraja.

Tabel diatas menunjukkan bahwa Kecamatan Anggeraja memiliki 36 Dusun dan 11 Lingkungan. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Kecamatan Anggeraja yakni Kecamatan yang memiliki kawasan cukup luas.

5. Keadaan Pendidikan

Adapun Jumlah Sarana Pendidikan yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, yaitu:⁶⁶

Tabel 4.4 Jumlah Sarana Pendidikan di Kecamatan Anggeraja pada tahun 2020

No	Jenis Sarana	Jumlah (Unit)
1.	TK	15
2.	SDN	15
3.	SD Inpres	9
4.	MI	1
5.	SMPN	4
6.	MTs	2
7.	SMKN	4

⁶⁶ Badan Pusat Statistik Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dalam angka 2020, <https://enrekangkab.bps.go.id>.

Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Anggeraja pada Angka 2020

6. Kondisi Ekonomi Masyarakat Kecamatan Anggeraja

Kecamatan Anggeraja yakni salah satu Kecamatan di Kabupaten Enrekang yang penghasilannya dari sektor pertanian. Ketersediaan lahan yang subur memungkinkan pengembangan berbagai komoditas, baik komoditas tanaman pangan, hollikultura maupun berbagai komoditas pertanian lainnya. Sektor pertanian sangat penting peranannya pada perekonomian di Kabupaten Enrekang. Besarnya kontribusi sumber daya alam dalam pengembangan sektor pertanian dan luas lahan yang dimanfaatkan untuk pengembangan berbagai komoditas pertanian.

Melihat tofografi Kabupaten Enrekang yang pada umumnya ialah perbukitan dan pegunungan yang memiliki tanah yang subur sehingga masyarakat Kecamatan Anggeraja mayoritas bekerja seperti petani Keberagaman kondisi geografis pada setiap wilayah menyebabkan adanya variasi komoditas unggulan yang memberi peluang untuk dikembangkan pada setiap wilayah. Keberhasilan sektor pertanian mengangkat perekonomian warga didukung oleh ketersediaan sumber daya alam yang memadai.⁶⁷

⁶⁷ Inrayanti, *Peran Wisata Dante Pine Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*, (Pare-pare, IAIN Pare-pare 2019). 50. <http://repository.iainpare.ac.id>

Tabel 4.5 Luas Panen Tanaman Palawija di Kecamatan Anggeraja 2020.

No	Jenis Tanaman	Luas Panen (Ha)
1	Jagung	1.331
2	Kacang Tanah	20
3	Kacang Hijau	2
4	Ubi Jalar	586

Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Anggeraja pada Angka 2020.

Adapun Luas Panen Tanaman Sayuran di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dalam angka 2020, yaitu:⁶⁸

Tabel 4.6 Luas Panen Tanaman Sayuran di Kecamatan Anggeraja 2020.

No	Jenis Sayuran	Luas Panen (Ha)
1	Bawang Merah	5 260,00
2	Cabe Rawit	128
3	Kentang	0
4	Kubis	28
5	Petai	7
6	Tomat	260
7	Bawang Putih	4

Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Anggeraja pada Angka 2020

⁶⁸ Badan Pusat Statistik Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dalam angka 2020, <https://enrekangkab.bps.go.id>

Kecamatan Anggeraja yakni daerah yang dikenal memiliki potensi disektor pertanian diantaranya bawang merah, cabe rawit, kentang, kubis, petsai dan tomat. Dimana produksi bawang merah di Kecamatan Anggeraja menggapai 604.890 kuintal pada tahun 2020 dengan luas panen sebesar 5260 Ha. Cabe Rawit, produksi cabe rawit di Kecamatan Anggeraja mencapai 15.655 kuintal pada tahun 2020 dengan luas panen sebesar 128 Ha, dan masih banyak hasil pertanian yang dihasilkan. Dari seluruh hasil pertanian tersebut memerlukan pengelolaan yang lebih baik, sehingga mampu bersaing dengan hasil pertanian dunia luar.⁶⁹

Adapun Produksi tanaman sayuran menurut jenis sayuran di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dalam angka 2020, yaitu:⁷⁰

Tabel 4.7 Produksi Tanaman Sayuran Menurut Jenis Sayuran di Kecamatan Anggeraja 2020.

No	Jenis Sayuran	Produksi (Kuintal)
1	Bawang Merah	604 890,00
2	Cabe Rawit	15 655,00
3	Kentang	0
4	Kubis	2 800,00

⁶⁹ Inrayanti, *Peran Wisata Dante Pine Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*, (Pare-pare, IAIN Pare-pare 2019). 50. <http://repository.iainpare.ac.id>

⁷⁰ Badan Pusat Statistik Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dalam angka 2020, <https://enrekangkab.bps.go.id>,

5	Petai	1610
6	Tomat	80 875,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Anggeraja pada Angka 2020.

Dilihat dari aktivitas perekonomian, pada umumnya kegiatan perdagangan dan industri berada pada wilayah kawasan Barat Enrekang yaitu di Kecamatan Anggeraja seperti transportasi, telekomunikasi, minimarket, warung kelontong, rumah makan, kedai dan lain-lain berpotensi untuk dikembangkan di wilayah tersebut.

B. Hasil Penelitian

1. Pola/Sistem Pengembangan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Pola pengembangan usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, dimulai dari proses produksinya, proses pemasarannya sampai pada tingkat kepuasan konsumen pada produk tersebut yakni:

a. Proses Produksi

Berdasarkan wawancara dengan salah satu pelaku usaha Keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja, yaitu Ibu Jamira mengenai proses pembuatan keripik dangke itu sendiri dia menjelaskan bahwa:

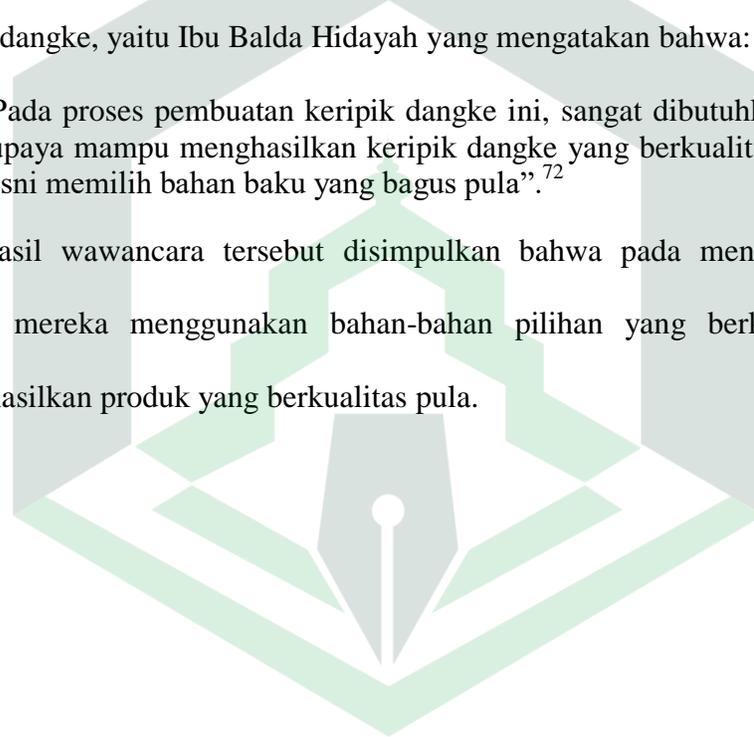
“Pada pengelolaan keripik dangke, kami menggunakan bahan baku asli (dangke) yang bagus dan segar, karena biasanya ada orang menggunakan air dangkenya saja pada membuat keripik dangke, tentu hal itu sangat mempengaruhi kualitas produk. Bahan baku yang kami gunakan, kami

dapatkan dari masyarakat sekitar yang sudah menjadi langganan dimana dangkenya itu dijamin bagus dan harganya masih bisa dijangkau”.⁷¹

Hasil wawancara tersebut diperkuat lagi oleh salah satu pelaku usaha keripik dangke, yaitu Ibu Balda Hidayah yang mengatakan bahwa:

“Pada proses pembuatan keripik dangke ini, sangat dibutuhkan keseriusan supaya mampu menghasilkan keripik dangke yang berkualitas, maka kami disini memilih bahan baku yang bagus pula”.⁷²

Hasil wawancara tersebut disimpulkan bahwa pada mengelola keripik dangke mereka menggunakan bahan-bahan pilihan yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas pula.

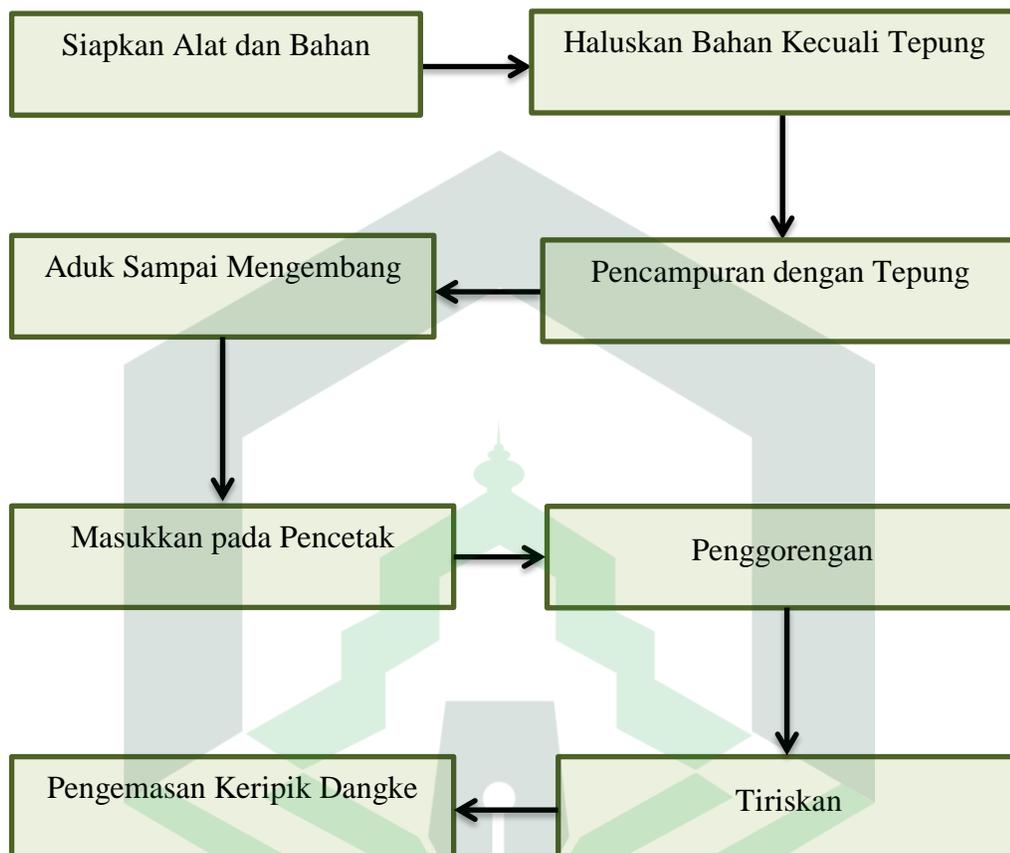


IAIN PALOPO

⁷¹ Jamira, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Lura Kecamatan Anggeraja, 28 Agustus 2021

⁷² Balda Hidayah, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 24 Agustus 2021

Adapun proses pembuatan keripik dangke bisa dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 4.1 Alur Pembuatan Keripik Dangke

Berdasarkan Gambar 4.1 diatas, yang pertama dilaksanakan pada pembuatan keripik dangke yaitu menyiapkan alat dan bahan yang akan digunakan. Kemudian haluskan dangke, telur, penyedap rasa dan gula pasir menggunakan blender hingga halus. Apabila sudah halus, tuang pada baskom untuk dicampurkan dengan tepung ketan dan tambahkan air secukupnya kemudian aduk hingga membentuk adonan. Setelah itu, cetak adonan menggunakan alat cetakan. Setelah di cetak, goreng hingga berubah warna

keemasan lalu ditiriskan. Setelah ditiriskan, kemas menggunakan plastik kemasan dan alat press. Proses pembuatan keripik dangke ini, tidak memerlukan waktu yang lama yaitu 45 menit sampai 60 menit pada sekali proses.

b. Penjualan Langsung

Informasi yang bersumber dari salah satu pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja yaitu Ibu Hasniar, yang mengatakan bahwa:

“Pada proses ini kami menggunakan strategi pemasaran yaitu dengan memasarkan secara langsung atau eceran dengan cara menjualnya di rumah sendiri, menunggu pembeli datang, mobil lewat berasal Toraja untuk dijadikan oleh-oleh”.⁷³

Penjelasan diatas diperkuat oleh Halia Bachtiar, juga sebagai salah satu pelaku usaha yang ada di Kecamatan Anggeraja, mengatakan bahwa:

“Strategi pemasaran yang kami gunakan yaitu melalui penjualan langsung kepada konsumen yang memerlukan, dan kami juga menerima pesanan apabila ada yang pesan seperti yang sering pesan berasal Toraja apabila mereka melaksanakan pesta rambu solo, mereka biasa pesan dengan jumlah yang banyak”.⁷⁴

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hasniar, bahwa telah menerapkan strategi dengan cara menjualnya langsung kepada konsumen. Penjualan secara langsung seperti ini bertujuan untuk mempercepat penjualan dan lebih mudah untuk memberikan informasi tentang produk yang tersedia. Strategi ini dilaksanakan oleh pelaku usaha keripik dangke yang usahanya masih skala rumah tangga dan menjualnya di rumah sendiri langsung ke pembeli atau

⁷³ Hasniar, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 26 Agustus 2021

⁷⁴ Halia Bachtiar, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 02 September 2021

konsumen karena rumahnya berada dekat dengan jalan poros sehingga banyak pembeli yang singgah.

c. Promosi (*Promotion*)

Pada mempromosikan produknya para pelaku usaha keripik dangke memilih beberapa alternatif yakni:

- 1) Promosi dilaksanakan dengan update story maupun posting foto untuk memasarkan produk pada akun media sosial yang telah ada, tetapi sangat jarang dilaksanakan atau hanya sekali-sekali.
- 2) Sistem mulut ke mulut (*mouth to mouth*) yakni sistem promosi dengan mengandalkan pelanggan tetap untuk memberitahukan kepada pelanggan baru tentang produknya tersebut.

Promosi yang dilaksanakan oleh para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang masih bersifat sederhana yakni dengan cara promosi dari mulut ke mulut. Hal ini memang mendatangkan konsumen dan konsumenpun bisa ikut mempromosikan keripik dangke, namun cara ini tidak memperkenalkan keripik dangke secara meluas dan secara internasional sehingga perlu ditingkatkan lagi dengan cara promosi online.

d. Penyaluran/Tempat (*Place*)

Para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja menentukan tempat strategis karena sudah memiliki bangunan atau tempat yang berada di pinggir jalan poros Enrekang Toraja. Adapun salah satu pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja yang menjualnya ke kios-kios terdekat untuk

dijual kembali dan ada juga yang menjualnya ke pasar-pasar terdekat di Kecamatan Anggeraja, bahkan ada salah satu pelaku usaha keripik dangke ini yang sudah memiliki pelanggan berasal dari luar yaitu Toraja dan di Enrekang kota.

e. Pelayanan

Pelayanan disini memiliki peran penting pada kepuasan konsumen. Pelayanan konsumen apabila dilaksanakan secara efektif mampu menimbulkan perubahan yang signifikan pada menciptakan permintaan dan mempertahankan kesetiaan bagi konsumen.⁷⁵

Seperti yang disampaikan oleh Balda Hidayah, salah satu pelaku usaha keripik dangke yang mengatakan bahwa:

“Strategi yang kami gunakan ialah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dengan bersikap ramah dan sopan, dimana meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen ialah hal yang paling utama pada memenangkan persaingan”.⁷⁶

Dari penjelasan wawancara tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa apabila pelanggan merasa tidak nyaman dengan pelayanan yang diterapkan maka kemungkinan besar pelanggan tidak bakal jadi langganan kita dan bakal mencari tempat lain sehingga pada pelayanan kita harus cepat merespon atau bersikap ramah kepada konsumen.

⁷⁵ Yolanda M. Siagian, *Aplikasi Supply Chain Management pada Dunia Usaha*, (Jakarta: Grasindo, 2005), 64.

⁷⁶ Balda Hidayah, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 24 Agustus 2021

Adapun manfaat bagi industri yang memperhatikan kepuasan pelanggan yaitu:⁷⁷

- a) Reputasi industri bakal semakin meningkat dimata konsumen atau pelanggan sehingga terciptanya kesetiaan pelanggan.
 - b) Hubungan industri dan pelanggan bakal semakin baik karena hal ini mampu mendorong setiap individu pada sebuah industri mampu bekerja dengan sungguh-sungguh.
 - c) Memiliki banyak pelanggan setia berarti pelanggan tersebut semakin mendukung segala aktivitas yang dilaksanakan oleh industri, termasuk mempromosikan pengalaman baiknya pada saat berhubungan dengan industri kepada orang lain.
2. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Pada sebuah usaha harus memiliki strategi khusus dalam menjalankan aktivitas usahanya. Oleh karena itu diperlukan cara khusus mengelola usaha tersebut. Strategi-strategi yang digunakan para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja dalam mengembangkan usahanya yakni:

⁷⁷ Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), 3.

a. Strategi Produk

Berdasarkan wawancara Ibu Hasniar selaku pelaku usaha keripik dangke di kecamatan Anggeraja, pada pengelolaan keripik dangke tersebut dia menjelaskan bahwa:

“Pada pengelolaan keripik dangke, kami menggunakan bahan-bahan pilihan yang bagus, yaitu dangke yang baru dikelola oleh peternak sapi perah dimana bahan-bahan yang digunakan didapatkan dari warga sekitar yaitu pengelola dangke”.⁷⁸

Produk yang digunakan sangat terjaga kualitasnya karena bahan-bahan yang digunakan bahan-bahan pilihan yang bagus agar menghasilkan produk keripik dangke yang bagus pula, dan harga bahan baku tersebut masih bisa dijangkau oleh pengelola keripik dangke.

Adapun strategi yang dilaksanakan oleh Ibu Balda Hidayah, salah satu pelaku usaha keripik dangke, beliau mengatakan bahwa:

“Kami memproduksi keripik dangke ini dengan bersungguh-sungguh, memperhatikan kualitas bahan bakunya, memperbaiki dari segi model dan bentuk keripik dangke itu sendiri. Dan kami memiliki dua varian rasa yaitu rasa original dan rasa balado dimana keduanya sangat disukai oleh pelanggan atau konsumen”.⁷⁹

Produk yang digunakan sangat bagus kualitasnya, memperbaiki model produk tersebut, dan juga memiliki varian rasa yang berbeda yaitu rasa original dan rasa balado.

⁷⁸ Hasniar, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 26 Agustus 2021

⁷⁹ Balda Hidayah, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 24 Agustus 2021

Dari penjelasan diatas diperkuat lagi oleh Ibu Jamira yakni salah satu pelaku usaha keripik dangke, dia mengatakan bahwa:

“Kami mengelola keripik dangke ini menggunakan bahan baku yang berkualitas dan segar karena ada juga bahan baku (dangke) yang sudah tidak bagus atau sudah lama disimpan, yang tentunya akan memengaruhi kualitas produk. kami juga memiliki dua varian rasa yaitu rasa original dan balado yang sama-sama disukai oleh konsumen. Dan kami juga sudah memiliki merek sendiri yaitu diberi nama keripik Rosma. Dimana nama Rosma ini, yakni singkatan dari nama anak saya”.⁸⁰

Produk yang digunakan yakni bahan-bahan pilihan yang memiliki kualitas bagus karena bahan baku sangat berpengaruh pada kualitas suatu produk yang dihasilkan dan sudah memiliki merek sendiri yaitu keripik Rosma.

Berdasarkan wawancara diatas oleh peneliti dengan para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi produk yang dilaksanakan yaitu dengan mempertahankan kualitas produk dan cita rasanya karena produk yang digunakan yakni produk yang berkualitas karena bahan bakunya terbuat dari susu sapi murni dan segar, bebas dari bahan pengawet dan juga mempertahankan cita rasa keripik dangke itu sendiri. Keripik dangke itu sendiri terbuat dari dangke yang diolah secara tradisional yang berasal dari susu sapi murni yang memiliki kualitas baik sehingga menghasilkan keripik dangke yang bagus pula. Keripik dangke ini terdiri dari rasa original dan rasa balado.

⁸⁰ Jamira, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Lura Kecamatan Anggeraja, 28 Agustus 2021

b. Strategi Harga

Harga sebuah produk yakni faktor kunci pada keputusan pembelian sebuah produk dan sangat mempengaruhi penjualan maupun laba yang dihasilkan. Apabila harga kurang diminati oleh konsumen atau harga yang ditawarkan terlalu mahal maka, penjualan bakal mendapatkan kesulitan. Informasi selanjutnya berasal dari Ibu Jamira selaku pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja, dia mengatakan bahwa:

“Harga yakni faktor penentu pada laku tidaknya suatu produk, maka dari itu harga yang kami berikan sesuai dengan kondisi harga pasar. Ada harga Rp. 8.000/bungkus dan ada yang harga Rp.10.000/bungkus. Kalau harga Rp. 8.000 menggunakan plastik biasa, dan harga Rp. 10.000 menggunakan plastik aluminium”.⁸¹

Berdasarkan wawancara diatas Keripik Rosma memiliki dua macam harga yang ditawarkan yaitu harganya berbeda dengan produk yang menggunakan plastik biasa dan yang menggunakan plastik aluminium. Tetapi harga yang ditawarkan tersebut sudah mengikuti harga pasar karena harga sangat menentukan laku tidaknya sebuah produk.

Adapun strategi yang dilaksanakan oleh Ibu Halia Bachtiar pada penentuan harga yaitu:

“Strateginya, harga yang diberikan tidak terlalu mahal yah, artinya harga keripik dangke ini sangat terjangkau. Sudah sesuai dengan haraga pasar yaitu Rp.10.000/bungkus”.⁸²

⁸¹ Jamira, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Lura Kecamatan Anggeraja, 28 Agustus 2021

⁸² Halia Bachtiar, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 02 September 2021

Harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha keripik dangke sudah terjangkau dan sesuai dengan harga pasar. Karena menurutnya harga sebagai penentu laku tidaknya sebuah produk.

Berdasarkan wawancara diatas oleh peneliti dengan para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, maka peneliti menyimpulkan bahwa harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha keripik dangke sangat terjangkau. Karena dia menjualnya ke kios-kios di pinggir jalan, maka harga yang ditawarkan berbeda. Dimana harga yakni faktor utama pada keputusan pembelian suatu produk. Pada hal ini para pelaku usaha keripik dangke menggunakan harga pasar dan kisaran harga yang diberikan yaitu Rp. 10.000/kemasan, dan harga Rp. 8.000/kemasan. Perbedaan harga ini tergantung jenis kemasannya dan kemana mereka menjual keripik dangke tersebut. Jadi harga yang diberikan oleh para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja sudah terjangkau karena sudah sesuai dengan daya beli konsumen.

c. Strategi Promosi

Pada mempromosikan produknya para pelaku usaha keripik dangke memilih beberapa alternatif yakni:.

- 1) Sistem mulut ke mulut (*mouth to mouth*) yakni sistem promosi dengan mengandalkan pelanggan tetap untuk memberitahukan kepada pelanggan baru tentang produknya tersebut.
- 2) Promosi dilaksanakan dengan update story maupun posting foto untuk memasarkan produk pada akun media sosial yang telah ada, tetapi sangat

jarang dilaksanakan atau sekali-sekali. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Balda Hidayah, salah satu pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang bahwa:

“Kami mempromosikan produk kami di media sosial tetapi sangat jarang, atau hanya dilaksanakan sekali-kali dan juga bentuk promosinya dari mulut ke mulut saja”.⁸³

Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa strategi promosi keripik dangke tersebut sangat perlu untuk ditingkatkan lagi dengan cara harus rajin mempromosikan lewat online.

Strategi promosi yang dilaksanakan oleh Ibu Jamira pada mempromosikan produknya, beliau mengatakan bahwa:

“Tidak ada bentuk promosi yang kami lakukan, yang penting melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, karena kalau pelanggan nyaman dan suka pasti mereka bilang ke teman atau saudara, tempat sana enak, nyaman dan ramah”.⁸⁴

Dari penjelasan Ibu Jamira yang yakni pelaku usaha di Kecamatan Anggeraja terlihat bentuk promosi yang dilaksanakan hanya promosi dari mulut ke mulut. Penjelasan tersebut terlihat bahwa strategi promosi keripik dangke sangat perlu untuk ditingkatkan lagi dengan cara harus rajin mempromosikan lewat online.

Berdasarkan wawancara diatas oleh peneliti dengan para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, maka

⁸³ Balda Hidayah, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 24 Agustus 2021

⁸⁴ Jamira, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Lura Kecamatan Anggeraja, 28 Agustus 2021

peneliti menyimpulkan bahwa strategi promosi yang dilaksanakan yaitu hanya promosi dan mulut ke mulut, dan juga melakukan promosi melalui online tetapi belum maksimal. Dimana promosi yang dilaksanakan tersebut masih bersifat sederhana. Strategi promosi tersebut masih perlu ditingkatkan dengan cara promosi online di media sosial.

d. Strategi Tempat/ Penyaluran

Tempat disini sangat berperan penting pada sebuah usaha yang didirikan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Hasniar, salah satu pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang mengatakan bahwa:

“Menurut saya lokasi saya disini sudah strategis karena berada di jalan poros Enrekang Toraja yang menyebabkan usaha saya ini ramai apabila ada mobil lewat karena keripik dangke ini dapat dijadikan oleh-oleh”.⁸⁵

Pemilihan lokasi menjadi penentu penting bagi peningkatan keuntungan suatu usaha. Dimana lokasi yang strategis akan dengan mudah dijangkau oleh konsumen yang tentunya akan meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha.

Adapun yang dikatakan oleh Ibu Balda Hidayah, sebagai salah satu pelaku usaha keripik dangke di kecamatan Anggeraja, yaitu

“Menurut saya tempat saya menjual disini sudah strategis, karena berada di jalan poros Enrekang Toraja, dimana banyak biasa pengunjung yang pulang berasal Toraja yang sudah menjadi langganan saya yah pasti singgah disini membeli keripik dangke untuk dijadikan oleh-oleh dan saya juga sudah memiliki langganan dari Toraja apabila mereka melakukan pesta rambu solo pasti memesan di saya pada jumlah yang banyak”.⁸⁶

⁸⁵ Hasniar, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 26 Agustus 2021

⁸⁶ Balda Hidayah, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 24 Agustus 2021

Dari wawancara tersebut mampu disimpulkan bahwa lokasinya sudah strategis dan juga melaksanakan penyaluran ke masyarakat luar seperti Toraja. Pemilihan lokasi menjadi penentu penting bagi peningkatan keuntungan suatu usaha.

Adapun yang dikatakan oleh Ibu Halia Bachtiar, salah satu pelaku usaha keripik dangke di kecamatan Anggeraja, yaitu:

“Menurut saya tempat saya kurang strategis karena masuk lorong, saya hanya membawa ke kios-kios terdekat dari rumah saya untuk dijual kembali karena tempat saya sulit untuk dijangkau konsumen tetapi saya sudah memiliki langganan dari Enrekang kota yaitu adik saya sendiri untuk dijualnya kembali”.⁸⁷

Dari penjelasan diatas mampu disimpulkan bahwa lokasinya belum strategis, tetapi melaksanakan penyaluran ke kios-kios terdekat dan sudah memiliki langganan dari luar.

Berdasarkan wawancara diatas oleh peneliti dengan para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi tempat/penyaluran yang dilaksanakan yaitu para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja menentukan tempat strategis karena sudah memiliki bangunan atau tempat yang berada di pinggir jalan poros Enrekang Toraja. Adapun salah satu pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja yang menjualnya ke kios-kios terdekat untuk dijual kembali dan ada juga yang menjualnya ke pasar-pasar terdekat yang ada di

⁸⁷ Halia Bachtiar, Pelaku Usaha Keripik Dangke “Wawancara” Desa Mampu Kecamatan Anggeraja, 02 September 2021

Kecamatan Anggeraja. bahkan ada salah satu pelaku usaha keripik dangke ini yang sudah memiliki pelanggan dari luar yaitu berasal Toraja dan di Enrekang kota.

3. Pendapatan Pelaku Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang
 - a. Balda Hidayah

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Ibu Balda Hidayah dalam meningkatkan pendapatannya yaitu: strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi tempat/penyaluran. Strategi produk yaitu dengan cara memilih bahan baku yang bagus dan segar, dan juga menambah varian rasa yang dulunya hanya rasa original sekarang sudah ada rasa balado. Strategi harga yaitu disesuaikan dengan harga pasar. Strategi promosi yaitu melakukan promosi dalam bentuk promosi dari mulut ke mulut dan mempostingnya di media sosial tetapi sangat jarang. Strategi tempat/penyaluran yaitu sudah strategis karena berada di jalan poros Enrekang-Toraja. bentuk penyalurannya yaitu menjual langsung dengan cara menunggu pembeli dan mobil lewat dari Toraja untuk dijadikan oleh-oleh dan menerima pesanan dari luar kalau ada yang pesan.

Tabel 4.8 Pendapatan Balda Hidayah

Nama	Modal	Pendapatan		Keuntungan
		Hari	Bulan	
Balda Hidayah	Rp.10.000.000	Rp.500.000	Rp.15.000.000	Rp.3.800.000

Sumber: Diolah dari wawancara pelaku usaha keripik dangke Kecamatan Anggeraja

Modal yang digunakan Ibu Balda Hidayah dalam usaha keripik dangke sebesar Rp. 10.000.000, dengan pendapatan perharinya sebesar Rp.500.000 dan pendapatan perbulannya sebesar Rp. 15.000.000 dan memiliki 2 orang karyawan dengan gaji sebesar Rp.600.000 perbulan, jadi keuntungan yang diperoleh oleh Ibu Balda Hidayah dalam usaha keripik dangke ini adalah sebesar Rp.3.800.000. Dan dapat disimpulkan bahwa sebelumnya Ibu Balda Hidayah berprofesi sebagai Guru PNS memiliki pendapatan sebesar Rp 1.700.000 kemudian setelah memiliki usaha keripik dangke dengan menerapkan strategi pengembangan usaha, pendapatannya meningkat yaitu sebesar Rp. 5.500.000 dalam perbulannya.

b. Jamira

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Ibu Jamira dalam meningkatkan pendapatannya yaitu: strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi tempat/penyaluran. Strategi produk yaitu dengan cara memilih bahan baku yang bagus dan segar, menambah varian rasa yang dulunya hanya rasa original sekarang sudah ada rasa balado dan mempertahankan cita rasa produk. Strategi harga yaitu harga Rp. 8.000 untuk kemasan plastik biasa

dan harga Rp. 10.000 untuk kemasan plastik aluminium. Strategi tempat/penyaluran yaitu sudah strategis karena berada di jalan poros Enrekang-Toraja. bentuk penyalurannya yaitu menjual langsung dengan cara menunggu pembeli dan mobil lewat untuk dijadikan oleh-oleh, menjualnya ke kios-kios dan pasar terdekat dan juga menerima pesanan dari luar kalau ada yang pesan. strategi promosi yaitu melakukan promosi dalam bentuk promosi dari mulut ke mulut dan promosi online tetapi sangat jarang.

Tabel 4.9 Pendapatan Jamira

Nama	Modal	Pendapatan		Keuntungan
		Hari	Bulan	
Jamira	Rp.15.000.000	Rp.700.000	Rp.21.000.000	Rp.4.200.000

Sumber: Diolah dari wawancara pelaku usaha keripik dangke Kecamatan Anggeraja

Modal yang digunakan Ibu Jamira dalam usaha keripik dangke sebesar Rp. 15.000.000, dengan pendapatan perharinya sebesar Rp.700.000 dan pendapatan perbulannya sebesar Rp. 21.000.000 dan memiliki 3 orang karyawan dengan gaji sebesar Rp.600.000 perbulan, jadi keuntungan yang diperoleh oleh Ibu Jamira dalam usaha keripik dangke ini adalah sebesar Rp.4.200.000. Dan dapat disimpulkan bahwa sebelumnya Ibu Jamira hanya sebagai Ibu rumah tangga. Dimana belum mempunyai pendapatan sama sekali kemudian setelah memiliki usaha keripik dangke dengan menerapkan strategi pengembangan usaha, pendapatannya meningkat yaitu sebesar Rp. 4.200.000 dalam perbulannya.

c. Hasniar

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Ibu Hasniar dalam meningkatkan pendapatannya yaitu: strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi tempat/penyaluran. Strategi produk yaitu dengan cara memilih bahan baku yang bagus dan segar. Strategi harga yaitu disesuaikan dengan harga pasar. Strategi promosi yaitu melakukan promosi dalam bentuk promosi dari mulut ke mulut dan mempostingnya di media sosial tetapi sangat jarang. Strategi tempat/penyaluran yaitu sudah strategis karena berada di jalan poros Enrekang-Toraja. bentuk penyalurannya yaitu menjual langsung dengan cara menunggu pembeli dan mobil lewat yang sudah menjadi langganan untuk dijadikan oleh-oleh.

Tabel 4.10 Pendapatan Hasniar

Nama	Modal	Pendapatan		Keuntungan
		Hari	Bulan	
Hasniar	Rp.10.000.000	Rp.450.000	Rp.13.500.000	Rp.3.000.000

Sumber: Diolah dari wawancara pelaku usaha keripik dangke Kecamatan Anggeraja

Modal yang digunakan Ibu Hasniar dalam usaha keripik dangke sebesar Rp. 10.000.000, dengan pendapatan perharinya sebesar Rp.450.000 dan pendapatan perbulannya sebesar Rp. 13.500.000 dan memiliki 1 orang karyawan dengan gaji sebesar Rp.500.000 perbulan, jadi keuntungan yang diperoleh oleh Ibu Hasniar dalam usaha keripik dangke ini adalah sebesar Rp.3.000.000. Dan dapat

disimpulkan bahwa sebelumnya Ibu Hasniar hanya sebagai Ibu rumah tangga yang belum memiliki penghasilan kemudian setelah memiliki usaha keripik dangke dengan menerapkan strategi pengembangan usaha, pendapatannya meningkat yaitu sebesar Rp. 3.000.000 dalam perbulannya.

d. Halia Bachtiar

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Ibu Halia Bachtiar dalam meningkatkan pendapatannya yaitu: strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi tempat/penyaluran. Strategi produk yaitu dengan cara memilih bahan baku yang bagus, rasa original tetapi tetap mempertahankan kualitas cita rasa yang dimiliki karena sudah disuaki oleh pelanggan. Harga sangat terjangkau atau sesuai dengan harga pasar. Promosi dari mulut ke mulut dan menerima pesanan. Tempat kurang strategis karena jauh dari jalan poros tetapi menjualnya ke kios-kios terdekat yang dekat jalan poros dan menerima pesanan dari luar yang sudah menjadi langganan menjadi langganan.

Tabel 4.11 Pendapatan Halia Bachtiar

Nama	Modal	Pendapatan		Keuntungan
		Hari	Bulan	
Halia Bachtiar	Rp.10.000.000	Rp.450.000	Rp.13.500.000	Rp.3.000.000

Sumber: Diolah dari wawancara pelaku usaha keripik dangke Kecamatan Anggeraja

Modal yang digunakan Ibu Halia Bachtiar dalam usaha keripik dangke sebesar Rp. 10.000.000, dengan pendapatan perharinya sebesar Rp.450.000 dan

pendapatan perbulannya sebesar Rp. 13.500.000 dan memiliki 1 orang karyawan dengan gaji sebesar Rp.500.000 perbulan, jadi keuntungan yang diperoleh oleh Ibu Halia Bachtiar dalam usaha keripik dangke ini adalah sebesar Rp.3.000.000. Dan dapat disimpulkan bahwa sebelumnya Ibu Halia Bachtiar hanya sebagai Ibu rumah tangga yang belum memiliki penghasilan kemudian setelah memiliki usaha keripik dangke dengan menerapkan strategi pengembangan usaha, pendapatannya meningkat yaitu sebesar Rp. 3.000.000 dalam perbulannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja mengenai strategi pengembangan usaha yang dilaksanakan mampu meningkatkan pendapatannya. Peneliti memperoleh data yang sesuai hasil riset Julda Urfi Zahro dengan judul strategi pengembangan usaha industri konveksi pada meningkatkan pendapatan industri (studi kasus konveksi marina Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung). Hasil risetnya yaitu dengan melaksanakan strategi produk, dengan membuat produk yang berkualitas dan meningkatkan kualitas produknya. Pada pengembangan sebuah usaha untuk meningkatkan pendapatan, para pelaku usaha keripik dangke membuat sebuah produk dengan mengedepankan kualitas produk dan mempertahankan cita rasa. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha keripik dangke menggunakan bahan baku yang bagus dan berkualitas. Sesuai dengan teori pendapatan yang di ungkapkan oleh Hani Werdi Apriyanti yang mengatakan bahwa Pendapatan dikatakan seperti penanda bahwa seseorang atau sebuah industri berhasil dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pendapatan

menjadi salah satu faktor penting yang membuat industri memiliki motivasi untuk mengembangkan usahanya di pasaran agar memperoleh hasil yang menguntungkan dengan sebanyak-banyaknya.⁸⁸

Pendapatan itu sendiri digunakan untuk mengukur standar hidup manusia secara umum, yakni digunakan untuk mengukur kondisi ekonomi individu dan bisa dihitung dengan rupiah yang didapatkan dalam perbulannya. Meningkatkan pendapatan dengan target untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia merupakan sebuah petunjuk pada Islam. Dimana manusia dituntut untuk bekerja dengan baik melalui usaha yang halal. Sudarsono menyatakan bahwa dalam pendapatan yang kita dapatkan, kita harus mengetahui dari mana asalnya pendapatan tersebut dilihat dari halal dan haram serta mengetahui pendapatan tersebut masih berada di jalan Allah SWT atau yang dilarang oleh Allah SWT yang akan didistribusikan. Maka dari itu Islam sangat peduli terhadap kemaslahatan pada umatnya dan dianjurkan dalam hal kebaikan, khususnya pada ekonomi. Sehingga masyarakatnya dianjurkan untuk membagi pendapatan yang dimilikinya terhadap sesama yang membutuhkan seperti dengan memberikan zakat, infaq dan sedekah.⁸⁹

⁸⁸ Hani Werdi Apriyanti, *Teori Akuntansi Berdasarkan Pendekatan Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), 80.

⁸⁹ Zarkasi, et.al, *Pendapatan Perkapita, Suku Bunga, Jumlah Penduduk, Zakat dan Pengaruhnya Pada Tingkat Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia*, (Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2021), 59-60.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan, pengumpulan data dan wawancara mendalam kepada para informan, dalam rangka pengembangan industri keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang maka perlu kiranya dideskripsikan kondisi internal dan eksternalnya yang berpengaruh dalam pengembangan industri keripik dangke kedepan, dengan mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknees*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*treath*) yang dihadapi oleh para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Data yang diambil dari penulisan skripsi ini adalah data primer berupa data-data masyarakat dengan bermacam perorangan yang terkait dalam strategi pengembangan usaha pengolahan keripik dangke dengan wawancara. Untuk dapat mengetahui pangsa pasar yang sedang dihadapi saat ini dan lebih jauh mengenai bagaimana analisis terhadap strategi pengembangan usaha keripik dangke dalam meningkatkan pendapatannya. Maka peneliti akan menyajikan data-data yang peneliti peroleh mengenai lingkungan organisasi baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

Dalam mengidentifikasi lingkungan internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, sedangkan lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman, Maka disajikan data-data yang diperoleh mengenai strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan dilakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Tujuan dari pembagian wawancara ini

adalah untuk mendapatkan berbagai rincian mengenai faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan organisasi serta faktor eksternalnya yang meliputi peluang dan ancaman bagi organisasi. Jawaban dari wawancara tersebut kemudian diidentifikasi dengan rincian sebagai berikut:

1. Identifikasi Lingkungan Internal dan Eksternal

Berikut data yang telah diidentifikasi faktor internal dan eksternal berdasarkan hasil wawancara dari para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Faktor-faktor yang menjadi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman terhadap Pengembangan Usaha Keripik Dangke.

<p style="text-align: center;">Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas (memiliki nilai gizi tinggi) 2. Bahan baku melimpah (tersedia) 3. Harga yang murah (terjangkau). 	<p style="text-align: center;">Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar ada 2. Meningkatkan ekonomi keluarga 3. SDM terampil.
<p style="text-align: center;">Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan produk tidak menarik 2. Varian rasa belum beragam 3. Cara promosi masih sederhana 4. Alat produksi atau peralatan yang 	<p style="text-align: center;">Ancaman (<i>Threts</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya bantuan modal 2. Adanya pesaing dari daerah lain.

digunakan masih sederhana.	
----------------------------	--

Sumber : Data primer setelah diolah, 2021.

Dari hasil identifikasi terhadap faktor internal usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, yang terdiri dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*) dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threts*), dapat disimpulkan bahwa:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan yang dimiliki dalam pengembangan usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja adalah:

- 1) Produk berkualitas yaitu keripik dangke ini memiliki nilai gizi yang tinggi karena bahan bakunya terbuat dari susu segar yang memiliki kandungan protein, lemak, air dan mineral. Dan bahan bakunya juga merupakan dangke yang segar dan bagus (baru-baru selesai diolah) menjadi dangke.
- 2) Bahan baku melipah (tersedia) yaitu bahan bakunya juga tersedia banyak, karena di Kecamatan Anggeraja mampu memproduksi susu lebih dari 300 liter/hari dan masyarakat Enrekang juga tidak terbiasa minum susu segar.
- 3) Harga yang murah (terjangkau), karena kebanyakan pelanggan dari usaha keripik dangke ini merupakan pemborong yang akan menjual kembali keripik dangke yang dibelinya.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Adapun yang menjadi kelemahan dalam pengembangan usaha keripik dangke yaitu:

- 1) kemasan produk tidak menarik, artinya tidak memiliki nilai jual karena masih menggunakan kemasan seadanya/ sederhana.
- 2) Varian rasa belum beragam, karena produk keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja hanya memiliki dua rasa yaitu rasa original dan balado.
- 3) cara promosi masih sederhana, karena sistem promosi yang digunakan hanya promosi dari mulut ke mulut yaitu hanya mengandalkan pelanggan tetap untuk mempromosikan keripik dangke ini kepada pelanggan baru, promosi online juga hanya dilakukan sekali-kali.
- 4) Pembuatan keripik dangke masih menggunakan peralatan yang sederhana sehingga jumlah produksinya sedikit.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yang dimiliki dalam pengembangan usaha keripik dangke ini adalah:

- 1) Permintaan pasar ada, karena sudah ada pelanggan tetap atau pedagang pengumpul yang akan membeli hasil produk keripik dangke dari para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja, keripik dangke ini juga sudah mulai dikenal bahkan digemari oleh masyarakat di luar Kabupaten Enrekang.

- 2) Meningkatkan ekonomi keluarga, karena dari hasil observasi dan wawancara peneliti, usaha keripik dangke ini dapat meningkatkan ekonomi keluarga dengan cara mengembangkan pemasarannya.
- 3) Sumber daya manusianya terampil, karena sudah menjadi turun temurun bahwa setiap Ibu rumah tangga di Kecamatan Anggeraja terampil atau sudah menguasai pembuatan keripik dangke ini, apapun status ekonominya.

d. Ancaman (*Threats*)

Adapun yang menjadi ancaman dalam pengembangan usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang yaitu:

- 1) Tidak adanya bantuan modal, karena modal merupakan kendala besar yang dihadapi oleh para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja yang hanya memiliki modal terbatas.
 - 2) Adanya pesaing dari daerah lain yang juga bergerak dibidang usaha keripik dangke.
2. Tahap Analisis *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS)

IFAS dan EFAS membantu para manager untuk mengatur faktor-faktor strategi kedalam kategori-kategori kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Penggunaan bentuk IFAS dan EFAS melibatkan langkah-langkah berikut:⁹⁰

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.

⁹⁰ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 60-63.

- b. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil analisis sebagai berikut:
- 1) Jika peluang lebih besar daripada ancaman maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya apabila ancaman lebih besar daripada peluang maka nilai $y < 0$.
 - 2) Jika kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya apabila kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilai $x < 0$.

Langkah penyusunan tabel IFAS yaitu:

- a. Masukkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada tabel IFAS kolom 1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari kekuatan dan kelemahan.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00. Faktor-faktor itu diberi bobot didasarkan pengaruh posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah). variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari satu sampai dengan 4 dengan membandingkan terhadap rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya jika kelemahan besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1,

sedangkan jika nilai kelemahan rendah/ dibawah rata-rata pesaing-pesaingnya maka nilainya 4.

- d. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Langkah penyusunan tabel EFAS yaitu:

- a. Masukkan faktor-faktor peluang dan ancaman pada tabel EFAS, kolom 1, susun 5 sampai dengan 10 faktor dari peluang dan ancaman.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00. Faktor-faktor itu diberi bobot didasarkan pada dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
- c. Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah). variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari satu sampai dengan 4 dengan membandingkan terhadap rata-rata pesaing utama.

Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya jika kelemahan besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai kelemahan rendah/ dibawah rata-rata pesaing-pesaingnya maka nilainya 4.

- d. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan satu dengan yang lain dalam kelompok industri yang sama.

Pembobotan pada lingkungan internal tingkat kepentingannya didasarkan pada besarnya pengaruh faktor strategis terhadap posisi strategisnya, sedangkan pada lingkungan eksternal didasarkan pada kemungkinan memberikan dampak terhadap faktor strategisnya.

- a. Jumlahkan bobot pada masing-masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah = 1 (satu)
- b. Skor total internal = total bobot kekuatan + total bobot kelemahan = 1
- c. Skor total eksternal = total bobot peluang + total bobot ancaman = 1.

Setelah tahapan analisis tersebut selesai, maka faktor-faktor internal dan eksternal diberikan bobot. Hasil pemberian bobot dan skala rating faktor-faktor internal dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Faktor Strategi Internal usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	B x R
Kekuatan (Strenghts)			
1. Produk berkualitas (memiliki nilai gizi tinggi)	0,20	4	0,80
2. Bahan baku melimpah (tersedia)	0,20	4	0,80
4. Harga yang murah (terjangkau).	0,20	3	0,60
Jumlah Komulatif			2,20
Kelemahan (Weaknesses)			
1. Kemasan produk tidak menarik	0,10	2	0,20
2. Varian rasa belum beragam	0,10	2	0,20
3. Cara promosi masih sederhana	0,15	2	0,30
4. Alat produksi atau peralatan yang digunakan masih sederhana.	0,10	3	0,30
Jumlah Komulatif			1,00
Jumlah		1,00	3,01

Sumber: Data primer setelah diolah, 2021.

Dari hasil analisis pada tabel 4.13, terlihat bahwa strategi internal menunjukkan nilai komulatif rata-rata faktor kekuatan sebesar 2,20 lebih besar dari pada faktor kelemahan sebesar 1,00 jadi sudah jelas bahwa faktor kekuatan lebih besar dari pada faktor kelemahan.

Kelemahan utama dalam pengembangan usaha keripik dangke yaitu kemasannya yang kurang menarik, varian rasa belum beragam, cara promosi yang masih sederhana, dan peralatan sederhana sehingga produksinya kecil. Sedangkan yang menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha keripik dangke yaitu produknya memiliki nilai gizi tinggi, bahan baku yang berkualitas dan tersedia serta harganya murah atau terjangkau. Pemberian bobot pada tabel Internal ditentukan dengan melihat indikator-indikator yang lebih berpengaruh terhadap pengembangan usaha keripik dangke tersebut, jika indikator A lebih berpengaruh besar dalam pengembangan keripik dangke dibandingkan indikator B maka pemberian bobot pada indikator A lebih tinggi dari pada indikator B, begitupun dengan indikator lainnya, tetapi jumlah bobot dari keseluruhan indikator tidak melebihi nilai 1,00 atau 100, begitupun pada tabel faktor eksternal.⁹¹

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 302.

Tabel 4.14 Faktor Strategi Eksternal Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	B x R
Peluang (Opportunities)			
1. Permintaan pasar ada	0,26	4	1,04
2. SDM terampil	0,24	3	0,72
3. Meningkatkan ekonomi keluarga.	0,22	3	0,66
Jumlah Komulatif			2,42
Ancaman (Threts)			
1. Tidak adanya bantuan modal	0,15	2	0,30
2. Adanya pesaing dari daerah lain.	0,13	2	0,26
Jumlah Komulatif			0,56
Jumlah		1,00	2,98

Sumber: Data primer setelah diolah, 2021.

Tabel 4.14, terlihat bahwa faktor strategi eksternal menunjukkan nilai kumulatif untuk faktor peluang sebesar 2,42 lebih besar daripada nilai rata-rata faktor ancaman yang hanya sebesar 0,56. sudah jelas bahwa faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman.

Ancaman yang paling besar dalam pengembangan usaha keripik dangke yaitu tidak adanya bantuan modal dan banyaknya pesaing dari daerah lain. Sedangkan yang menjadi peluang dalam pengembangan usaha keripik dangke yaitu Permintaan pasar ada, sumber daya manusianya terampil dan dapat meningkatkan ekonomi keluarga.

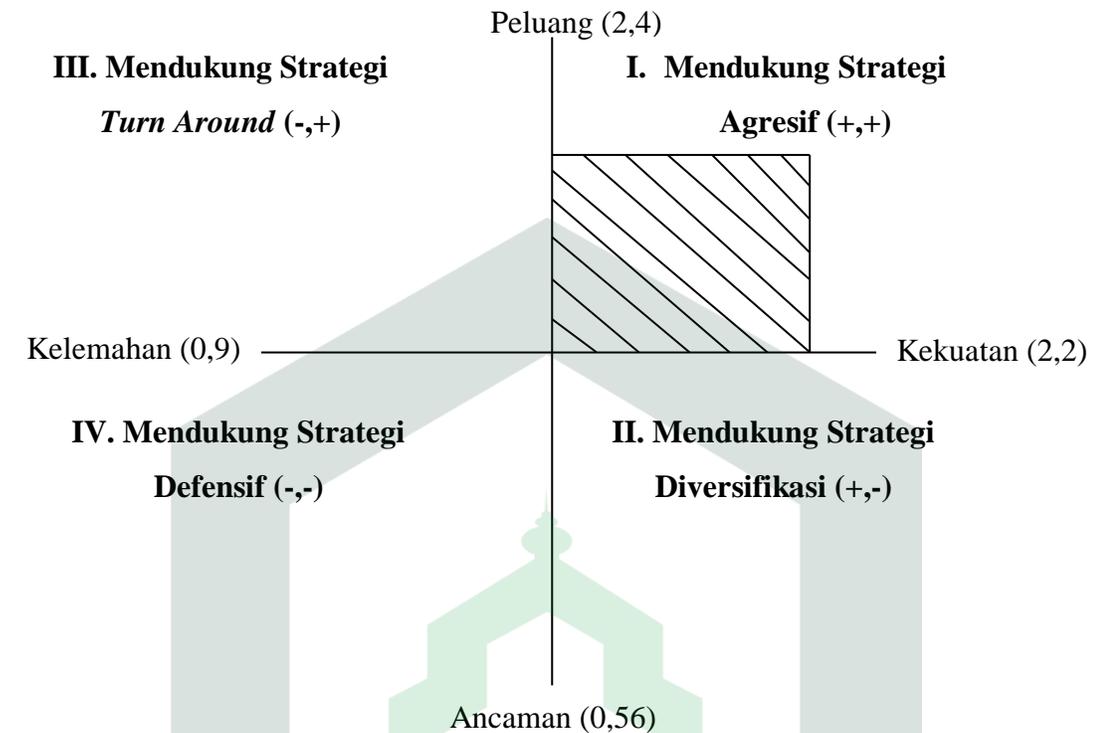
Tabel 4.15 Tahap Perhitungan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja
Kabupaten Enrekang

IFAS	3,1	EFAS	2,98
Total skor kekuatan (S)	2,2	Total skor Peluang (O)	2,42
Total skor Kelemahan (W)	1,0	Total skor Ancaman (T)	0,56
$X = S - W$	1,2	$Y = O - T$	1,86

Dari perhitungan di atas bisa dikatakan bahwa usaha keripik dangke ini memiliki kekuatan yang cukup baik, berdasarkan perhitungan IFAS pada tabel 4.15 di atas, Usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang mempunyai kekuatan dengan poin 2,2. Kelemahan yang dimiliki usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang yaitu sebesar 1,0. Angka ini cukup besar untuk kategori kelemahan. Selisih kekuatan dan kelemahan ini lumayan besar, yaitu sebesar 1,2. Hal ini dapat dijadikan acuan bagi para pelaku usaha keripik dangke dalam menetapkan kebijakan baru sehingga kekuatan yang dimiliki dapat dimanfaatkan dengan baik dan kelemahan yang dimiliki dapat diminimalisir.

Pada analisis EFAS Usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang ini mempunyai poin peluang 2,42. Angka ini cukup besar walaupun masih jauh dari angka yang mampu dimiliki suatu usaha. Hal ini dapat dijadikan pelajaran bagi pengusaha untuk lebih cerdas dalam memanfaatkan peluang dan mencari peluang lain dalam rangka mengembangkan usaha keripik dangke.

Gambar 4.2 Kuadran Strategi SWOT Usaha Keripik Dangke



Keterangan:

Kuadran I : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan

peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Berdasarkan hasil penilaian SWOT strategi pengembangan Usaha keipik dangke didapati bahwa faktor internal lebih besar nilainya dibandingkan dengan faktor eksternal. Artinya, faktor internal strategi pengembangan usaha keripik dangke mampu mengungguli faktor eksternal strategi pengembangan usaha keripik dangke sehingga apabila terjadi permasalahan yang serius dan peningkatan faktor eksternal, faktor internal mampu menghadapinya. Dalam hal ini faktor internal masih bisa diandalkan dalam strategi pengembangan usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

Dari hasil tersebut pula didapati bahwa X bernilai positif yakni 1,2 dan nilai Y juga bernilai positif yakni 1,86. Dari hasil ini didapati bahwa hasil perhitungan SWOT secara kuantitatif menunjukkan pada posisi kuadran I. seperti yang sudah

dijelaskan diatas, kuadran I menandakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal. Matriks ini menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T dan strategi S-T.

Strategi S-O : Strategi menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang.

Strategi S-T : Strategi menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman.

Strategi W-O : Strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang.

Strategi W-T : Strategi yang bersifat defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Tabel 4.16 Diagram Matriks SWOT dalam Pengembangan Usaha Keripik Dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.

<p>Faktor Internal (IFAS)</p> <p>Faktor Eksternal (EFAS)</p>	<p>Kekuatan (strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas (memiliki kandungan gizi tinggi) 2. Bahan baku melimpah (tersedia) 3. Harga terjangkau. 	<p>Kelemahan(Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan tidak menarik 2. Varian rasa belum beragam 3. Cara promosi masih sederhana 4. Peralatan sederhana sehingga produksi jumlahnya sedikit.
<p>Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar ada 2. Meningkatkan ekonomi keluarga 3. SDM terampil. 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk keripik dangke dan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan, dalam hal ini mempertahankan kekuatan produksi yang sifatnya enak, segar dan bergizi, dengan peluang hasil produksi yang mempunyai cita rasa yang khas. 2. Meningkatkan sumber daya yang dimiliki seperti sumber daya manusia dan ketersediaan bahan baku dalam rangka peningkatan produksi. 3. Menjual produk dengan harga terjangkau agar permintaan terhadap keripik dangke ini terus 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pengemasan (dibuat semenarik mungkin) 2. Meningkatkan strategi promosinya sehingga dapat meningkatkan permintaan terhadap keripik dangke, dengan demikian keadaan ekonomi keluarga juga dapat meningkat. 3. Pengembangan berbagai varian rasa keripik dangke.

	meningkat dan juga dapat meningkatkan ekonomi keluarga.	
Ancaman (Threats)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya bantuan modal 2. Adanya pesaing dari daerah lain. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkatkan daya saing dengan cara menjaga dan mempertahankan kualitas produk. 2. Menjaga kekuatan sumber daya peralatan yang ada meskipun masih dalam jumlah kecil dan sederhana namun tetap merupakan penunjang unsur utama dalam menghasilkan keripik dangke. 3. Tingkatkan kreativitas dengan cara mempromosikan keripik dangke ini diluar kabupaten Enrekang agar wilayah pemasaran luas. 4. Mempertahankan harga yang terjangkau agar dapat meningkatkan minat pelanggan atau konsumen untuk mau membeli keripik dangke ini. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk yang dimiliki agar dapat menghadapi persaingan dari luar. 2. Meningkatkan strategi promosi yang selama ini masih sederhana dibuat lebih menarik agar daya beli masyarakat meningkat 3. Dalam hal permodalan dan lemahnya promosi terhadap produk keripik dangke yaitu peningkatan modal kerja melalui berbagai cara mengajukan permohonan bantuan permodalan ke pihak perbankan dan meminta bantuan pemerintah atau bermitra dengan pihak pemilik modal lainnya.

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2021.

Matriks analisis SWOT pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa prospek pengembangan industri keripik dangke yang dilihat dari aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman menghasilkan strategi yang perlu dilakukan industri keripik dangke dalam rangka pengembangan kedepannya, baik itu strategi dalam menghadapi

kekuatan dan peluang usaha, strategi kelemahan dan peluang, strategi ancaman dan kekuatan serta ancaman dan kelemahan, dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Strategi Kekuatan dan Peluang (SO)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan dan memanfaatkan peluang yang ada. Dalam menghadapi kekuatan dan peluang usaha yang dimiliki, maka strategi pengembangan yang perlu dilakukan dalam mengelolah usaha keripik dangke yaitu:

- 1) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk keripik dangke dan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan, dalam hal ini mempertahankan kekuatan produksi yang sifatnya enak, segar dan bergizi, dengan peluang hasil produksi yang mempunyai cita rasa yang khas.
- 2) Memanfaatkan peluang produksi keripik dangke yang selalu habis terjual, maka strategi yang digunakan adalah memanfaatkan sumber sumber daya, dengan kekuatan usaha seperti sumber daya manusia dan ketersediaan bahan baku, dimana bahan baku yang digunakan dalam membuat keripik dangke berasal dari susu segar yang telah di olah menjadi dangke.
- 3) Menjual produk dengan harga terjangkau agar permintaan terhadap keripik dangke ini terus meningkat dan juga dapat meningkatkan ekonomi keluarga.

b. Strategi Kekuatan Menghadapi Ancaman (ST)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Dalam upaya menghadapi berbagai ancaman dalam pengelolaan usaha keripik dangke, perlu kiranya membangun kekuatan dengan melakukan strategi sebagai berikut:

- 1) Tingkatkan daya saing dengan cara menjaga dan mempertahankan kualitas produk yaitu dengan menjaga ciri khas produk yang bernilai gizi tinggi, segar dan enak.
- 2) Menjaga kekuatan sumber daya peralatan yang ada meskipun masih dalam jumlah kecil dan sederhana namun tetap merupakan penunjang unsur utama dalam menghasilkan keripik dangke yang berkualitas.
- 3) Tingkatkan kreativitas dengan cara mempromosikan keripik dangke ini diluar kabupaten Enrekang agar wilayah pemasaran luas, karena walaupun sifatnya hanya merupakan usaha kecil skala rumah tangga, akan tetapi diperlukan jaringan pemasaran dengan jangkauan luas.
- 4) Mempertahankan harga yang terjangkau agar dapat meningkatkan minat pelanggan atau konsumen untuk mau membeli keripik dangke ini.

c. Strategi Peluang Menghadapi Kelemahan (WO)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

Untuk itu beberapa strategi yang perlu dilakukan dalam pengembangan usaha keripik dangke ini, yaitu sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kualitas pengemasan keripik dangke yaitu memodifikasi kemasannya dengan cara mengganti kemasan yang lebih baik seperti menggunakan kemasan yang lebih bagus dan menambahkan label di kemasan agar lebih menarik.
 - 2) Pemanfaatan sumber daya terampil yang dimiliki dengan cara pengembangan berbagai varian rasa keripik dangke dengan memanfaatkan sumber daya peralatan yang ada meskipun dalam jumlah kecil dan sederhana namun tetap merupakan penunjang unsur utama dalam menghasilkan produk keripik dangke yang memiliki varian rasa beragam agar pelanggan atau konsumen memiliki pilihan terhadap varian rasa yang dimiliki keripik dangke. contohnya seperti keripik dangke rasa coklat, rasa pandan dan lain sebagainya.
 - 3) Meningkatkan jaringan distribusi dan pemasaran diluar daerah produksi agar dapat meningkatkan permintaan terhadap keripik dangke, dengan demikian keadaan ekonomi keluarga juga dapat meningkat.
- d. Strategi Menghadapi Kelemahan dan Ancaman (WT)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal dan faktor eksternal, strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensif dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Dalam menghadapi kelemahan dan ancaman, maka

pengelola usaha keripik dangke perlu menetapkan strategi pengembangan usaha yaitu:

- 1) Menjaga kualitas produk yang dimiliki agar dapat menghadapi persaingan dari luar.
- 2) Meningkatkan strategi promosi yang selama ini masih sederhana dibuat lebih menarik agar daya beli masyarakat meningkat
- 3) Dalam hal permodalan dan tidak adanya promosi terhadap produk keripik dangke yaitu peningkatan modal kerja melalui berbagai cara diantaranya mengajukan permohonan bantuan permodalan ke pihak perbankan, minta bantuan pemerintah atau bermitra dengan pihak pemilik modal lainnya.

2. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke Berdasarkan Analisis SWOT

Strategi pengembangan usaha keripik dangke yang dapat dilakukan pada hasil penelitian di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang berdasarkan matriks SWOT, masih perlu adanya perbaikan dan mendapatkan perhatian dari instansi-instansi Pemerintah terkait, yaitu sebagai berikut: Mempertahankan kualitas produk untuk menjaga permintaan pasar, Meningkatkan sumber daya yang dimiliki dalam rangka peningkatan produksi, Pengembangan berbagai varian rasa keripik dangke, Perlu modifikasi kemasan yang lebih menarik, Menambah jaringan pemasaran diluar wilayah Kabupaten Enrekang, Tingkatkan daya saing dengan cara menjaga kualitas produk, Tingkatkan kreativitas melalui promosi supaya wilayah pemasaran luas, Menjaga produksi dan pangsa pasarnya, Mengoptimalkan kapasitas produksi dan lakukan pendekatan kemitraan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mengenai strategi pengembangan usaha keripik dangke dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga (studi kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang) didapatkan hasil pembahasan dengan mencocokkan data temuan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan penulis yaitu Produk merupakan sebuah barang atau jasa yang mampu ditawarkan kepada konsumen untuk dibeli, digunakan, dikonsumsi oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.⁹² Dimana suatu produk sangat berperan penting untuk mendapatkan profit atau laba pada sebuah industri. Sebuah produk mampu diketahui seberapa besar kepuasan dan kebutuhan konsumen pada produk tersebut.

Dalam mengembangkan sebuah usaha untuk meningkatkan pendapatan, para pelaku usaha di Kecamatan Anggeraja membuat sebuah produk dengan mengedepankan kualitas produk dan mempertahankan cita rasanya. Hal ini dikarenakan bahan baku yang digunakan pada membuat produk keripik dangke tersebut berkualitas bagus. Dimana konsumen akan melihat kualitas produk itu sendiri, dan akan diminati jika produk tersebut memiliki kualitas yang bagus dan tidak ada kerusakan. Hal ini sesuai dengan riset Julda Urfi Zahro dengan judul strategi pengembangan usaha industri konveksi pada meningkatkan pendapatan industri (studi kasus konveksi marina Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung) yaitu pada melaksanakan strategi produk, yang

⁹² Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 153.

pertama kali dilaksanakan oleh industri ialah dengan membuat produk yang berkualitas dan meningkatkan kualitas produknya.⁹³ Pada strategi produk juga digunakan oleh pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja ialah dengan mengedepankan kualitas produk.

Harga yaitu jumlah yang dibayar pelanggan untuk setiap produk atau jasa yang anda berikan.⁹⁴ Harga pada bauran pemasaran yakni salah satu unsur bauran pemasaran yang menyesuaikan produk, saluran dan komunikasi. Penentuan harga sangat berpengaruh terhadap laku tidaknya suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Jika kita salah pada menentukan harga maka akan berakibat tidak lakunya produk yang ditawarkan. Industri pada menetapkan harga ada bermacam-macam cara yang digunakan. Pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja ialah dengan melihat harga yang ada di pasar. Pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja menetapkan harga produknya dengan harga terjangkau agar banyak konsumen tertarik dengan cemilan keripik dangke tersebut. Hal ini sesuai hasil riset yang dilaksanakan oleh Fitriany. Dengan judul strategi pengembangan usaha UKM guna meningkatkan pendapatan karyawan pada usaha Toko Roti Fury Maros di Maros Sulawesi Selatan. Hasil dari riset ini ialah strategi penetapan harga yang dilaksanakan ialah

⁹³ Julda Urfi Zahro, *Strategi Pengembangan Usaha Industri Konveksi dalam Meningkatkan Pendapatan Industri (Studi Kasus Konveksi Marina Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021), 77. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/21772/>

⁹⁴ Fitria Halim, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 4.

dengan menerapkan harga yang terjangkau agar produknya dapat diterima oleh semua kalangan konsumen.

Promosi (*promotion*) ialah kegiatan bisnis yang mempunyai tujuan agar konsumen bisa lebih mengenal dan tertarik dengan produk bisnis yang ditawarkan. Dalam kegiatan ini Anda harus mampu mengubah persepsi konsumen menjadi positif mengenai usaha atau bisnis yang kita jalankan.⁹⁵ Adapun kegiatan pada sebuah promosi yaitu peliklanan, pemasaran langsung dan hubungan warga. Dimana target dari promosi itu sendiri ialah untuk memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan calon pelanggan atau konsumen. Pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja dalam mempromosikan produknya masih bersifat sederhana karena hanya menggunakan promosi mulut ke mulut. Hal ini sesuai dengan riset yang dilaksanakan oleh Risda Pratiwi dengan judul strategi pengembangan usaha rengginang pulut dengan metode Analisis SWOT (studi kasus usaha rengginang pulut CV Uul Jaya Kabupaten Langkat). Strategi promosi yang dilaksanakan ialah dengan sistem dari mulut ke mulut. Promosi yang hanya mengandalkan relasi mulut ke mulut. Mengingat zaman sekarang industri banyak yang mempromosikan produknya dengan menggunakan media sosial.⁹⁶

⁹⁵ Husni Muharram Ritonga, et.al, *Manajemen Pemasaran*, (Medan: CV. Manhaji, 2018), 118.

⁹⁶ Risda Pratiwi, *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV Uul Jaya Kabupaten Langkat)*, (Sumatera Utara Medan: Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), 90. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=risda+pratiwi+2018&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D7WRRXumNOuwJ

Saluran distribusi disini yakni tahap sampainya suatu barang kepada pembeli yang biasa dikenal dengan proses penyaluran, yang merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan konsumen pada waktu yang tepat.⁹⁷ Saluran distribusi yang dilaksanakan oleh pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja ialah dengan memilih lokasi yang tepat untuk mendistribusikan produknya. Pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja pada mendistribusikan produknya ialah dengan menjualnya ke pasar-pasar terdekat dan kios-kios terdekat yang ada di Kecamatan Anggeraja. Selain dengan pasar dan kios-kios terdekat, Pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja juga mendistribusikan produknya ke masyarakat luar seperti ke Toraja. Hal ini didukung oleh riset yang dilaksanakan oleh Widya Elga Pramesthi dengan skripsi tentang Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi pada Pengrajin Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung) yaitu dalam melaksanakan pendistribusian produknya dengan mendatangi pasar-pasar untuk menjual produknya sendiri atau dengan mendistribusikan barang melalui agen.⁹⁸

⁹⁷ Saida Zainurossalamia, *Manajemen pemasaran* (Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 41.

⁹⁸ Widya Elga Pramesthi, *Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional pada Menghadapi Persaingan Usaha (Studi pada Pengrajin Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020), 45. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/18086/>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah dikaji, maka penulis mampu menarik beberapa kesimpulan yakni:

1. Pola/ sistem pengembangan usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. dimulai dari proses produksi yaitu mereka memilih bahan baku pilihan yang bagus sehingga keripik dangke terjamin memiliki kualitas yang baik. Proses pemasaran yang dilakukan yaitu melalui penjualan langsung dengan cara eceran. Adapun promosi yang dilakukan oleh para pelaku usaha keripik dangke masih menggunakan cara yang sederhana yaitu promosi mulut ke mulut dan promosi online tetapi hanya dilaksanakan sekali-kali. Tempat penyalurannya yaitu menyalurkan ke pasar-pasar terdekat maupun kios-kios terdekat yang ada di wilayah tersebut, disalurkan ke luar daerah apabila ada pesanan. Adapun pelayanan yang diberikan yakni memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen atau pelanggan, hal itu yang paling utama karena pelanggan ialah modal utama pada memenangkan persaingan.
2. Strategi pengembangan usaha yang dilaksanakan para pelaku usaha keripik dangke mampu meningkatkan pendapatannya. Adapun strategi pengembangan usaha berdasarkan analisis SWOT. Pengembangan usaha

keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabuptaen Enrekang memiliki peluang untuk terus dipertahankan dan terus dipelihara dengan menggunakan strategi pengembangan yaitu: Mempertahankan kualitas produk untuk menjaga permintaan pasar, Meningkatkan sumberdaya yang dimiliki dalam rangka peningkatan produksi, Pengembangan berbagai varian rasa keripik dangke, Perlu modifikasi kemasan dengan plastik, Menambah jaringan pemasaran diluar wilayah Kabupaten Enrekang, Pemanfaatan alat dan bahan seefisien mungkin, Tingkatkan daya saing dengan cara menjaga kualitas produk, Tingkatkan kreativitas melalui promosi supaya wilayah pemasaran luas, Menjaga produksi dan pangsa pasarnya, Mengoptimalkan kapasitas produksi dan lakukan pendekatan kemitraan.

3. Pendapatan para pelaku usaha keripik dangke setelah menjalankan usaha keripik dangke dengan menerapkan strategi pengembangan usaha, pendapatannya meningkat. Dimana mereka melakukan strategi-strategi yaitu strategi produk yang dilakukan dengan mempertahankan kualitas produk dengan cara memilih bahan baku yang bagus dan berkualitas, strategi harga yang dilakukan yaitu harga terjangkau oleh konsumen, strategi promosi yang dilakukan yaitu promosi dari mulut ke mulut dan promosi lewat media sosial, strategi tempat/penyaluran yaitu mereka menyalurkan ke pasar-pasar dan kios-kios terdekat dan juga menerima pesanan dari luar.

B. Saran

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran:

1. Perlu adanya tindak lanjut dari para pelaku usaha keripik dangke di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang untuk terus berupaya mengembangkan produksi keripik dangke ini khususnya sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan dari usaha ini.
2. Perlu adanya keterlibatan pemerintah untuk melaksanakan pengarahannya yang intensif secara teknis untuk melakukan pembinaan perbaikan pengemasan, penganekaragaman varian rasa keripik dangke dan membantu untuk mempromosikan dan memasarkan.
3. Perlunya keterlibatan instansi dan lembaga keuangan untuk selalu memberikan bantuan dan dukungan baik dalam hal permodalan, izin usaha serta mempermudah pelaku usaha keripik dangke dalam pengembangan usaha keripik dangke kedepannya agar dapat menambah nilai ekonomi kepada para pelaku usaha keripik dangke yang ada di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang.
4. Untuk peneliti kedepannya agar dapat memberikan hasil yang lebih baik, dengan hasil penelitian yang diperoleh bisa dijadikan bahan referensi untuk peneliti kedepannya dan bisa ditambahkan beberapa penelitian yang belum diselidiki dan peneliti kedepannya diharapkan bisa terencana dengan baik sesuai waktu yang telah ditentukan untuk mengumpulkan data dengan sumber yang jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian, Agama RI, *“Al-Qur’an dan Terjemah”*, Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005.
- Ahmad, *Manajemen Strategis*, Makassar: Nas Media Pustaka, 2020.
- Creswell, John W, *Reseach Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, Edisi Ke-4, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar, 2019.
- Dini Hastuti, Waluyo Hadi, *Kamus Terbaru Ekonomi dan Usaha*, Surabaya: Reality Publisher, 2011.
- Eko, Fauzi, *Prakarya dan Kewirausahaan Paket C Setara SMA/MA*, Jakarta: Direktorat pembinaan pendidikan keaksaraan dan kesetaraan-ditjen pendidikan anak usia dini dan pendidikan warga-kementrian pendidikan dan kebudayaan, 2018.
- Francis Tantri, Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Halim, Fitria, et.al, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hartono, Jogiyanto, *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*, Yogyakarta: Andi, 2018.
- Hani Werdi Apriyanti, *Teori Akuntansi Berdasarkan Pendekatan Syariah*, Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Larasati, Sri, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2017.
- Nasir Asman, *Studi Kelayakan Usaha*, Pedoman Memulai Usaha Era Revolusi Industri 4.0), Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2020.
- Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, Medan: Wal Ashri Publishing, 2020.

- Rangkuti, Freddy, *Customer Care Excellence*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- Ritonga, Husni Muharram, et.al, *Manajemen Pemasaran*, Medan: CV. Manhaji, 2018.
- Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Mixed Methods serta Research & Development*, Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan, 2017.
- Sayidah, Nur, *Metodologi Riset: Disertai Dengan Contoh Penerapannya Pada Riset*, Edisi 1, Taman Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2018.
- Sinaga, Dearlina, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Ekuilibria, 2016.
- Sugiyono, *Metode Riset Usaha*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta, 2018.
- Wijoyo, Hadion, et.al, *Pengantar Bisnis*, Sumatera Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Zainurossalamia, Saida, *Manajemen pemasaran*, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020.
- Zarkasi, et.al, *Pendapatan Perkapita, Suku Bunga, Jumlah Penduduk, Zakat dan Pengaruhnya Pada Tingkat Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia*, Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2021.
- Bachtiar, Halia, Pelaku Usaha Keripik Dangke, *Wawancara*, Tanggal 02 September 2021.
- Hamita, “*Strategi Pemasaran Abon Ikan Gabus Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu*”, Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2020.
- Hasniar, Pelaku Usaha Keripik Dangke, *Wawancara*, Tanggal 26 Agustus 2021.
- Hasnita, Rasmeida Rasyid, Nuraeni, “*Analisis Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Usaha Dangke (Studi Kasus di Desa Sumbang, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan)*”, *Jurnal Wiratani* Vol. 1 No. 2, Desember 2018, Fakultas Pertanian UMI.

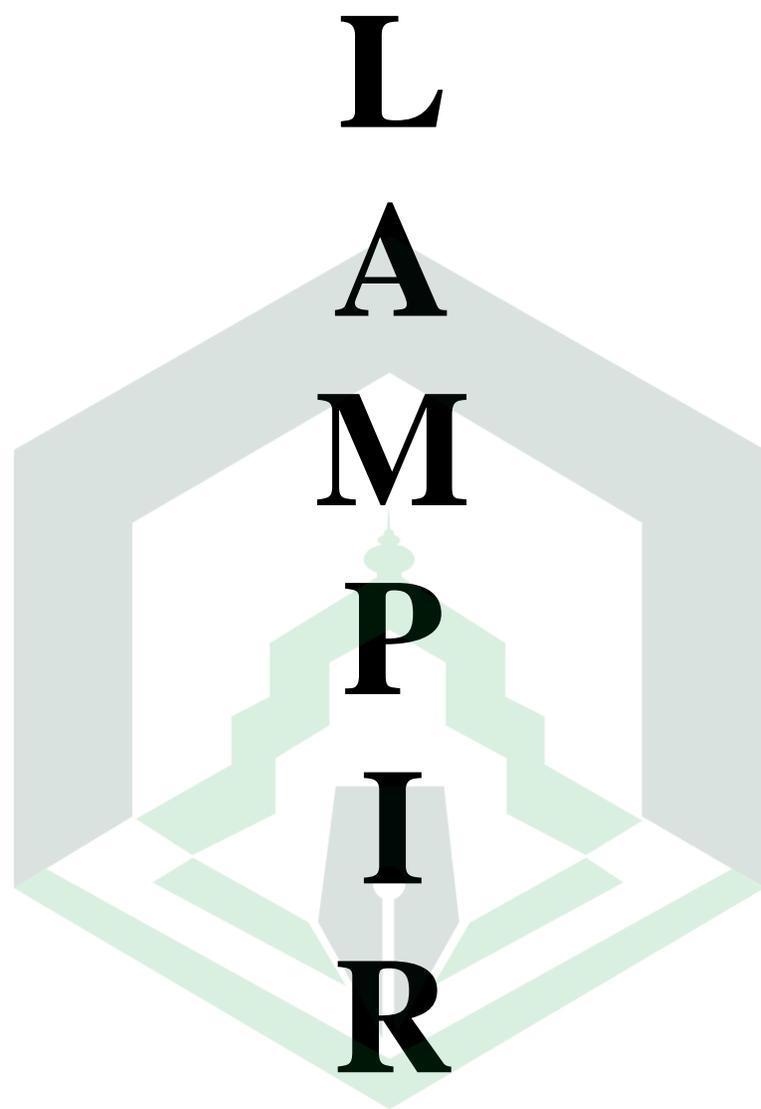
- Hidayah, Balda, Pelaku Usaha Keripik Dangke, *Wawancara*, Tanggal 24 Agustus 2021.
- Hidayah, Nur, "*Analisis Produksi dan Strategi Pemasaran Usaha dangke seperti Pangan Lokal (Studi Kasus di UD. Sudarman kawal di Desa Bontok Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang)*", Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.
- Jamira, Pelaku Usaha Keripik Dangke, *Wawancara*, Tanggal 28 Agustus 2021.
- Nurul Fana, Devi, "*Analisis Nilai Tambah Komoditi Dangke Menjadi Kerupuk Dangke (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)*", Skripsi Universitas Islam Makassar, 2019.
- Sridewi, Novia, "*Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*", Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram, 2020.
- Rahayu, Isty Evrilia, "*Strategi Bisnis dalam meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo*", Ponorogo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.
- Ratanasari, Rahayu, "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah pada Meningkatkan Pendapatan Warga pada Omah Jenang Kelapasari Desa Rejowinangun Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar (Perspektif Ekonomi Islam)*", Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019.
- Meilasari, Khorida Ikhfina, "*Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Bersama pada Meningkatkan Pendapatan Nelayan*", Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020.
- Mahyu, Danil, "Pengaruh Pendapatan Pada Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Jurnal Ekonomika*, Vol. 4, No 7 (Aceh: Universitas Almuslim Bireuen Aceh).
- Pramesthi, Widya Elga, "*Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional pada Menghadapi Persaingan Usaha (Studi pada Pengrajin Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)*", Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020.

Tamrin Mallawangeng, M. Natsir Abduh, “Analisis Pengembangan Usaha Keripik Dangka di Kabupaten Enrekang”, *Jurnal dedikasi*, Vol 20 No 1, Universitas Bosowa Makassar, 2018.

Wahyuningsih, et.al, “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Produk dan Harga Kerupuk Dangka Merek Nursi di Kabupaten Enrekang (Studi Kasus Desa Talaga)”, *Jurnal Ilmu dan Industri peternakan*, Vol 3, No 1. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.



IAIN PALOPO



IAIN PALOPO

N

Lampiran 1.**PEDOMAN WAWANCARA**

Pertanyaan Wawancara Penelitian Skripsi Tentang Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang). Yaitu:

1. Bagaimana awal mulanya Ibu memulai usaha ini?
2. Selama usaha ini ada, apakah mengalami pengembangan dan bagaimana sistem pengembangannya?
3. Sudah berapa lama Ibu menjalankan usaha ini?
4. Siapa saja yang membantu Ibu dalam menjalankan usaha ini?
5. Jam berapa biasanya Ibu membuka dan menutup usaha ini?
6. Bagaimana strategi produksi yang dilakukan?
7. Bagaimana proses produksi yang dilakukan dalam usaha?
8. Bagaimana bahan baku yang digunakan dalam usaha ini?
9. Apakah bahan bakunya mudah untuk didapatkan?
10. Bagaimana dengan varian rasa keripik dangke yang diberikan?
11. Bagaimana alat yang digunakan dalam memproduksi produk ini?
12. Menurut Ibu apa saja kelebihan atau yang menjadi kekuatan dari produk ini?
13. Apa saja yang menjadi kelemahan dari usaha keripik dangke ini?
14. Bagaimana dengan pesaing dari luar, dan bagaimana cara ibu mengatasi persaingan tersebut?
15. Bagaimana strategi harga yang diterapkan dalam usaha ini?
16. Bagaimana strategi promosi yang diterapkan dalam usaha ini?
17. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan?
18. Bagaimana strategi tempat/penyaluran yang diterapkan dalam usaha ini?
19. Apakah menurut Ibu lokasi/tempat ibu menjual disini sudah strategis?
20. Dijual kemana saja atau disalurkan kemana produk ini?

21. Apakah Ibu sudah memiliki langganan, baik langganan dari masyarakat sekitar maupun dari masyarakat luar?
22. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen?
23. Bagaimana cara Ibu untuk menarik perhatian konsumen?
24. Berapah modal awal yang Ibu gunakan pada saat memulai usaha ini?
25. Apakah Ibu menggunakan modal sendiri?
26. Bagaimana pendapatan Ibu sebelum berusaha, Apa pekerjaan Ibu sebelumnya?
27. Berapah pendapatan Ibu perbulannya dengan menerapkan startegi pengembangan usaha?
28. Bagaimana pendapatan Ibu setelah memiliki usaha keripik dangke, Apakah pendapatan Ibu memiliki peningkatan?
29. Apa saja hambatan/kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha ini?
30. Bagaimana cara Ibu menghadapi hambatan/kendala tersebut?
31. Apakah ada kesulitan dalam proses pemasaran yang dilakukan?
32. Apakah dalam menjalankan usaha ini sangat membantu dalam perekonomian keluarga Ibu?
33. Bagaimana pendapatan Ibu sebelum berusaha?
34. Apa pekerjaan Ibu sebelumnya?
35. Bagaimana pendapatan Ibu setelah memiliki usaha keripik dangke?
36. Apakah pendapatan Ibu memiliki peningkatan?

Lampiran 2.



PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jenderal Sudirman Km. 3 Pinang Enrekang Telp/Fax (0420)-21079
ENREKANG

Enrekang, 23 Agustus 2021

Kepada
 Yth. Camat Anggeraja
 Di-
 Anggeraja

Nomor : 424/DPMPSTSP/IP/VIII/2021
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Penelitian

Berdasarkan surat dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Palopo Nomor: 113/In.19/F.EBI/PP.00.9/08/2021, tanggal 20 Agustus 2021, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : **Najmawati B**
 Tempat Tanggal Lahir : Minanga, 02 Maret 1999
 Instansi/Pekerjaan : Mahasiswi
 Alamat : Dusun Rante Desa Pebaloran Kec. Curio

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul: *"Staregi Pengembangan Usaha Kripik Dangke Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)"*.

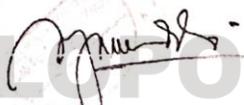
Dilaksanakan mulai, Tanggal 24 Agustus 2021 s/d 24 September 2021
 Pengikut/Anggota :

Pada Prinsipnya dapat menyetujui kegiatan tersebut diatas dengan ketentuan:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Pemerintah/Instansi setempat.
2. Tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan.
3. Mentaati semua peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas fotocopy hasil Skripsi kepada Bupati Enrekang Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang.

Demikian untuk mendapat perhatian

A.n. BUPATI ENREKANG
 Plt. Kepala DPM PTSP Kab. Enrekang


SYAMSUDDIN, S.Pt, M.Si
 Pangkat : Pembina Tk. I
 Nip : 19710115 200003 1 007

IAIN PALOPO

Tembusan Yth :

1. Bupati Enrekang (Sebagai Laporan).
2. Kepala BAKESBANG POL Kab. Enrekang.
3. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
4. Yang Bersangkutan (*Najmawati.B*).
5. Peninggal.

Lampiran 3.**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Balda Hidayah
Umur : 42 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : PNS (Pegawai Negeri Sipil)
Alamat : Mampu
No. HP : 085342954103

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari **Najmawati B**, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “**Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)**”.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 24 Agustus 2021

IAIN PALOPO

Infroman



Balda Hidayah

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Halia Bachtiar
Umur : 46 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : IRT (Ibu Rumah Tangga)
Alamat : Desa Mampu Kecamatan Anggeraja
No. HP : 085244504138

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari **Najmawati B**, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “**Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)**”.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 02 September 2021

Infroman



Halia Bachtiar

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasniar
Umur : 45 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : IRT (Ibu Rumah Tangga)
Alamat : Desa Mampu Kecamatan Anggeraja
No. HP : 081342235829

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari **Najmawati B**, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “**Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangka Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)**”.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 26 Agustus 2021

IAIN PALOPO

Infoman



Hasniar

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

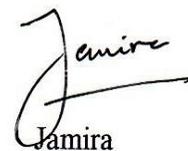
Nama : Jamira
Umur : 39 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : IRT (Ibu Rumah Tangga)
Alamat : Lura, Kelurahan Mendatte Kecamatan Anggeraja
No. HP : 085341268748

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari **Najmawati B**, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “**Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)**”.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 28 Agustus 2021

Infroman


Jamira

Lampiran 4.

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
 NOMOR : 604 TAHUN 2021
 TENTANG
 PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA MAHASISWA INSTITUT
 AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

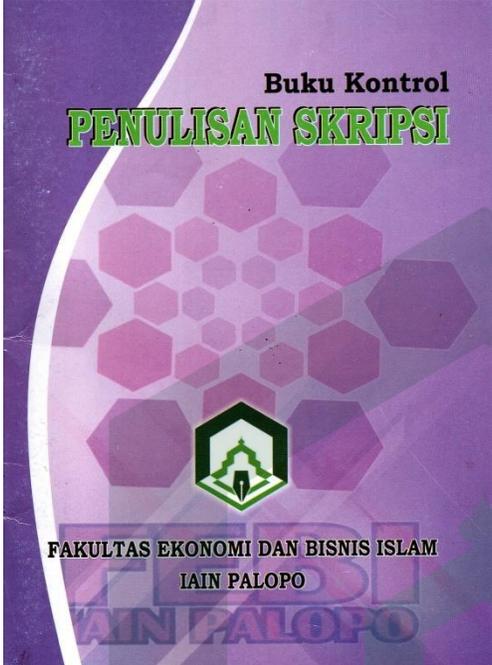
- I. Nama Mahasiswa : Najmawati B
 NIM : 17 0401 0141
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
 Program Studi : Ekonomi Syariah
- II. Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)**
- III. Tim Dosen Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
 Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
 Penguji Utama (I) : Muzayyanah Jabani, ST., M.M.
 Pembantu Penguji (II) : Mujahidin, Lc., M.EI.

Palopo, 22 November 2021

Rektor
 IAIN PALOPO
 Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam


 Ramlah M

Lampiran 5.



**Buku Kontrol
PENULISAN SKRIPSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN PALOPO**

Buku Kontrol Penulisan Skripsi 1

BIODATA PEMILIK BUKU

Nama : Najmawati - B

NIM : 17 0401 0191

Program Studi : Ekonomi Syariah

No. HP : 082 291 550 607

Judul Skripsi

<u>Strategi pengembangan usaha keripik dangke dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga (Studi kasus di Kecamatan Aggeja Kabupaten Enrekang)</u>

PEMBERITAHUAN

Mohon agar siapa saja yang menemukan buku ini agar memberitahu dan mengembalikan kepada pemilik atau ke petugas tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 3

DOSEN PEMBIMBING

Pembimbing	Nama/NIP	TTD
I	<u>Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA</u> NIP.	
II	NIP.	

Tugas Pembimbing

1. Pembimbing I memiliki tugas untuk mengarahkan, membimbing, dan mengoreksi substansi penelitian.
2. Pembimbing II memiliki tugas untuk mengarahkan, membimbing, dan mengoreksi aspek teknis seperti metode penelitian, penulisan, tata bahasa, dan gaya selingkung.

 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 5

Konsultasi ke, 1 Hari Jumat Tanggal, 25 Juni 2021

Tahap Penulisan Proposal

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	<u>Latar belakang</u>
2	<u>Rumusan masalah diubah</u>
3	<u>Kerangka pikir</u>
4	<u>Alasan memilih jenis penelitian</u>
5	<u>Subjek informan penelitian</u>
6	<u>Teknik pengumpulan data (data apa)</u>
7	<u>Teknik analisis data</u>
8	<u>Indikator Strategi Pengembangan Usaha.</u>
9	
10	

Pembimbing I

Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA
NIP. 19800042009011007

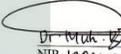
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 6
 Konsultasi ke, 2 Hari Selasa Tanggal, 06 Juli 2021

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Sistematika penulisan
2	Latar belakang
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I


 Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.Et., M.
 NIP. 198010042009011007



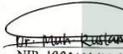
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 7
 Konsultasi ke, 3 Hari Jumat Tanggal, 09 Juli 2021

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	acc
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I


 Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.Et., MA
 NIP. 198010042009011007



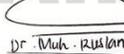
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 8
 Konsultasi ke, 4 Hari Senin Tanggal, 11 Oktober 2021

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Cari data 2020
2	Hasil penelitian dan pembahasan dibedakan
3	Lambatan dari ^{mendukung} strategi pengurangan dalam meningkatkan pendapatan
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing II


 Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.Et., MA
 NIP. 198010042009011007



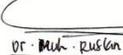
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 9
 Konsultasi ke, 5 Hari Ahad Tanggal, 21 Oktober 2021

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	penjelasan teori yang mendukung dan kaitannya dengan penelitian terdahulu
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing II


 Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.Et., MA
 NIP. 198010042009011007



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 10

Konsultasi ke, 6 Hari Senin Tanggal, 25 Oktober 2020

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	ACC
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing II

Dr. Muh. Rustan Abdullah, S.EI., M.
NIP. 198010042009011007

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 24

LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, 1 Hari Rabu Tanggal, 26 Januari 2020

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Kerangka Piter (di perbaiki alur nya)
2	Batasan masalah (diketajamkan)
3	Analisis diganti (Analisis SWOT)
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji I.

Muzayyannah Sabani, ST, M.M
NIP. 197501048005012003

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 25

LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, 1 Hari Rabu Tanggal, 26 Januari 2020

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Repository di catat kan kata di jelaskan
2	Analisis diganti (Analisis SWOT)
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji II

M. Fahid, Lc., M.EI.
NIP. 19840823201801001

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi... 26

LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, 1 Hari Kamis Tanggal, 27 Januari 2020

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	ACC
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I.

Dr. Muh. Rustan Abdullah, S.EI., M.
NIP. 198010042009011007

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Lampiran 6.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Agalis Balandai Teip 0471-22076.
 Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://febi-iainpalopo.ac.id/>

KARTU KONTROL
 SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : Najrawati - B
 NIM : 17 0401 0141
 Prodi : Ekonomi Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Senin, 02 Maret 2020	Andi Ayudiah Khaerani	Dampak pembelajaran kewirausahaan terhadap pertumbuhan wirausaha muda mahasiswa prodi ekis angkatan 2017		
2	Senin, 02 Maret 2020	Hasrul Hasan	pengembangan usaha gula merah busir ekonomi kreatif di kec. Lemojong Kab. Luwu		
3	Senin, 02 Maret 2020	Muh. Manuf Mubrajab A	pergaulan teknologi kewirausahaan terhadap UMKM melalui integrasi financial teknologi di kota palopo		
4	Selasa, 10 Maret 2020	Hasni Windaewati	Dampak pengembangan pambudayaan produk siap saji terhadap peningkatan perekonomian masyarakat desa setempat kec. Lemojong Kab. Luwu		
5	Selasa, 10 Maret 2020	Haimita	Strategi pemasaran apom ikan gabus dan upaya meningkatkan pendapatan masyarakat desa pengapung kec. Lemojong Kab. Luwu		
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Lampiran 7.

Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. : -

Hal : Skripsi an. Najmawati B

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Najmawati B
 NIM : 17 0401 0141
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangka dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Di Kecamatan Asnggeraja Kabupaten Enrekang).

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing Utama



Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

NIP. 19801004 200901 1 007

Tanggal: 26 Januari 2022.

Lampiran 8.**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul:

“Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangka dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang)”.

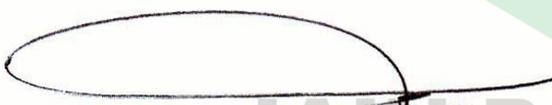
yang ditulis oleh:

Nama : Najmawati B
NIM : 17 0401 0141
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing Utama



Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

NIP. 19801004 200901 1 007

Tanggal: 26 Januari 2022

Lampiran 9.

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang) yang ditulis oleh Najmawati B Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17.0401.0141, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk program sarjana Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Jumat, 07 Januari 2022 bertepatan dengan tanggal 24 Januari 2022 telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *Munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.

Ketua Sidang/Penguji

2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A

Sekretaris Sidang/Penguji

3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.

Penguji I

4. Mujahidin, Lc., M.EI.

Penguji II

5. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

Pembimbing Utama

()()()()()

IAIN PALOPO

Lampiran 10.

Muzayyanah Jabani, ST., M.M.
Mujahidin, Lc., M.El.
Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. : -
 Hal : Skripsi an. Najmawati B

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di
 Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Najmawati B
 NIM : 17 0401 0141
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangke dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang).

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasah*.

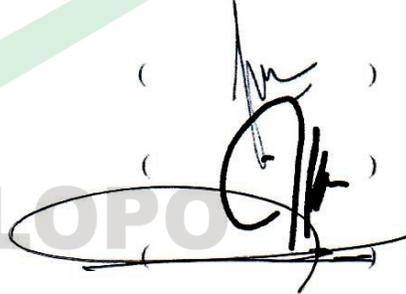
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

1. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.
Penguji I
2. Mujahidin, Lc., M.El.
Penguji II
3. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A.
Pembimbing Utama

()

()

()

Lampiran 11.

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI EKONOMI SYARIAH**

Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

NOMOR: B177/In.19/FEBI.04/KS.02/EKS/07/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Najmawati B
NIM : 17 0401 0141
Program Studi : Ekonomi Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi ekonomi syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2020/2021 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Palopo, 27 Juli 2021
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, M.El.

Lampiran 12.



Lampiran 13.



Lampiran 14.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Agatis Balandai Telp. 0471-22076.

Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://febi-iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis Al-Qur'an dengan ~~kurang baik lancar~~ ^{lancar} *coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa.

Nama : Najmawati B
 NIM : 17 0401 0141
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 11 Oktober 2021

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dosen Penguji


 Dr. Fasiha, M.EI.
 NIP. 198102132006042002


 Hendra Safri, S.E., M.M.
 NIP. 198610202015031001

IAIN PALOPO

Lampiran 15.

TRANSKIP NILAI



Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandi

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: kontak@iainpalopo.ac.id

Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NAJMAWATI B Tahun Akademik : TA 2017/2018 Ganjil
 NIM : 17 0401 0141 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Dosen PA : Belum diset Semester : 1

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1 MKI1912001	BAHASA ARAB	2	B+	3.25	6.50
2 MKI1912002	BAHASA INDONESIA	2	B	3.00	6.00
3 MKI1912003	BAHASA INGGRIS	2	B	3.00	6.00
4 MKI1912004	PENDIDIKAN KEWARGAAN	2	A+	4.00	8.00
5 MKI1912005	MBTA	2	A+	4.00	8.00
6 MKI1912006	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	2	B	3.00	6.00
7 MKI1912007	PENGANTAR FIQHI DAN USHUL FIQHI	2	A	3.75	7.50
8 MKI1912008	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	2	A-	3.50	7.00
9 MKI1912009	PENGETAHUAN KOMPUTER	2	B+	3.25	6.50
10 MKI1912010	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	2	B	3.00	6.00
11 MKI1912011	PENGANTAR FILSAFAT	2	A-	3.50	7.00
12 MKI1912012	TAUHID	2	B	3.00	6.00
Jumlah :		24			80.50

Index Prestasi Semester : 3.35
 Index Prestasi Kumulatif : 3.35
 Total SKS Lulus : 24
 Total SKS Perolehan : 24
 Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 31 Aug 2020

Mengetahui:

beha prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fasika, M. Et

NIP: *1981 021 3200 604 2002*

Keterangan:

(-) Nilai Matakuliah belum masuk dari jurusan/dosen.

(BL) Nilai belum lengkap.



Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandai

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: kontak@iainpalopo.ac.id

Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NAJMAWATI B Tahun Akademik : TA 2017/2018 Genap
 NIM : 17 0401 0141 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Dosen PA : Belum diset Semester : 2

No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1	MKEKS2201	BAHASA INGGRIS EKONOMI	2	A-	3.50	7.00
2	MKEKS2202	PENGANTAR MANAGEMEN	2	B	3.00	6.00
3	MKEKS2203	ULUMUL HADIST	2	A	3.75	7.50
4	MKEKS2204	PENGANTAR ILMU EKONOMI	2	A+	4.00	8.00
5	MKEKS2205	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	2	B+	3.25	6.50
6	MKEKS2206	PENGANTAR EKONOMI MAKRO	2	A+	4.00	8.00
7	MKEKS2207	APLIKASI KOMPUTER	2	A-	3.50	7.00
8	MKEKS2208	EKONOMI WILAYAH DAN KEARIFAN LOKAL	2	A-	3.50	7.00
9	MKF042201	PENGANTAR AKUNTANSI	2	A	3.75	7.50
10	MKF042302	DASAR-DASAR EKONOMI DAN BISNIS ISLA	3	A	3.75	11.25
11	MKI1922013	ULUMUL QURAN	2	A-	3.50	7.00
Jumlah :			23			82.75

Index Prestasi Semester : 3.60
 Index Prestasi Kumulatif : 3.47
 Total SKS Lulus : 47
 Total SKS Perolehan : 47
 Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 31 Aug 2020

Mengetahui:

Ketua prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fatma M. El
 NIP: 198102132006042002

Keterangan:

(-) Nilai Matakuliah belum masuk dari jurusan/dosen.

(BL) Nilai belum lengkap.

IAIN PALOPO



Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandai

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: kontak@iainpalopo.ac.id

Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NAJMAWATI B Tahun Akademik : TA 2018/2019 Ganjil
 NIM : 17 0401 0141 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Dosen PA : Belum diset Semester : 3

No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1	MKEKS3213	AKUNTANSI SYARIAH	2	B	3.00	6.00
2	MKEKS3214	ASURANSI SYARIAH	2	A	3.75	7.50
3	MKEKS3309	ETIKA BISNIS ISLAM	3	A+	4.00	12.00
4	MKEKS3310	MATEMATIKA EKONOMI	2	B+	3.25	6.50
5	MKEKS3311	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	3	A+	4.00	12.00
6	MKEKS3312	TAFSIR AYAT DAN HADIST EKONOMI	3	A-	3.50	10.50
7	MKF043203	EKONOMI MIKRO ISLAM	2	A-	3.50	7.00
8	MKF043204	EKONOMI MAKRO ISLAM	2	B+	3.25	6.50
9	MKF043205	LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	2	A	3.75	7.50
Jumlah :			21			75.50

Index Prestasi Semester : 3.60
 Index Prestasi Kumulatif : 3.51
 Total SKS Lulus : 68
 Total SKS Perolehan : 68
 Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 31 Aug 2020

Mengetahui:

ketua prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fakhra, M.EI

NIP: *198102132006042002*

Keterangan:

(-) Nilai Matakuliah belum masuk dari jurusan/dosen.

(BL) Nilai belum lengkap.

IAIN PALOPO



Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandai

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: kontak@iainpalopo.ac.id

Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NAJMAWATI B Tahun Akademik : TA 2018/2019 Genap
 NIM : 17 0401 0141 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Dosen PA : Belum diset Semester : 4

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1 MKEKS4239	EKONOMI MONETER ISLAM	2	A-	3.50	7.00
2 MKEKS4240	ASPEK HUKUM EKONOMI	2	B+	3.25	6.50
3 MKEKS4241	EKONOMI KOPERASI DAN UMKM	2	A-	3.50	7.00
4 MKEKS4242	MANAGEMEN KEUANGAN	3	B+	3.25	9.75
5 MKEKS4243	PERPAJAKAN	2	A+	4.00	8.00
6 MKEKS4244	EKONOMI MANAGERIAL	2	B+	3.25	6.50
7 MKEKS4245	EKONOMI PUBLIK	2	A+	4.00	8.00
8 MKEKS4255	EKONOMI POLITIK	2	B	3.00	6.00
9 MKF044206	FIQHI MUAMALAT	2	A+	4.00	8.00
10 MKF044207	KEWIRUSAHAAN	2	A	3.75	7.50
11 MKF044225	QAWAIDUL FIQHIIYAH	2	A+	4.00	8.00
Jumlah :		23			82.25

Index Prestasi Semester : 3.58
 Index Prestasi Kumulatif : 3.53
 Total SKS Lulus : 91
 Total SKS Perolehan : 91
 Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 31 Aug 2020

Mengetahui:

Ekha prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fasha, M.EI

NIP: 198102132006042002

Keterangan:

(-) Nilai Matakuliah belum masuk dari jurusan/dosen.

(BL) Nilai belum lengkap.

IAIN PALOPO

Institut Agama Islam Negeri Palopo
IAIN Palopo

HASIL STUDI SEMESTER (HSS)

Nama : NAJMAWATI B Prodi : Ekonomi Syariah (EKS/S1)
N I M : 17 0401 0141 Smt : Gasal
Wali Studi: HENDRA SAFRI, S.E., M.M. TA : 2019/2020

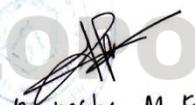
No	Kode MK	Matakuliah	BU	Nilai		SKS	Kualitas
				Simbol	Angka		
1	MKEKS219	MANAGEMEN PEMASARAN	B	B+	3.25	2	6.50
2	MKEKS220	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	B	B	3.00	2	6.00
3	MKEKS321	STATISTIK EKONOMI	B	A-	3.50	3	10.50
4	MKF240110	MAGANG 1	B	A+	4.00	2	8.00
5	MKF240116	KOMUNIKASI PEMASARAN	B	A	3.75	2	7.50
6	MKF240119	PEREKONOMIAN INDONESIA	B	A	3.75	2	7.50
7	MKF240121	STUDI KELAYAKAN BISNIS	B	A	3.75	2	7.50
8	MKF340117	METODE PENELITIAN EKONOMI	B	A-	3.50	3	10.50
9	MKF340118	AKUNTANSI MANAGERIAL	B	A-	3.50	3	10.50
10	MKF340120	MANAGEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	B	A	3.75	3	11.25
Jumlah						24	85.75

IP Semester : 3,57
Beban SKS maksimum : 24

Palopo, 31 Agustus 2020

Mengetahui,
Kekus prodi Ekonomi Syariah

IAIN PALOPO


Dr. Farha, M. El
NIP. 198102132006042002

Institut Agama Islam Negeri Palopo
IAIN Palopo

HASIL STUDI SEMESTER (HSS)

Nama : NAJMAWATI B Prodi : Ekonomi Syariah (EKS/S1)
N I M : 17 0401 0141 Smt : Genap
Wali Studi: HENDRA SAFRI, S.E., M.M. TA : 2019/2020

No	Kode MK	Matakuliah	BU	Nilai		SKS	Kualitas
				Simbol	Angka		
1	MKEKS225	EKONOMI INTERNASIONAL	B	A-	3.50	2	7.00
2	MKEKS226	FIQHI MUAMALAT KONTEMPORER	B	B	3.00	2	6.00
3	MKEKS227	STUDI PENGELOLAAN ZAKAT	B	A+	4.00	2	8.00
4	MKEKS322	ANALISIS LAPORAN KEUANGAN	B	C+	2.50	3	7.50
5	MKEKS323	RISET MANAJEMEN OPERASIONAL	B	A-	3.50	3	10.50
6	MKEKS324	APLIKASI PERBANKAN SYARIAH	B	A+	4.00	3	12.00
7	MKF240111	MAGANG 2	B	A	3.75	2	7.50
8	MKF340122	EKONOMETRIKA	B	A-	3.50	3	10.50
9	MKF340123	MANAGEMEN STRATEGIK	B	B	3.00	3	9.00
Jumlah						23	78.00

IP Semester : 3,39
Beban SKS maksimum : 24

Palopo, 31 Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua prodi Ekonomi Syariah

IAIN PALOPO

NIP.

Dr. Fasika, M. Si
198102132006042002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
PRODI EKONOMI SYARIAH
 TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK
 DIBERIKAN KEPADA

Nama : Najmawati B Prodi : Ekonomi Syariah
 NIM : 17 0401 0141 SMTR : VII (TUJUH)

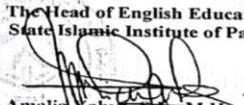
No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	NH x K	Ket
1	Kuliah Kerja Nyata	4,00	4	16,00	A+
2	Komprehensif	3,75	2	7,50	A
			6	23,50	

IPS : 3,92
 JMLH KREDIT 6



Palopo, 31 Maret 2021
 Kepala Prodi Ekonomi Syariah
 Dr. Fasila, M.EI

Lampiran 16.

 ENGLISH LANGUAGE EDUCATION STUDY PROGRAM TARBIAH AND TEACHER TRAINING FACULTY STATE ISLAMIC INSTITUTE OF PALOPO CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT <i>This is to certify that</i> <u>NAJMAWATI B.</u> Date of Birth : March 2 nd , 1999 Native Language : Indonesia Sex : F Achieved the following scores on the TOEFL PREDICTION Test Listening Comprehension 46 Structure & Written Expression 36 Reading Comprehension 39 Total 403	
At : Palopo Date : October 3 rd , 2021 No : /TOE-PRE/PBI/IAIN-PLP/2021	The Head of English Education Study Program State Islamic Institute of Palopo  Amalia Cahya, S.Pd., M.Hum. Nip. 19771013 200501 2 006

Lampiran 17.

KETERANGAN LUNAS UKT



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914
 Email: febi@iainpalopo.ac.id Web : www.iainpalopo.ac.id

SURAT KETERANGAN

Menerangkan Bahwa :

Nama : NAJMAWATI. B
 NIM. : 17 0401 0141
 Semester/Prodi : IX / EKIS
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Bahwa yang bersangkutan benar telah melunasi UKT semester I s/d IX
 Demikian Surat Keterangan ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Palopo, 18 Oktober 2021
 Kepala Adm. Umum dan Keuangan

Ali Imran, S.E.
 NIP 19840217 201101 1 011

IAIN PALOPO

Lampiran 18.

CEK PLAGIASI DAN VERIFIKASI

Strategi pengembangan usaha keripik dangke dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga (studi kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang).

ORIGINALITY REPORT			
24%	23%	3%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source		4%
2	repository.uinsu.ac.id Internet Source		3%
3	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source		2%
4	repo.uinsatu.ac.id Internet Source		2%
5	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source		1%
6	repository.umpalopo.ac.id Internet Source		1%
7	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source		1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source		1%
	repository.iainpalopo.ac.id		
9	Internet Source		1%
10	repository.iainpare.ac.id Internet Source		1%
11	www.slideshare.net Internet Source		1%
12	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source		1%
13	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper		< 1%

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp. : -
Hal : skripsi an. Najmawati B

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Najmawati B
NIM : 17 0401 0141
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Keripik Dangka dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang).

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi

1. *Abd. Kadir Arno, SE., M.Si*

tanggal : 31 Januari 2022

2. *Kamriani S.Pd*

tanggal : 31 Januari 2022

Lampiran 19.**BAHAN BAKU (DANGKE)**

PROSES PEMBUATAN KERIPIK DANGKE













DOKUMENTASI WAWANCARA







RIWAYAT HIDUP



Najmawati B, lahir di Dusun Rante, Desa Pebaloran Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 02 Maret 1999. Penulis merupakan anak ketujuh dari delapan bersaudara dari pasangan Ayah bernama Baddu dan Ibu bernama Sahuri. Saat ini penulis bertempat tinggal di Kelurahan Purangi, Sendana Kota Palopo.

Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2005 di MI GUPPI Minanga dan tamat pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di tingkat SMP tepatnya di MTs GUPPI Buntu-Barana dan tamat pada tahun 2014. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di tingkat SMA tepatnya di MA GUPPI Buntu-Barana dan dinyatakan lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2017 kembali melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dengan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.