

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK RUMPUT  
LAUT DI DESA POREANG KABUPATEN LUWU UTARA**

*Skripsi*

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



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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK RUMPUT  
LAUT DI DESA POREANG KABUPATEN LUWU UTARA**

*Skripsi*

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



Oleh  
**MECHING**  
17 0401 0204

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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meching  
Nim : 17 0401 0204  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar 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 tanggungjawab 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 di batalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya.

Palopo, 19 April 2022

Yang membuat pernyataan,



Meching  
NIM 17 0401 0204

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara yang ditulis oleh Meching Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0204, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 6 April 2022 Miladiyah bertepatan dengan 4 Ramdhan 1443 Hijriah yang telah di perbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 12 April 2022

### TIM PENGUJI

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

### Mengetahui:

an. 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. Easiha, M. EI.**  
NIP 19810213 200604 2 002

## PRAKATA

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

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah menganugrahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara”.

Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw. Kepada para keluarga sahabat dan pengikut-pengikut-nya hingga akhir zaman yang telah berhasil menaburkan mutiara-mutiara hidayah di atas puing-puing kejahilian telah membebaskan umat manusia dari segala kebodohan menuju jalan terang yang diridhoi Allah Swt. demi mewujudkan *Rahmatan Lil-Alamin*.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Sembah sujud dan ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada yang teristimewa kedua orang tuaku tercinta ibunda Jumhari dan Ayahanda Hasrim yang telah berjasa dan mengasuh dan mendidik serta menyayangi penulis sejak kecil dengan tulus dan ikhlas, jasa dan pengorbanan menjadi sumber kesuksesan penulis serta restu keduanya serta semua saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan

mendoakanku. Semoga Allah memberihkan pahala yang berlipat ganda dan melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada mereka.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam bidang Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M, dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Dr. 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, Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkullasse, M.M, Wakil Dekan Bidang Akademik Bapak Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.El., M.A, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Bapak Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA dan Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Kerjasama, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatian dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Program Studi Syariah, Ibu Dr. Fasiha, S.El., M. El. dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, Bapak Abdul Kadir Arno, SE.Sy., M.Si.
4. Pembimbing, Bapak Ishak, S.El., ME.I. yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.

5. Bapak Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA. selaku penguji I dan Bapak Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. selaku penguji II yang telah banyak memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Penasehat Akademik EKIS E, Bapak Ishak, S.EI., ME.I.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan IAIN PALopo, Bapak Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada pemilik usaha dan karyawan keripik rumput laut di Desa Poreang Kecamatan Tanalili Kabupaten Luwu Utara, terima kasih atas partisipasinya telah membantu menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada sahabat seperjuangan Anisa, Anita Sari, Asrina dan Dewi Andriani saya ucapkan banyak terima kasih yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan 2017 (khususnya di kelas EKIS E), yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini, semoga bernilai ibadahmendapatkan pahala dari Allah Swt. dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan. *Aamiin Ya Rabbal Alamiin.*

Palopo, 19 April 2022



Meching  
Nim.1704010204

## 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 | -           | -                        |
| ب          | Ba'  | B           | Be                       |
| ت          | Ta'  | T           | Te                       |
| ث          | Ša'  | Š           | Es dengan titik di atas  |
| ج          | Jim  | J           | Je                       |
| ح          | Ḥa'  | Ḥ           | Ha dengan titik di bawah |
| خ          | Kha  | K<br>h      | Ka dan ha                |
| د          | Dal  | D           | De                       |
| ذ          | Žal  | Ž           | Zet dengan titik di atas |
| ر          | Ra'  | R           | Er                       |
| ز          | Zai  | Z           | Zet                      |
| س          | Sin  | S           | Es                       |
| ش          | Syin | S<br>y      | Esdan ye                 |
| ص          | Šad  | Š           | Es dengan titik di bawah |

|   |        |   |                           |
|---|--------|---|---------------------------|
| ض | Ḍaḍ    | Ḍ | De dengan titik di bawah  |
| ط | Ṭa     | Ṭ | Te dengan titik di bawah  |
| ظ | Ẓa     | Ẓ | Zet dengan titik di bawah |
| ع | ‘Ain   | ‘ | Koma terbalik di atas     |
| غ | Gain   | G | Ge                        |
| ف | Fa     | F | Fa                        |
| 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 |
|-------|---------------|-------------|------|
| اَ    | <i>fathah</i> | a           | a    |
| اِ    | <i>kasrah</i> | i           | i    |
| اُ    | <i>ḍammah</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    |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| اِي   | <i>fathah dan yā'</i> | ai          | a dan i |
| اُو   | <i>fathah dan wau</i> | au          | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*  
هَوَّلَ : *hau-la*

### 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                |
|-----------------------|---------------------------------|-----------------|---------------------|
| اَ...   اِ...   اُ... | <i>fathah dan alif atau yā'</i> | ā               | a dan garis di atas |
| يِ                    | <i>kasrah dan yā'</i>           | ī               | i dan garis di atas |
| وُ                    | <i>ḍammah dan wau</i>           | ū               | u dan garis di atas |

مَاتَ : *māta*  
رَمَى : *rāmā*  
قِيلَ : *qīla*  
يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. Tā' marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedang *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'* *marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'* *marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfā*  
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*  
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

#### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfā*  
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*  
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

Jika huruf ّ ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)  
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* 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:

السَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الفلسفة : *al-falsafah*

البلاد : *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:

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

### 9. Lafz al-jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ دِينُ اللَّهِ

*dīnullāh billāh*

adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ  
*hum fī 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 mā Muhammadun illā rasū*  
*Inna awwala baitin wudi' a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*  
*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*  
*Nasr al-Dīn al-Tūsī Nasr Hāmid Abū Zayd Al-Tūfī*  
*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh :

|  |
|--|
| <p>Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,<br/>Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad<br/>Ibnu)<br/>Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr<br/>Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū</p> |
|--|

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

|      |  |
|------|--|
| SWT. | = Subhanahu Wa Ta'ala                                  |
| SAW. | = Sallallahu 'Alaihi Wasallam                          |
| AS   | = 'Alaihi Al-Salam                                     |
| H    | = Hijrah   |
| M    | = Masehi   |
| SM   | = Sebelum Masehi                                       |
| L    | = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)      |
| W    | = Wafat Tahun  |
| QS   | = QS An-Nisa/4: 29 atau QS Al-Baqarah/2:275 dan<br>188 |
| HR   | = Hadis Riwayat  |



## DAFTAR ISI

|   |              |
|---|--------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                           | <b>i</b>     |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                            | <b>ii</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....              | <b>iii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                       | <b>vi</b>    |
| <b>PRAKATA</b> .....                                  | <b>v</b>     |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> ..... | <b>vii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR KUTIPAN AYAT</b> .....                      | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                             | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....                      | <b>xix</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                          | <b>xx</b>    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                  | <b>xxi</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                        | <b>1</b>     |
| A. Latar Belakang.....                                | 1            |
| B. Batasan Masalah .....                              | 5            |
| C. Rumusan Masalah.....                               | 6            |
| D. Tujuan Penelitian .....                            | 6            |
| E. Manfaat Penelitian.....                            | 6            |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....                      | <b>8</b>     |
| A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....            | 8            |
| B. Deskripsi Teori .....                              | 15           |
| 1. Strategi .....                                     | 15           |
| 2. Pengembangan Usaha .....                           | 16           |
| 3. Usaha.....   | 17           |
| C. Kerangka Pikir .....                               | 30           |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                | <b>33</b>    |

|  |           |
|--|-----------|
| A. Jenis Penelitian .....                      | 33        |
| B. Fokus Penelitian .....                      | 33        |
| C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....           | 34        |
| D. Subjek dan Objek Penelitian.....            | 34        |
| E. Definisi Istilah .....                      | 34        |
| F. Sumber Data .....                           | 35        |
| G. Teknik Pengumpulan Data .....               | 35        |
| H. Keabsahan Data .....                        | 36        |
| I. Teknik Analisa Data.....                    | 37        |
| <b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....</b> | <b>43</b> |
| A. Deskripsi .....                             | 43        |
| B. Analisis Data (Pembahasan) .....            | 73        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>        | <b>78</b> |
| A. Kesimpulan .....                            | 78        |
| B. Saran.....                                  | 79        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                          |           |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                       |           |

## DAFTAR KUTIPAN AYAT

|  |    |
|--|----|
| Kutipan Ayat 1 Q.S An-nisa/4: 29 .....     | 26 |
| Kutipan Ayat 2 Q.S Al-Baqarah/2: 275 ..... | 29 |
| Kutipan Ayat 3 Q.S Al-Baqarah/2: 188 ..... | 30 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Pendapatan Usaha Keripik Rumpu Laut .....          | 3  |
| Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relavan .....            | 8  |
| Tabel 3.1 Matriks SWOT .....                                 | 42 |
| Tabel 4.1 Analisis SWOT pada usaha keripik rumput laut ..... | 63 |
| Tabel 4.2 IFAS pada usaha keripik rumput laut.....           | 64 |
| Tabel 4.3 EFAS pada usaha keripik rumput laut.....           | 65 |
| Tabel 4.4 Analisi SWOT usaha keripik rumput Laut .....       | 66 |
| Tabel 4.5 Matriks SWOT pada usaha keripik rumput laut .....  | 68 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....                                 | 31 |
| Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT .....                         | 40 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Keripik Rumput Laut ..... | 44 |
| Gambar 4.2 Diagram Kartesius.....                              | 67 |



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Wawancara Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Penentuan Bobot dan Rating
- Lampiran 4 Data Responden
- Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 7 Surat Keterangan Izin Penelitian
- Lampiran 8 SK Penguji
- Lampiran 9 Buku Kontrol
- Lampiran 10 Kartu Kontrol Seminar Proposal
- Lampiran 11 Kartu Kontrol Seminar Hasil
- Lampiran 12 Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 13 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 14 Nota Dinas Penguji
- Lampiran 15 Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah
- Lampiran 16 Sertifikat Ma'had Al-Jami'ah
- Lampiran 17 Surat Keterangan MBTA
- Lampiran 18 Sertifikat PBAK
- Lampiran 19 Sertifikat Test Toufel
- Lampiran 20 Bukti Pelunasan SPP
- Lampiran 21 Bukti Cek Turnitin
- Lampiran 22 Nota Dinas Tim Verifikasi Naskah Skripsi

## ABSTRAK

**Meching, 2022.** *“Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara”*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Bapak Ishak, S.EI., M.EI.

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha keripik rumput laut; untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Kemudian data yang didapatkan dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT, IFAS, dan EFAS. Berdasarkan hasil penelitian ada pun faktor yang mempengaruhi usaha keripik rumput laut yaitu dari faktor internal kekuatan (produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan, harga yang bervariasi, kemajuan alat pengolahan, sudah memiliki sertifikat izin usaha, komunikasi dan hubungan karyawan dengan pemilik usaha terjalin baik) dan kelemahan (kurangnya promosi dan periklanan yang rutin, tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai secara akuntansi, daerah pemasaran masih terbatas. Dari faktor eksternal yang menjadi peluang (bahan baku yang tersedia, tidak adanya pesaing dari produk yang sama, dukungan pemerintah Daerah) dan ancaman (persaingan alat pemasaran semakin ketat dan jaringan pemasaran pesaing lebih luas). Dan ada empat strategi yang digunakan pada usaha keripik rumput laut yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi tempat. Berdasarkan hasil analisis faktor internal diperoleh total skor kekuatan yaitu 2,43 dan total skor kelemahan 0,58. Sedangkan total skor peluang yaitu 2,28 dan skor total ancaman 1,63 sehingga berada diagram kartesius berada pada kuadran 1. Strategi yang tepat yang digunakan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang dari hasil analisis adalah strategi agresif dengan strategi alternatif yaitu Pertumbuhan konsentrasi atau pertumbuhan pasar.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Keripik Rumput Laut, Strategi Pengembangan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manajemen strategi sangat penting bagi perusahaan maupun organisasi agar tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi dan perusahaan bisa terwujud. Agar perusahaan bisa memenuhi keinginan dan tujuan yang diinginkan maka diperlukan manajemen strategi. Keberadaan manajemen strategi sendiri mempunyai tujuan tersendiri bagi perusahaan. Seseorang yang baru memulai dan merintis usaha diperlukan untuk memperhatikan dasar-dasar berbisnis, seperti perencanaan dan menetapkan sasaran dan strategi yang tepat.<sup>1</sup>

Usaha PKBM Nurul Haq merupakan usaha rumahan yang memproduksi dan menjual 2 macam rasa keripik rumput laut yaitu rasa balodo dan karamel. Usaha keripik rumput laut ini memiliki *brand* yaitu Keripik Rumput Laut Fuijah. Usaha Keripik Rumput Laut Fuijah ini sudah berjalan mulai tahun 2011 sampai sekarang dan telah mengalami perkembangan. Di mana mulanya pembuatan keripik rumput laut hanya dilakukan secara manual dan sekarang telah berkembang menggunakan alat teknologi yang lebih canggih. Pengembangan usaha keripik rumput laut fuijah dapat dilihat dari segi wilayah pemasarannya, alat yang digunakan untuk membuat produk, jumlah karyawan dan dari segi

---

<sup>1</sup> Mukhlis Catio, Sarwani dan Rukhan, *Manajemen Strategi*, Cet. 01 (Tangeranag: Indigo Media, 2021), 7-9.

tempat memproduksi Keripik Rumput Laut Fuijah. Sistem usaha ini berjalan mulai dari memproduksi sampai dengan memasarkan produk.

Usaha PKBM Nurul Haq terletak di Jalan Beringin, Dusun Tanete Desa Poreang merupakan Kecamatan dari Tana Lili yang terletak di bagian sebelah Barat dengan berbatasan Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara dan di sebelah Utara dengan berbatasan Kabupaten Luwu Timur. Wilayah Desa Poreang sendiri merupakan wilayah yang sangat baik untuk membangun usaha keripik rumput laut dikarenakan sebagian besar masyarakat yang berada di Desa Poreang di Dusun Tanete mayoritas adalah nelayan rumput laut. Usaha keripik rumput laut ini merupakan usaha rumahan.

Rumput laut adalah salah satu tanaman alga yang hidup di laut. Rumput laut dapat diolah dengan berbagai macam olahan. Seperti keripik rumput laut. Keripik rumput laut merupakan makanan ringan yang diminati oleh banyak masyarakat baik itu orang dewasa, orang tua maupun anak-anak. Rumput laut juga memberikan banyak manfaat bagi kesehatan. Setiap usaha baik itu kecil maupun besar yang dijalankan tidak luput dari menawarkan barang ataupun jasa kepada konsumen atau pembeli dan mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Dalam pengembangan usaha tentu dipengaruhi oleh berbagai macam faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal. Seperti memanfaatkan teknologi atau kekayaan intelektual, keahlian, agar dapat memperluas kapasitas untuk mengidentifikasi, menganalisis, meneliti, bisnis dan produk baru yang akan di pasarkan nantinya. Untuk memasarkan produk bukanlah suatu pekerjaan yang

mudah dilakukan terutama dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin hari ke hari semakin ketat, di mana kita harus bisa mengembangkan bisnis yang kita jalankan bisa berkembang menjadi besar dan maju serta kita dapat menjadi seorang pengusaha sukses tentunya. Setiap usah yang dijalankan pasti menghadapi tantangan baik dari eksternal maupun internal dari usaha itu sendiri yang berupa kekurangan modal, kinerja keuangan yang tidak baik, tenaga kerja yang tidak terampil, dan sebagainya. Saat ini banyak usaha yang kecil-kecil maupun perusahaan yang besar menyadari pentingnya strategi untuk menghadapi perkembangan zaman dan tantangan dari luar.

Tabel I.I Berikut ini merupakan pendapatan usaha keripik rumput laut fuijah dari tahun 2018-2021

| No | Pendapatan        | Tahun |
|----|-------------------|-------|
| 1  | Rp. 70.000.000,00 | 2018  |
| 2  | Rp.80.000.000,00  | 2019  |
| 3  | Rp.30.000.000,00  | 2020  |
| 4  | Rp.44.000.000,00  | 2021  |

Tabel di atas menjelaskan bahwa pendapatan yang didapatkan oleh pemilik usaha selalu berubah-ubah setiap tahun. Dalam wawancara penulis dan pemilik usaha terdapat beberapa kendala terjadinya penurunan pendapatan yang sangat drastis di mana pendapatan usaha keripik rumput laut fuijah dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami peningkatan dan tahun 2020 dan 2021 mengalami

penurunan dibandingkan dari tahun 2019. Adapun beberapa kendala yang menyebabkan penurunan pendapatan yaitu:<sup>2</sup>

### 1. Sosial dan Lingkungan

Lingkungan sangat berpengaruh dalam pengembangan usaha seperti banyaknya produk baru yang bermunculan serta munculnya *Covid-19* yang mengakibatkan ketidakpastian pasar yang membuat permintaan akan produk yang dijual sangat berpengaruh dan belum lagi ketika diberlakukannya PPKM.

### 2. Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan. Untuk melakukan pengembangan maka perlu dilakukan pemasaran yang luas. Namun pemasaran yang dilakukan oleh usaha keripik rumput laut fujiah dilakukan hanya melalui pemasaran indomaret modern saja dan itu hanya di Wilayah Luwu Utara dan Malili.

### 3. Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan sebuah produk. Namun usaha keripik rumput laut fujiah hanya memproduksi keripik sesuai dengan pemesanan dan terkadang hanya memproduksi terkadang sekali dalam seminggu.

Berdasarkan hasil dari wawancara adapun permasalahan yang didapatkan dalam melakukan aktivitas berdagang dan memproduksi barang yaitu adanya perubahan pendapatan dan penurunan pendapatan ini disebabkan pemasaran yang

---

<sup>2</sup>. Halija, Owner Usaha Keripik Rumput Laut, wawancara dilakukan di tempat usaha pada 15 september 2021

masih kurang di berbagai wilayah dan hanya di tempatkan di daerah-daerah tertentu dan toko-toko tertentu. Selain itu SDM tenaga kerja juga tidak tetap sehingga sering terjadinya namanya pergantian karyawan ini dikarenakan tidak menetapnya dan meratanya pembagian kerja.

Menjalankan usaha tidaklah mudah apalagi persaingan sekarang dari hari ke hari semakin ketat. Karena itu usaha keripik rumput laut fuijah mengalami permasalahan dalam menjalankan aktivitas dagang dan memproduksi. Selain itu usaha keripik rumput laut fuijah harus bisa bersaing terhadap para pengusaha lainnya untuk mempertahankan usaha yang dijalankan terutama dalam penentuan harga, dari segi pemasaran daerah pemasaran masih terbatas dan mereka juga tidak melakukan pemasaran *online* padahal kita ketahui alat teknologi sekarang sangat berpengaruh dan mereka hanya melakukan pemasaran hanya di daerah Luwu, Luwu Utara dan Malili, dari segi produksi mereka terkadang hanya memproduksi hanya sekali dalam seminggu. Keripik rumput laut yang mereka jualpun belum mempunyai pesaing usaha yang sama dalam bentuk persaingan.

Dari permasalahan di atas maka peneliti mengangkat judul “**Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut Di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara**”. Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan usaha keripik rumput laut di Desa Poreang dan faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

## **B. Batasan Masalah**

Dari latar belakang yang diuraikan di atas peneliti tidak mengkaji seluruhnya, supaya penelitian ini mendapatkan hasil yang maksimal peneliti

membatasi hanya pada strategi pengembangan usaha pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari pembahasan latar belakang yang diuraikan di atas maka diperoleh rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan bagaimana strategi pengembangan usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.
2. Untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara?

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat akademik, untuk menambah wawasan mengenai strategi pengembangan usaha keripik rumput laut.
2. Manfaat praktis, untuk memberikan informasi dan masukan kepada semua pihak khususnya kepada pemilik usaha untuk meningkatkan strategi dalam mengembangkan usahanya serta sebagai pedoman untuk menghadapi permasalahan yang akan dihadapi dari faktor eksternal dan internal.

3. Bagi pelaku usaha, memberikan informasi bagi pelaku usaha untuk meningkatkan strategi dalam mengembangkan untuk menghadapi kelemahan dan ancaman dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang dalam menjalankan usaha.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan yang akan peneliti paparkan di bawah ini untuk digunakan sebagai sumber untuk melakukan penelitian.

| No | Judul Penelitian  | Nama Peneliti dan Tahun penelitian                                   | Hasil Penelitian  | Persamaan  | Perbedaan  |
|----|---|--|---|--|--|
| 1. | Strategi Pengembangan Usaha Pada UMK M Baju Bayi Indra Collection | Adi Suparwo, Hendi, Suherman, Rizal, Rachman, Anton Arifin, Maya Nur | Hasil dari penelitian Usaha Pada UMK M Baju Bayi Indra Collection yang dilakukan oleh usaha ini memberikan pendampingan bagaimana modal yang dibutuhkan memperoleh mengelola modal terbatas memperoleh mendapatkan maksimal. Industri baju bayi belum pengetahuan dan | Persamaan penelitian relavan dengan yang akan lakukan yaitu sama-sama membahas strategi pengembangan | Perbedaannya penelitian relavan di fokuskan pada usaha UMK M baju bayi Indra Collection di Kota Bandung, sedangkan yang peneliti akan lakukan di fokuskan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. |

|    |   |  |  |  |   |
|----|---|--|--|--|---|
|    |   | urba yanti Shobahary (2018)                                  | pemahaman tentang bagaimana melakukan manajemen keuangan yang baik yang mempunyai dampak terhadap pengelolaan dan perolehan. <sup>3</sup>  |  |   |
| 2. | Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus PT Golden Malabar) | Yuni Dwi Kartika, Amzul Rifin, dan Imam Teguh Saptono (2018) | Hasil dari penelitian usaha pengolahan kopi arabika (studi kasus PT Golden Malabar) adapun strategi digunakan dilihat dari dua faktor yaitu faktor internalnya dan faktor eksternalnya. Dari total matriks IFE posisi internal keuangan kuat dengan skor 3,0507 dan dari total matriks EFE perusahaan belum cukup merespon peluang dan ancaman dengan skor 2,0160 sehingga strategi yang tepat digunakan yaitu strategi interaksi dengan membangun jaringan mitra/agen pemasok. <sup>4</sup> | Persamaan penelitian relavan dengan penelitian akan dilakukan sama-sama memebah strategi pengembangan usaha. | Perbedaannya penelitian relavan di fokuskan pada usaha pengelahan kopi arabika (studi kasus PT Golden Malabar) sedangkan penelitian yang peneliti akan lakukan di fokuskan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. |
| 3. | Strategi Pengembangan Keripik Jamur Tiram Putih di                                  | Asminar, Ayu Alda Vera dan Asnawati Is (2020)                | Hasil dari penelitian oleh <i>home industry fiisa group</i> jika dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal adapun strategi yang baik dipakai yaitu dengan meningkatkan modal, memperluas daerah pemasaran, pelatihan manajemen, memanfaatkan modal, mengeluarkan varian  | Persamaan penelitian relavan dengan yang akan peneliti lakukan ini   | Perbedaannya penelitian relavan di fokuskan pada keripik jamur tiram putih di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo, sedangkan yang   |

<sup>3</sup> Adi Suparwo, et.,al, "Strategi Pengembangan usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection," *Jurnal Abdimas BSI* 01. no. 02 (2018), <http://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i2.3734.g2484>.

<sup>4</sup> Yuni Dwi Kartika, Amzul Rifin, dan Imam Teguh Saptono, "Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus PT Golden Malabar)," *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JAM)* 04. no. 02 (2018), <https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.122>.

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo ( <i>Studi Kasus Home Industry Fiisa Group</i> )               | rasa yang baru, pangsa pasar di perluas, kualitas produk dipertahankan, sering melakukan kegiatan promosi, menjalankan kerjasama dengan pedagang lain, untuk memperlancar produksi maka diperlukan adanya pengoptimalan alat teknologi. <sup>5</sup>  | yaitu sama-sama memba has startegi Pengembangan.   | akan peneliti lakukan dilakukan di fokuskan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.   |
| 4. Strategi Pengembangan Usaha Industri Keripik (Studi UD. Lemo Sukses Sejati Kecamatan Buton Utara) | Hasil dari penelitian Usaha Industri Keripik (Studi UD. Lemo Sukses Sejati Kecamatan Kalisusu Buton Utara) dilihat dari aspek pasar/pemasaran dari tahun ketahun mengalami peningkatan setiap tahun, dan dilihat dari aspek keuangan UD. Lemo Sukses Sejati menggunakan modal sendiri, dilihat dari aspek teknis/produksi mencapai 100 sampai 200 bungkus perhari, dilihat dari aspek SDM dan manajemen sudah baik di mana setiap karyawan di tempatkan pada skil yang di kuasai oleh karyawan. Hasil analisis SWOT strategi yang baik dipakai yaitu defferensiasi, oleh sebab itu alternatif | Persamaan penelitian relavan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama memba has strategi pengembangan. | Perbedaanya yaitu penelitian relavan ini di fokuskan pada usaha industri keripik di Kecamatan Kalisusu Buton Utara, sedangkan pada peneliti yang akan lakukan di fokuskan hanya pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. |

<sup>5</sup> Asminar, Jopang, dan Nurjannah “Strategi Pengembangan Keripik Jamur Tiram Putih di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo (Studi Kasus Home Industry Fiisa Group),” *Jurnal Agri Sains* 04, no. 2 (Desember, 2020), <http://dx.doi.org/10.36355/jas.v4i2.420>.

|    |   |  |   |  |  |
|----|---|--|---|--|--|
|    |   |  | strategi bersaing yang baik dipakai adalah SO. <sup>6</sup>   |  |  |
| 5. | Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar City | Robert Tua Siregar, Hery Pandapatian Silitonga, Juan Anastasya, Putri (2020) | Hasil dari penelitian di Kota Pematangsiantar City yaitu pengembangan yang dilakukan UMKM tidak lepas dari peran pemerintah dan para pelaku UMKM. Pemerintah sebaiknya melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM, serta sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM tentang pengetahuan dalam berwirausaha. Pemerintah juga dapat berkolaborasi dengan lembaga pendidikan. Para pelaku UMKM juga sebaiknya melakukan inovasi produk, menciptakan ciri khas tersendiri serta pelaku UMKM juga sebaiknya mengikuti pelatihan yang berkaitan dengan cara menganalisis produk dan pengetahuan tentang pengembangan usaha. <sup>7</sup> | Persamaan penelitian relavan dengan penelitian yang akan dilakukan ini yaitu sama-sama membahas strategi pengembangan. | Perbedaannya yaitu penelitian relavan ini di fokuskan pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar City sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di fokuskan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. |
| 6. | Strategi Pengembangan Usaha Produksi  | Pandey Komang Suparyan, Ni Pitu  | Hasil dari penelitian usaha produksi kue pada kelompok wanita tani ayu tangkas di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal berdasarkan hasil analisis  | Persamaan penelitian relavan dengan penelitian yang  | Perbedaannya yaitu penelitian relavan ini di fokuskan pada usaha produksi kue pada kelompok wanita tani ayu  |

<sup>6</sup> Septi Nur Chaerani, Jopang dan Nurjannah "Strategi Pengembangan Usaha Industri Keripik (Studi UD. Lemo Sukses Sejati Kecamatan Kulisusu Buton Utara)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 05, no. 1 (April 1, 2020), <https://dx.doi.org/10.52423/bujab.v5i1.12630>.

<sup>7</sup> Rober Tua Siregar, Hery Pandapotan Silitonga dan Juan Anastasya., "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsari," *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 06, no. 2 (mei 2021), <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3736>.

|  |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
| Kue Pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali | Suka Dudi Septiadi (2020)  | matriks skor total yang didapatkan dari analisis matriks IFE yaitu 2,83. Sedangkan skor total yang didapatkan dari matriks EFE yaitu 2,68. Adapun alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu memberikan pelatihan dan penyuluhan manajemen produksi. <sup>8</sup>   | akan dilakukan ini yaitu sama-sama membahas strategi pengembangan usaha.   | tangkas di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali sedangkan penelitian yang akan dilakukan difokuskan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.  |
| 7.   | Strategi Pengembangan Usaha Garam Rakyat di Desa Kusumba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung | Opatrian Sinaga, Made Antara dan Ratna Komala Dewi (2020) Hasil dari penelitian Usaha Rakyat di Desa Kusumba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung yaitu dilihat dari faktor internalnya dan faktor eksternalnya dari analisis SWOT adapun alternatif strategi yang dapat di terapkan yaitu menetapkan dan mempertahankan harga dengan menjalankan program garam yang dihasilkan melalui harga dengan kualitas serta memberikan perbedaan produk. Selain itu memelihara dan mempertahankan melalui strategi penetrasi pasar dan pengembangan barang. <sup>9</sup> | Persamaan penelitian relavan dengan penelitian yang dilakukan penelitian yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha. | Perbedaanya yaitu penelitian relavan ini di fokuskan pada usaha Garam Rakyat di Desa Kusumba Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di fokuskan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. |

<sup>8</sup> Pande Komang Suparyana, Ni Putu Sukanteri, Dan Septiadi, "Strategi Pengembangan Usaha Produksi Kue Pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali," *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 04, no. 01, (2020), <http://doi.org/10.32585/ags.v4i1.844>.

<sup>9</sup> Opattriani Sinaga, Made Antara, dan Ratna Komala Dewi, "Strategi Pengembangan Usaha Garam Rakyat di Desa Kusumba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung", *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian* 04, no. 1 (Mei, 2020), <https://doi.org/10.14710/agsricionomics.v4i1.6081>.

|    |  |   |   |   |  |
|----|--|---|---|---|--|
| 8. | Strategi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kota Palembang | Yulizar Kasih dan Charisma Ayu P. (2021)      | Hasil dari penelitian Usaha Keluarga Skala Mikro di Kota Palembang memiliki dilihat dari faktor internalnya dan faktor eksternalnya meskipun pada kuadran 1 pada diagram Kartesius SWOT yaitu pada posisi <i>growth</i> (pertumbuhan). Pengembangan usaha yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan skala bisnis dengan menyusun rencana strategi bisnis yaitu mengadakan kerjasama dengan pihak internal dalam bentuk pelatihan dan pendampingan terkait peningkatan kualitas produk, inovasi produk, penyusunan laporan keuangan, pengurusan izin usaha, pemasaran <i>online</i> dan penyusunan proposal kredit. <sup>10</sup> | Persamaan penelitian relavan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha. | Perbedaannya yaitu penelitian ini di fokuskan pada usaha keluarga skala mikro di Kota Palembang sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di fokuskan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. |
| 9. | Strategi Pengembangan Usaha Industri Mikro Pengolahan Ikan         | Siti Arbahinah, Jati Hanidayu Nikmatuani, dan | Hasil dari penelitian ini bahwa industri mikro Bandeng Presto 27 Semarang mempunyai aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya. Dari kondisi tersebut maka ada empat alternatif strategi bisnis yang dapat dipilih yaitu SO-WO-ST-WT. <sup>11</sup>   | Persamaan penelitian relavan dengan penelitian yang akan  | Perbedaannya yaitu penelitian ini berfokus pada usaha industri mikro pengolahan bandeng presto 27 Semarang sedangkan penelitian yang   |

<sup>10</sup> Yulizar Kasih dan Charisma Ayu P, "Startegi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kotab Palembang," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*05, no. 1. (2021), <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5504>.

<sup>11</sup> Arbainah., Siti et.al., "Strategi Pengembangan Usaha Industri Mikro Pengolahan Ikan Bandeng Presto 27 Semarang," *Jurnal Sitechmas* 02, no. 1 (April, 2021), <http://dx.doi.org/10.32497/sitechmas,v2i12610>.

|     |   |  |   |  |   |
|-----|---|--|---|--|---|
|     | Bande<br>ng<br>Presto<br>27<br>Semar<br>ang   | Muh<br>amm<br>ad<br>Rois<br>, dan<br>Lard<br>in<br>Kora<br>wija<br>yanti<br>(202<br>1) |   | lakukan<br>yaitu<br>sama-<br>sama<br>mema<br>has<br>tentang<br>strategi<br>pengem<br>bangan<br>usaha.  | dilakukan oleh<br>peneliti berfokus<br>pada usaha<br>keripik rumput<br>laut di Desa<br>Poreang<br>Kabupaten<br>Luwu Utara.  |
| 10. | Strate<br>gi<br>Penge<br>mban<br>gan<br>Usaha<br>Mikro<br>Kecil<br>Mene<br>ngah<br>di<br>Kota<br>Batur<br>aja | Rani<br>Anw<br>ar<br>dan<br>Titie<br>Syah<br>naz<br>Nata<br>lia<br>(202<br>1)          | Hasil dari penelitian ini dalam analisis SWOT faktor internal dan faktor eksternal di Kota Baturaja terhadap UMKM di peroleh bahwa pelaku UMKM harus membentuk kelompok usaha agar strategi ini mempunyai kekuatan untuk mengendalikan distribusi. Kemudian meningkatkan promosi dengan <i>digital marketing</i> dan <i>e-commerce</i> agar memudahkan promosi dan memperluas jaringan kemitraan dalam mendistribusikan produknya. Selain itu pengembangan SDM tenaga kerja harus diperhatikan manajemen usaha dapat berhasil jika SDM berkompeten. | Persam<br>aan<br>peneliti<br>an<br>relavan<br>dengan<br>peneliti<br>an yang<br>peneliti<br>lakukak<br>an yaitu<br>yaitu<br>sama-<br>sama<br>mema<br>has<br>tentang<br>strategi<br>pengem<br>bangan<br>usaha. | Perbedaannya<br>yaitu penelitian<br>relavan ini di<br>fokuskan<br>pada.usaha<br>Mikro Kecil<br>Menengah di<br>Kota Baturaja<br>sedangkan<br>penelitian yang<br>dilakukan oleh<br>peneliti di<br>fokuskan pada<br>usaha keripik<br>rumput laut di<br>Desa Poreang. |

<sup>12</sup> Rani Anwar dan Titie Syahnaz Natalia, "Startegi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Batu Raja," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akutansi* 17, no. 1 (juni 2021), <https://doi.org/10.35449/jemasi.v17i1.2021>.

## B. Deskripsi Teori

### 1. Strategi

#### a. Pengertian Strategi

Menurut Hog Yam (2020) Strategi adalah rencana yang akan digunakan agar mencapai keunggulan dalam aktivitas dipasar.<sup>13</sup>

Jadi kesimpulannya strategi adalah siasat yang telah direncanakan dalam menghadapi ancaman, kelemahan, kekuatan, ataupun peluang di dalam organisasi baik internal maupun eksternal dengan cara terbaik dengan memanfaatkan daya, dana dan kemampuan. Berdasarkan situasi banyak strategi yang dapat memberikan arah menuju keuntungan yang kompetitif.

#### b. Aspek-aspek dalam penyusunan strategi

Adapun beberapa aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam penyusunan strategi yaitu sebagai berikut:<sup>14</sup>

- 1) Aspek pasar dan pemasaran
- 2) Aspek keuangan
- 3) Aspek teknis/operasi
- 4) Aspek manajemen dan SDM

---

<sup>13</sup> Jlim Hog Yam, *Manajemen Strategi*, Ed. 2, (Makassar: CV Nas Media Pustaka, 2020), 16.

<sup>14</sup> Septi Nur Chaerani, et.,al, "Startegi Pengembangan Usaha Industri Keripik", *Jurnal Administrasi Bisnis* 05, no. 01 (April 2020), 201-202, <https://dx.doi.org/10.52423/bujab.v5i1.12630>.

## 2. Pengembangan usaha

Secara etimologi pengembangan dalam kamus bahasa Indonesia adalah proses perilaku untuk mengembangkan. Sedangkan menurut istilah pengembangan adalah suatu kegiatan yang menghasilkan cara yang baru.

Freddy menjelaskan ada beberapa defenisi pengembangan usaha yaitu:<sup>15</sup>

### a. Mussleman dan Jackson

Pengembangan usaha adalah aktifitas yang memenuhi keinginan dan kebutuhan ekonomis masyarakat dan perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut.

### b. Allan Affuah

Pengembangan usaha adalah sekumpulan kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan mentrasformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diminati konsumen.

Menurut Sanstoso (2021) pengembangan usaha adalah peran dan cara sistematis untuk mempersiapkan kemungkinan pertumbuhan yang potensial, dan juga pengawasan terhadap pelunang pengembangan usaha.<sup>16</sup>

Berdasarkan dari pengertian di atas maka penulis menyimpulkan bahwa pengembangan adalah suatu kegiatan menghasilkan dan menjual barang atau jasa dengan meningkatkan dan menumbuhkan kemampuan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

---

<sup>15</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), 10.

<sup>16</sup> Hieronymus Budi Sanstoso, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Industri Perternakan*, Ed. 1, ( Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2021), 2 .

### 3. Usaha

Definisi usaha yaitu kegiatan yang dikerjakan oleh setiap organisasi untuk memperoleh sasaran yang diinginkan dengan melakukan pekerjaan dan ikhtiar. Di Indonesia sendiri, usaha kecil belum dapat ditentukan mengenai kriteria dan batasannya. Dalam UU Nomor. 9 tahun 1995 adapun beberapa ciri tentang usaha kecil yaitu sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a) Jumlah aset yang dimiliki paling banyak yaitu Rp2000.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) namun tidak termasuk aset tanah dan bangunan usaha.
- b) Hasil penjualan tahunan paling maksimal yang dimiliki yaitu Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

#### a. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seorang wirausahawan pada umumnya akan melakukan pengembangan melalui tahap-tahap pengembangan usaha yaitu sebagai berikut :<sup>18</sup>

##### 1) Memiliki ide usaha

Usaha yang dikembangkan apapun itu pada mulanya harus memiliki ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausahawan tentu berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan usaha orang lain. Sebagai contoh, pengusaha bakmi langgaran memiliki ide usaha setelah melihat keberhasilan bakmi gajah madah.

---

<sup>17</sup> Cici Hariani, *Startaegi Pemasaran Kewirausahaan UMKM*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 6-7.

<sup>18</sup> Syamsul Rahman, *Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Makanan Tradisional Khas Sulawesi*, Cet. 01 (Yogyakarta: Budi Utama, 2021), 43-45.

## 2) Penyaringan ide/konsep usaha

Ide usaha yaitu suatu ilustrasi belum halus untuk pengembangan usaha. Kemudian selanjutnya wirausahawan menerjemahkan kedalam konsep usaha kedalam matra-matra bisnis yang spesifik. Penyaringan ide usaha ini dapat dilakukan melalui aktivitas penilaian kelayakan usaha secara formal maupun informal.

## 3) *Business Plan*

Wirausahawan ialah seseorang yang memakai sumber daya ekonomi untuk mendapatkan laba (keuntungan). Komponen utama usaha yang akan dikembangkan yaitu perhitungan proyeksi keuntungan-kerugian usaha yang nantinya dijalankan. Penyusunan *business plan* harus ada penambahan bahwa wirausahawan mempunyai sesuatu yang berbeda yang mencolok dalam melakukan rincian rencana bisnis. Ada Seorang pengusaha yang akan membuat rencana usahanya tentang apa yang akan terjadi terhadap usahanya dimasa akan datang dan dibuat dengan sedetail dari kumpulan informasi yang relevan. Namun tidak semua pengusaha membuat rincian rencana usahanya tapi mereka hanya membuat sesederhana mungkin dan hanya melihat keadaan pasar saat ini yang terjadi.

## 4) Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha

Secara global maupun rinci rencana usaha yang telah dibuat ditulis ataupun, nantinya akan diimplementasikan kedalam kegiatan usaha. Lalu rencana usaha ini dijadikan sebagai panduan kepada wirausahawan untuk pelaksanaan usahanya. Seorang wirausahawan dapat melihat usaha yang dijalankan apakah bisa memenuhi target.

## b. Keunggulan dan Kelemahan Usaha dan Pengendalian Usaha

Ada beberapa keunggulan komperatif yang dimiliki oleh usaha kecil yaitu:<sup>19</sup>

- 1) Usaha kecil beroperasi menebar di berbagai daerah atau daerah terpencil dengan bermacam-macam jenis usaha. Ini terjadi karena usaha kecil lebih sanggup memenuhi permintaan. Dengan adanya usaha kecil ini dapat membantu menekan masalah urbansi dan kesenjangan yang ada di perkotaan dan pedesaan.
- 2) Investasi modal pada usaha kecil mampu beroperasi dengan modal yang rendah pada aset tetap. Sebagian besar modal yang digunakan dapat diserap dalam kebutuhan kerja. Selain itu implikasi usaha kecil mempunyai kebebasan untuk keluar masuk dari pasar. Kegiatan produksi juga dapat dihentikan ketika kondisi perekonomian kurang menguntungkan.
- 3) Usaha kecil sebagian besar dikatakan sebagai padat karya di karenakan penggunaan teknologi yang masih sederhana. Presentasi pada karyawan relatif tidak kecil dan ini mengakibatkan distribusi penghasilan dapat lebih memenuhi dan juga sulitnya karyawan di PHK karena adanya hubungan yang erat antara pemilik dan karyawan.

Adapun kelemahan yang dimiliki oleh usaha kecil yaitu investasi awal yang digunakan bisa saja terjadi usaha mengalami kerugian. Ada beberapa risiko yang harus dihadapi seorang wirausahawan di luar kendalinya seperti perubahan

---

<sup>19</sup> Muhammad Rifa'i, *Manajem Bisnis*, Cet. 01 (Medan: Pusdikra Mitra Jaya, 2020) 184-185.

peraturan yang dikeluarkan oleh negara serta problem karyawan dapat membuat usaha tidak lancar. Beberapa juga pemilik usaha tidak memperoleh profit karena disebabkan usaha yang cenderung menghasilkan pendapatan yang tidak optimal atau tidak teratur. Selain itu dalam menjalankan bisnis kita harus mengorbankan waktu yang banyak untuk menjalankan usaha dibandingkan dengan menghabiskan waktu bersama keluarga.

### c. Kendala dan pengembangan Usaha

Mengembangkan usaha kecil maupun menengah tidaklah mudah di mana ada saja kendala yang harus dihadapi untuk peningkatan daya saing dan kinerja diantaranya yaitu:<sup>20</sup>

- 1) Sistem pembiayaan yang lemah serta kurangnya komitmen lembaga legislatif dengan pemerintah terhadap dukungan permodalan ini mengakibatkan keberpihakan-keberpihakan perbankan dan lembaga keuangan masih belum sesuai dengan apa yang diinginkan.
- 2) Masih kurangnya kemampuan dalam meningkatkan daya saing pemasaran, usaha pasar, serta pengetahuan tentang regulasi pasar masih kurang.
- 3) Sulitnya pengendalian pasar yang diakibatkan oleh kurang kuatnya kekuatan penawaran terutama untuk bahan baku serta terbatasnya informasi tentang bahan baku.

---

<sup>20</sup> Muhammad Rifa'i, 192-193.

- 4) SDM yang masih rendah di berbagai aspek seperti aspek keterampilan, etos kerja, kompetensi, karakter, kesadaran tentang perlunya mutu dan standarisasi barang dan jasa serta pengetahuan tentang kewirausahawan.
- 5) Lembaga promosi pemerintah tidak berfungsi dengan baik.
- 6) Belum mempunyai jasa lembaga untuk melayani usaha kecil serta optimal baik itu lembaga penjamin, asuransi, serta lembaga keuangan neobank lainnya.
- 7) Dibutuhkan biaya yang tinggi dan jangka waktu yang panjang dalam pembuatan perizinan badan usaha, hak patent, label, dan pemodal.

d. Tipe-tipe strategi pengembangan usaha

Ada beberapa tipe strategi pengembangan usaha yang dikelompokkan yang terdiri atas:<sup>21</sup>

1) Strategi Manajemen

Strategi manajemen merupakan strategi yang dilakukan manajemen dengan orientasi pengembangan strategi yang secara makro, diantaranya yaitu; strategi penetapan harga, strategi tentang keuangan, strategi dalam pengembangan produk, strategi pengembangan pasar dan strategi akuisisi.

2) Strategi Investasi

Strategi Investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Diantaranya yaitu strategi bertahan, strategi pengembangan kembali pada divisi

---

<sup>21</sup> Mariana Simanjuntak, et.,al, *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*, Cet. 01, (Sumatra Utara:Yayasan Kita Menulis, 2021), 138.

baru ataupun strategi divestasi, perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau usaha mengadakan penetrasi pasar.

### 3) Strategi Bisnis

Strategi ini disebut juga sebagai strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, diantaranya yaitu; strategi distribusi, strategi produksi atau operasional, strategi pemasaran, strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan, serta strategi organisasi.

#### e. Faktor-faktor strategi pengembangan usaha

Ada dua faktor dalam strategi pengembangan usaha yaitu sebagai berikut:<sup>22</sup>

- 1) Faktor internal
  - a) Manajemen yaitu suatu cara yang dipakai agar dapat mencapai keinginan dalam organisasi dengan bekerja dengan kelompok.
  - b) Pemasaran, dapat diartikan dengan proses pendefenisian, pengantisipasi, menciptakan, dan memenuhi keperluan dan kemauan konsumen terhadap barang maupun jasa.
  - c) Keuangan yaitu melihat bagaimana individu dan organisasi dalam bisnis meningkatkan, mengalokasikan dan memakai sumber daya moneter.
  - d) Produksi yaitu suatu aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan atau menambah nilai guna terhadap barang maupun jasa.

---

<sup>22</sup> Asminar et al., "Strategi Pengembangan Keripik Jamur Tiram Putih di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo (Studi Kasus Home Industry Fiisa Group)," *Jurnal Agri Sains* 04, no. 2 (Desember 2020): 23-25, <http://dx.doi.org/10.36355/jas.v4i2.420>.

2) Faktor eksternal

- a) Ekonomi yaitu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas yang berkaitan dengan pembuatan, pengedaran, dan pemakaian terhadap produk maupun jasa.
- b) Sosial, budaya dan lingkungan, dimana sosial yaitu cara bagi setiap seseorang untuk berhubungan dengan seseorang yang lainnya. Budaya adalah cara tumbuh dengan berkembang dan dimiliki bersama-sama kemudian di wariskan kegenerasi. Lingkungan yaitu gabungan antara keadaan fisik yang berkaitan dengan sumber daya alam.
- c) Pemerintah adalah suatu organisasi yang mempunyai kekuatan dalam menerapkan dan membuat hukum serta UU di daerah tertentu.
- d) Teknologi merupakan sarana yang menyajikan produk-produk yang dibutuhkan untuk keberlangsungan dan kenyamanan bagi setiap orang.
- e) Kompetitif yaitu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dengan kinerja yang lebih baik dari pada dengan perusahaan lainnya melalui SD yang dimiliki oleh perusahaan.
- f. **Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Islam adalah agama lengkap yang artinya mengurus hidup manusia dalam semua hal. Kegiatan pemasaran menurut prinsip islam berdasarkan dengan mencari ridho Allah SWT, bukan demi kepentingan diri sendiri tetapi untuk kesejahteraan bersama. Secara teoritis adapun syarat-syarat harus di penuhi guna memperoleh barang yang halal.

Adapun syarat-syarat yang dimaksud yaitu:<sup>23</sup>

- 1) Semua bahan mentah diperoleh dengan cara yang halal.
- 2) Bahan yang halal yang diperoleh dari bahan mentah harus mempunyai Zat yang halal.
- 3) Kegiatan produksi dilakukan dengan faktor produksi yang halal yang meliputi:
  - a) Modal dipakai yang dipakai dari lembaga keuangan tidak mengandung unsur ribah.
  - b) Tempat yang digunakan tanah yang tidak mempunyai masalah.
  - c) Karyawan yang dipakai bukan eksploitasi dengan memberikan gaji yang bersifat memaksa.
  - d) Memiliki perilaku islami baik itu karyawan maupun manager.
  - e) Dalam proses produksi harus menjaga lingkungan fisik dan sosial.
  - f) Kegiatan produksi ditunjukkan untuk kemaslahatan umat dan dilaksanakan dengan niat yang ikhlas.

Adapun faktor-faktor pengembangan usaha yang dimaksud di atas yaitu:

(1) Modal

Modal dimaksud yaitu modal milik sendiri yang didapatkan secara sah dan tidak mengandung unsur ribah. Tetapi menggunakan sistem bagi hasil yang di peroleh dalam bentuk bagi hasil dan yang lainnya.

(2) Tenaga kerja

---

<sup>23</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Cet. 1, (Bandung: Alfabeta, 2015), 121.

Tenaga kerja/karyawan merupakan SDM, di mana orang yaitu unsur yang sangat dibutuhkan di dalam organisasi. Manusia mempunyai nalar, harkat serta martabat menjadi aset yang penting dan berharga terhadap suatu organisasi/perusahaan. Di dalam suatu perusahaan manusia biasa disebut sebagai Karyawan. Karyawan yaitu orang yang bekerja pada bagian pembuatan produk dan sebagai pemimpin yang dihormati dengan memberikan gaji yang telah ditentukan terhadap pihak-pihak yang bersangkutan dengan amanah dan bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas yang telah diberikan dengan baik. Mencari rizki dengan cara yang halal adalah perbuatan yang terpuji dan dosa yang kita punya dapat diampuni.

### (3) Faktor Produksi

Tanah Produksi adalah menciptakan dan menambah nilai guna suatu barang atau jasa terhadap semua sumber daya yang bisa digunakan untuk kegiatan produksi. Tanah secara teoritis yaitu SDA yang diberikan Allah SWT. Dalam islam sendiri tanah atau tempat yang tidak bermasalah atau merugikan bagi rakyat. Keseimbangan penciptaan produk terjadi apabila keinginan antara yang membuat dan *owner* dapat dilaksanakan ketika sama dengan kesepakatan antara keduanya dalam perjanjian dengan prinsip tolong-menolong dan saling menguntungkan.

### (4) Bauran Pemasaran dalam Islam

Dalam prinsip islam kegiatan pemasaran dilaksanakan harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Allah SWT, yang berusaha untuk kesejahteraan bersama. Bauran pemasaran dalam islam tidak jauh berbeda dengan

bauran pemasaran pada umumnya. Perbedaannya hanya pada implementasinya saja di mana bauran pemasaran dalam islam didasarkan pada perspektif islam. Islam adalah agama yang dapat menyeimbangkan Hubungan dengan Allah dan hubungan dengan manusia. Di dalam islam dilakukan harus saling ridho dilarang melakukan tindakan yang *bathil*. Sebagaimana di dalam Q.S An-Nisa (4): 29 yang berbunyi:

فَتَذَرُوهَا الْمَيْلَ كُلَّ مَيْلُوهَا فَلَا حَرْصُكُمْ وَلَوْ النَّسَاءِ بَيْنَ تَعْدِلُوهَا أَنْ تَسْتَطِيعُوهَا وَلَنْ رَحِيمًا غَفُورًا كَانَ اللَّهُ فَإِنَّ وَتَتَّقُوا تُصْلِحُوا وَإِنْ كَالْمُعَلِّمَةِ

Terjemahnya :

*“Allah memberi peringatan kepada orang-orang yang beriman supaya tidak memakan harta manusia dengan cara bathil, yaitu dengan cara-cara yang tidak baik atau diperbolehkan oleh syariat seperti ribah, korupsi, perjudian, mencuri dan sejenisnya.”*<sup>24</sup>

Adapun bauran pemasaran 4P yaitu *Product, price, place* dan *promotion*.

Dalam implementasi syariah ada beberapa bauran pemasaran yaitu:

(a) *Product*

Pemasaran yang dimulai dengan produk yaitu barang, jasa atau kebutuhan yang di rancang agar dipakai atau dibutuhkan oleh orang yang ingin menggunakannya. Agar dapat menyediakan keinginan konsumen maka menciptakan tantangan bagi bagian pemasaran. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen maka kita akan membuat barang yang sudah dibuat menjadi barang yang baru atau sesuai dengan keinginan konsumen. Maka dari itu strategi yang digunakan yaitu strategi differensiasi produk. Differensiasi produk adalah di mana

---

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qura'an Tajwid dan dan Terjemahnya*, yayasan penyelenggara penterjemaah/penaftsir Al-Quran (2019), 83.

menciptakan suatu produk yang tidak memiliki kesamaan dengan produk beredar dipasaran.<sup>25</sup>

Adapun tujuan produksi dalam ekonomi syariah yaitu:

- (1) Secara pribadi menanggapi kepentingan konsumen dalam bentuk memiliki karakteristik keseimbangan.
- (2) Memenuhi kepentingan keluarga.
- (3) Mempersiapkan sebagian kebutuhan kepada ahli waris dan generasi akan datang.
- (4) Pelayanan sosial dan berinfak hanya di jalan Allah SWT.

(b) *Price*

Memilih harga yang sesuai kadang merupakan tindakan yang menyeimbang. Di satu sisi harga harus sesuai dan mendukung pengeluaran yang dikeluarkan seperti, biaya operasi, administrasi, pemasaran (promosi), dan perdagangan. Selain itu harga yang ditawarkan kepada konsumen tidak boleh terlalu mahal karena ini dapat mempengaruhi konsumen untuk lebih memilih produk yang mempunyai harga yang lebih murah. Dalam menentukan harga harus adil dan sesuai kualitas barang dengan harga dan tidak merugikan bagi pembeli dan produsen.

(c) *Promotion*

Promosi adalah komponen yang terlihat dengan jelas dalam *marketing mix*, yang mengarah pada teknik mempromosikan dan memperkenalkan produk.

---

<sup>25</sup> Nurul Hida, et al., *Pemasaran Syariah*, Cet.01, (Depok: Kharisma Putra Utama, 2017), 16.

Promosi sangat penting dalam melakukan penjualan di mana promosi ini memiliki fungsi untuk mengingatkan, memberikan informasi tentang produk yang kita promosikan, serta mengingatkan kembali manfaat produk yang kita promosikan.

(d) *Place*

*Place* yaitu gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Tempat juga tidak hanya dikatakan sebagai lokasi yang strategis tetapi juga sebagai penyampaian jasa kepada konsumen. Lokasi berkenaan dengan di mana produk yang kita miliki akan di pasarkan kepada pembeli atau konsumen. Pemilihan lokasi harus sesuai dengan tempat kita memasarkan agar produk yang kita jual tepat sasaran. Tempat yang dipilih tentu harus tempat yang baik (tidak melanggar syariah). Pemilihan tempat tentu sangat perlu diperhatikan karena apabila produk yang kita jual berada pada tempat yang haram dipasarkan maka produk yang dikonsumsi juga akan termasuk haram dan juga dapat menimbulkan citra buruk bagi produk.<sup>26</sup>

Dalam islam menjadi seorang pengusaha harus ada 3 prinsip usaha yang dijalankan yaitu:<sup>27</sup>

- (a) Benar, sesuai dengan ajaran dan undang-undang yang ditetapkan oleh pemerintah serta tidak melenceng dari usahanya.

---

<sup>26</sup> Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* Cet. 01 (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), 92.

<sup>27</sup> Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam*, Cet. 01, (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 6.

- (b) Kurub, bisnis yang dijalankan berdasarkan keuntungan dan keahlian yang diperoleh dari kerja keras yang dikeluarkan, dan juga dapat menjadi amal.
- (c) Janji, apa yang dijual sesuai dengan apa yang disampaikan atau dikatakan baik dari sisi harga, promosi dan kualitas kepada konsumen.

Secara umum ada 7 transaksi yang harus dihindari yaitu:<sup>28</sup>

- (a) Ribah, artinya tambahan pokok secara batil dan bersifat haram, merupakan dosa besar, sesuai Q.s Al-Baqarah (2): 275 yang berbunyi:

...الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ...

Terjemahannya:

*“dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan ribah”.*<sup>29</sup>

- (b) Judi atau maysir adalah segala bentuk spekulasi. Ada 3 bentuk judi yaitu:
  - (1) Taruhan harta atau materi dari kedua belah pihak.
  - (2) Permainan yang ditentukan menang dan kalah.
  - (3) Orang yang menyerahkan seluruh atau sebagian harta untuk taruhan.
- (c) Gharar, maksudnya ketidakpastian atau transaksi yang objek tidak jelas, tidak diketahui keberadaanya, tidak dimiliki atau tidak dapat diserahkan saat melakukan transaksi kecuali diatur dalam syariah.

<sup>28</sup> Aselina Endang Trihastuti., 6-7.

<sup>29</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qura'an Tajwid dan dan terjamahnya*, yayasan penyelenggara penterjemaah/penafsir Al-Quran (2019), 47.

- 4) Dharar, yaitu transaksi yang saling merugikan antara pihak yang bersangkutan, dapat menimbulkan kerusakan penganiayaan, kerugian, sehingga dapat terjadi perpindahan kepemilikan secara batil.
- 5) Maksiat, melanggar hukum Allah atas transaksi usaha yang dilakukan.
- 6) Suht, dengan memproduksi produk yang dibuat mengandung bahan, menurut 'Nash' dalam al-qur'an dan al-hadist diperdagangkan dan dikonsumsi haram.
- 7) Risywah, yaitu suap yang dibayarkan untuk membenarkan barang yang batal atau barang yang tidak halal hukumnya mendapatkan dosa besar dan haram.

(Qs. Al-Baqarah (2):188)

مَنْ فَرِيقًا لَتَأْكُلُوا الْحُكَّامَ إِلَىٰ هَٰذَا وَتُدْلُوا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوا لَا  
 □ تَعْلَمُونَ وَأَنْتُمْ بِالْإِثْمِ النَّاسِ أَمْوَالِ

Terjemahannya:

*“Dan janganlah sebagian kalian memakan harta antara kalian dengan bathil dan membawa perkara harta pada hakim supaya kalian dapat memakan sebagian harta dari orang lain dengan (cara) dosa dan kalian mengetahuinya.”<sup>30</sup>*

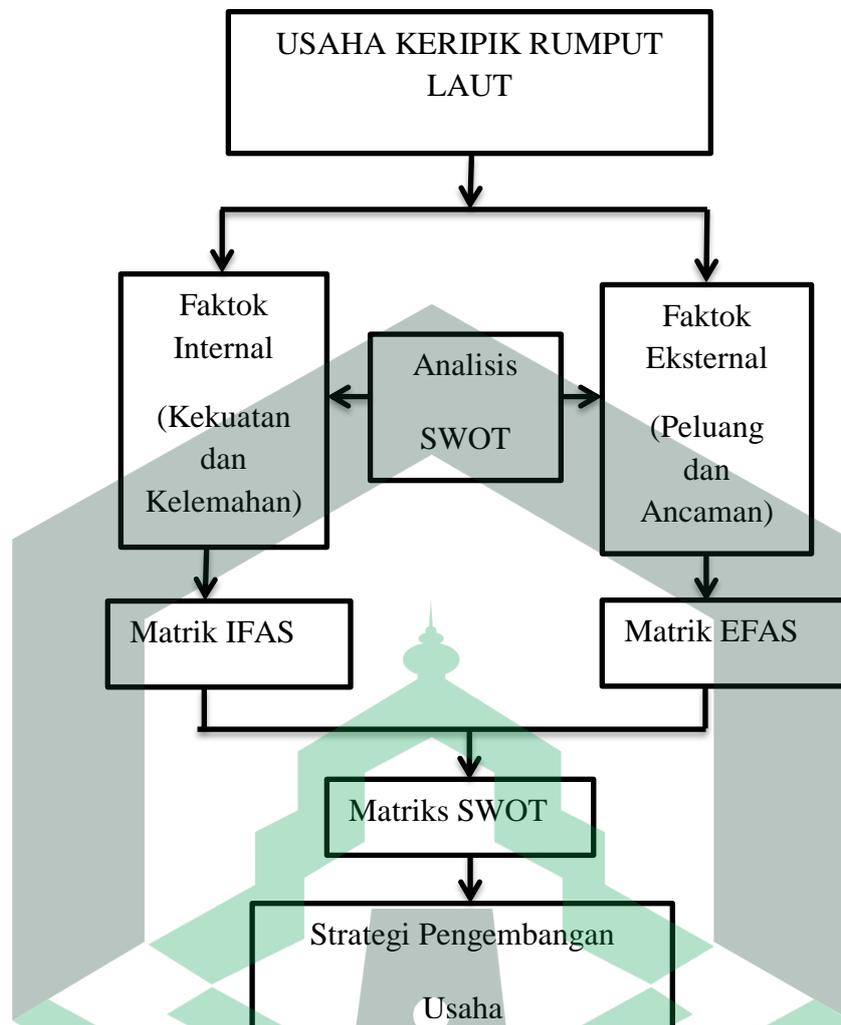
### C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan pemilihan aspek-aspek yang berkaitan dengan masalah penelitian yang akan diteliti. Kemudian dibentuk dalam bentuk bagan. Kerangka pemikiran dibuat sebagai gambaran pemikiran peneliti.<sup>31</sup>

Adapun dibawah ini merupakan gambaran kerangka pemikiran.

<sup>30</sup> Depertemen Agama RI, *Al-Qura'an Tajwid dan terjemahnya*, yayasan penyelenggara penterjemaah/penaftsir Al-Quran (2019), 29.

<sup>31</sup> Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, Cet. 01 (Yogyakarta: Budi Utama, 2018) 79.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Dari kerangka fikir di atas, kita melihat bahwa Usaha Keripik Rumput Laut Fuijah dalam lingkungan usaha telah dikategorisasikan sebagai satuan usaha yang akan dikembangkan, dimanfaatkan dan dipertahankan dengan menggunakan strategi yang ada bagi setiap perusahaan. Seperti dalam pengembangan strategi usaha keripik rumput laut fuijah maka menggunakan pendekatan analisis untuk mengetahui atau menilai faktor-faktor yang dapat diperhitungkan dan digunakan dalam mengambil keputusan. Di mana ada empat faktor yang berpengaruh untuk melakukan analisis strategi pengembangan untuk

pengambilan keputusan yaitu: (1) faktor berupa kekuatan, (2) faktor kelemahan, (3) faktor peluang, (4) faktor ancaman.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan cenderung menggunakan pendekatan induktif, dilakukan dengan cara dalam situasi yang wajar (*natural setting*) dan dikumpulkan bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif ini datanya didapatkan peneliti dari lapangan, baik data secara lisan maupun tulisan (dokumen). Sedangkan yang dimaksud dengan kualitatif yaitu penelitian ini lebih bersifat untuk mengembangkan teori, sehingga akan menemukan teori yang baru. Pendekatan kualitatif secara empiris dilakukan dengan tujuan untuk melihat secara keseluruhan bagaimana strategi pengembangan yang diterapkan oleh pengusaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

#### B. Fokus Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah berfokus pada intisari permasalahan yang menjadi sifat dari objek, hal ini dilakukan agar peneliti lanjut dapat dilakukan ingin tahu tentunya harus jelas sehingga dapat meringankan peneliti selanjutnya sebelum melakukan observasi. Fokus penelitian ini terletak pada Usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

### **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Poreang Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara.

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan bulan november tahun 2021 sampai selesai.

### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

#### 1. Subjek penelitian

Subjek penelitian ini yaitu 1 orang pemilik usaha dan 4 orang karyawan usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

#### 2. Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

### **E. Definisi Istilah**

#### 1. Strategi

Merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan usahanya dan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

#### 2. Pengembangan usaha

Pengembangan usaha adalah kegiatan yang dilakukan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan ekonominya dengan menciptakan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa.

## **F. Sumber Data**

### 1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh oleh peneliti dengan melakukan pengamatan di lokasi dan interview kepada responden dengan menggunakan kuesioner. Data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui wawancara dan pemberian kuesioner atau daftar pertanyaan kepada pemilik usaha dan karyawan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari literatur, buku, internat atau sumber bacaan lain yang relevan.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini diantaranya:

### 1. pengamatan

Penulis melakukan observasi (pengamatan) secara langsung mengenai fakta atau kenyataan dan kondisi di lokasi yakni dengan melihat dan mendengarkan, lalu data yang diperoleh di lokasi kemudian dicatat. Untuk melakukan observasi maka penulis terjun langsung ke lokasi atau datang langsung ke lokasi usaha keripik rumput laut di Desa Poreang.

### 2. Interview (wawancara)

Teknik wawancara yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan wawancara secara langsung. Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh kedua belah pihak dengan cara melakukan proses tanya jawab.

### 3. Kuesioner

Tujuan penggunaan kuesioner pada penelitian ini guna untuk mendapatkan rating pada setiap faktor eksternal dan faktor internal yang mempengaruhi perkembangan usaha keripik rumput laut yang di teliti. Dengan adanya kuesioner maka memberikan kemudahan bagi peneliti untuk memperoleh data yang lebih jelas terkait focus penelitian yang akan dilakukan.

### 4. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk dapat mengumpulkan data kualitatif yaitu dengan cara melihat dan menganalisis dokumen yang dibuat oleh subjek itu sendiri atau orang lain.

## H. Keabsahan Data

Validasi data merupakan ukuran kekuatan data yang didapatkan dari hasil penelitian yang berbasis data. Hal ini diuji dalam penelitian kualitatif yaitu data melalui uji validitas dan reliabilitas. Oleh sebab itu data yang diperoleh diverifikasi secara ilmiah, sesuai hasil penelitian tentang kebenarannya yang terjadi di lokasi. Untuk memeriksa validitas data beberapa cara yang digunakan yaitu:<sup>32</sup>

### 1. Perpanjangan keikutsertaan

---

<sup>32</sup> Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*, Ed. 01 (Sukabumi: CV Jejak, 2017), 93-95.

Peneliti memiliki banyak waktu melakukan kerja lapangan untuk mendapatkan keakraban yang lebih banyak dan kepercayaan dari informan untuk memperoleh data yang banyak dan mendalam dari berbagai sumber seperti buku-buku, video dan dari sumber lainnya.

## 2. Triangulasi

Triangulasi adalah di mana peneliti kembali melakukan pengujian data yang didapatkan dengan membandingkan sumber-sumber, metode dan teori-teori yang berbeda. Misalnya seperti memberikan macam-macam pertanyaan yang berbeda-beda dalam pertanyaan wawancara kemudian membandingkan dengan sumber yang ada seperti buku, video dan media lainnya.

## 3. Referensi yang cukup

Sumber data yang mendukung temuan penelitian, data wawancara harus didukung dengan catatan wawancara dan dokumentasi fotografi.

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Teknik Pengelolaan

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah data menjadi satuan yang bisa dikelola, mensiteskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari serta memutuskan apa yang perlu di ceritakan kepada orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Reduksi data (*Reduction*)

Reduksi data dilakukan ketika memperoleh catatan deskriptif, kemudian selanjutnya akan menjadi catatan reflektif sebagai reduksi data yakni bagian analisis, berbentuk mempertegas, memperpendek, membuat focus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan. Reduksi data merupakan proses seleksi , pemfokusan, penyederhanaan. Reduksi data dilakukan dengan membuat singkatan, *coding*, dan memutuskan tema.

b. Penyajian Data (*Display*)

Penyajian data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara dalam bentuk tabel, gambar, matriks, sehingga memudahkan peneliti mengambil kesimpulan.

c. Menarik Kesimpulan

Dalam penelitian ini hampir setiap data dapat ditafsirkan menjadi modal awal untuk memverifikasi data. Kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung. Berkaitan dengan penarikan kesimpulan tersebut, penerapan metode dalam penelitian ini adalah dengan mengungkapkan kebenaran dan memahaminya.

2. Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan pendekatan Analisis SWOT.

a. *IFAS (Internal Factor Analysis)* dan *EFAS (Eksternal Factor Analysisi Sumarry)*

Di bawah ini adapun tahapan analisis *IFAS* dan *EFAS* di dalam perusahaan yaitu:

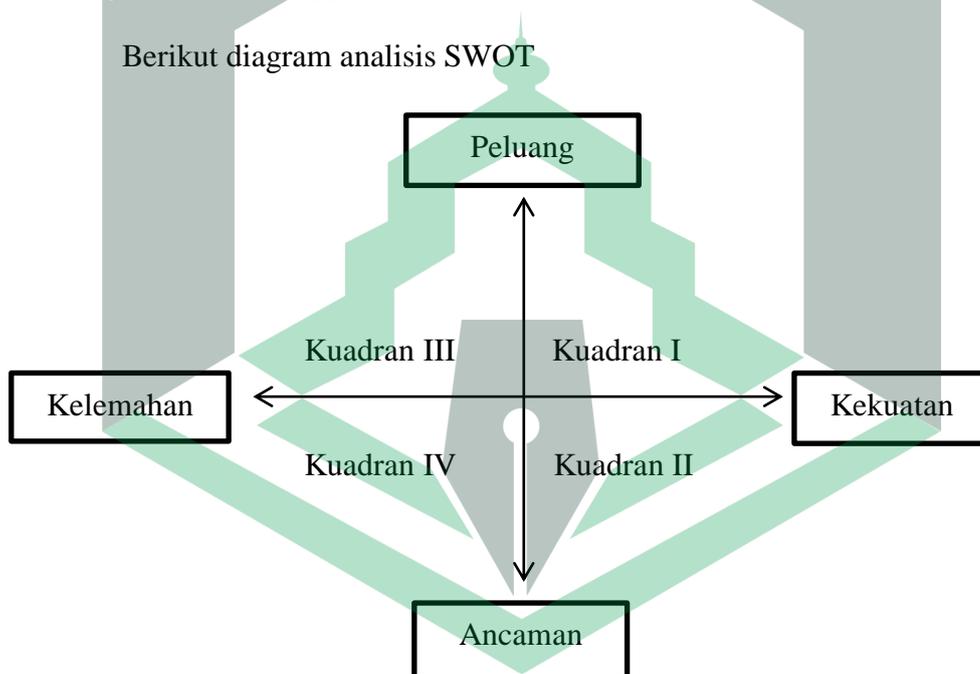
- 1) Melakukan identifikasi dan menuliskan pada kolom 1 tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan.
- 2) Menetapkan rating dari masing-masing faktor kekuatan dengan angka 4 (sangat penting), 3 (penting), 2 (cukup penting), 1 (tidak penting), sedangkan kelemahan 1 (sangat penting), 2 (penting), 3 (cukup penting), 4 (tidak penting).
- 3) Menetapkan bobot faktor internal pada kolom 2, mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Total semua bobot harus berjumlah 1,0.
- 4) Pada aspek kekuatan dan kelemahan menggunakan skala 0-1. Setiap aspek mendapat skor tertinggi terbanyak 0,5. Sehingga formulasi terbaiknya adalah 0,5 dibagi angka 10.

Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal ini di dapatkan dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis. Selanjutnya informasi yang di peroleh diklasifikasikan. Pemberian bobot masing-masing skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting), berdasarkan pengaruh tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00. Pemberian rating untuk masing-masing faktor-faktor dengan skala mulai dari 4 sampai dengan 1. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang yang bersifat positif semakin besar diberi rating 4. Tetapi

bila kecil di beri rating 1. Pemberian rating kelemahan dan ancaman yang bersifat negatif semakin besar di beri rating 1, tetapi bila kecil diberi rating 4.<sup>33</sup>

#### b. Analisis SWOT

Data yang didapatkan dalam penelitian yang dilakukan dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi usaha. Keempat faktor inilah yang membentuk akronim SWOT (*Strength, weakness, opportunities, dan threats*).<sup>34</sup>



Gambar 3.1 Diagram Swot

<sup>33</sup>Asminar et.al., "Strategi Pengembangan Keripik Jamur Tiram Putih di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo (Studi Kasus Home Industry Fiisa Group)," *Jurnal Agri Sains* 04, no. 2 (Desember 2020): 95-96, <http://dx.doi.org/10.36355/jas.v4i2.420>.

<sup>34</sup>Erwin Jusuf Thaib, *Dakwah adan Pluralitas Menggagas Strategi Dakwah Melalui Analisis SWOT*, Cet. 01 (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2020), 105-106.

Dari diagram di atas menunjukkan bahwa:<sup>35</sup>

- 1) Pada kuadran I menunjukkan bahwa keadaan ini paling menguntungkan karena mempunyai kekuatan dan peluang dari segi internal. Strategi yang dapat digunakan pada kondisi ini yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.
- 2) Pada Kuadran II walaupun mengalami berbagai ancaman, namun strategi ini mempunyai kekuatan. Strategi yang harus diterapkan pada kondisi ini yaitu strategi diversifikasi (barang/jasa) dengan memakai kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- 3) Pada kuadran III menunjukkan posisi peluang yang sangat besar, namun dipihak lain dihadapi oleh beberapa kendala/kelemahan. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal strategi sehingga bisa mengambil peluang yang baik.
- 4) Apabila berada pada Kuadran IV maka menghadapi kondisi yang paling tidak menguntungkan karena harus menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

#### c. Matriks SWOT

Matriks Swot dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang di hadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT digunakan sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO,WO,ST dan WT.

---

<sup>35</sup> M. Afif Salim dan Agus B Siswanto, *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*, Cet. 01, (Semarang: Pilar Nusantara, 2019), 6-7.

Adapun matriks SWOT menurut Rangkuti yaitu sebagai berikut:<sup>36</sup>

Tabel 3.1

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | W  | W  |
|  | IFAS   | <i>Strength</i> (Kekuatan)   | <i>Weakness</i> (Kelemahan)  |
| EFAS                                   |  | -Tentukan faktor-faktor kekuatan internal                              | -Tentukan faktor-faktor kekuatan eksternal                               |
|  |  | Strategi S-O   | Strategi W-O   |
| O<br><i>Opportunities</i><br>(peluang) |  | Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
|  | -Menentukan faktor-faktor peluang eksternal            |  |  |
|  |  | Strategi S-T   | Strategi W-T   |
| T<br><i>Threats</i> (Ancaman)          |  | Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman    | Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman    |
|  | -Menentukan menentukan faktor-faktor ancaman eksternal |  |  |

<sup>36</sup> Freddy Rangkuti, “*Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*”, ( Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2016), 14.

## BAB IV

### DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

#### A. Deskripsi

##### 1. Gambaran Umum Usaha Keripik Rumput Laut

###### a. Sejarah Usaha Keripik Rumput Laut

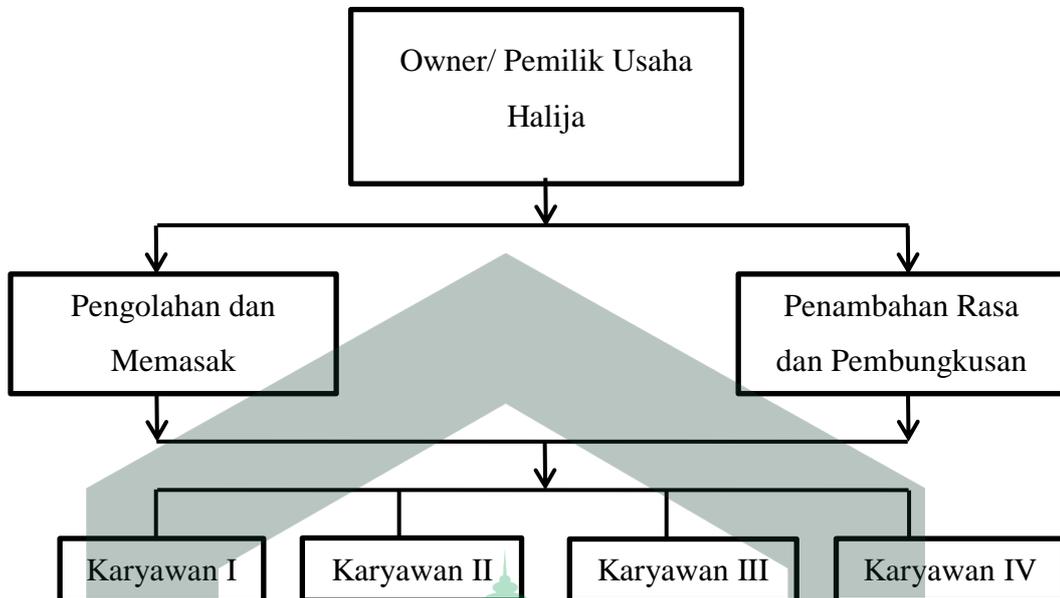
Usaha keripik rumput laut di dirikan pada tahun 2011 di daerah Dusun Tanete Desa Poreang Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara pada saat ini bagian pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha keripik rumput laut yang mulanya hanya dari rumah ke rumah kini sudah tersebar di Daerah Luwu Raya yaitu Luwu, Luwu Utara, dan Luwu Timur, dan sekarang sudah masuk ke indomaret, alfamidi, dan alfamart.

Usaha keripik rumput laut ini melakukan pengolahan sampai bagian pemasaran. Di mana mulanya hanya melakukan sistem produksi yang secara manual dan sekarang telah menggunakan alat teknologi. Jumlah karyawan yang dimiliki oleh usaha keripik rumput laut yaitu 4-6 orang orang.

###### b. Struktur Organisasi

Struktur organisasi usaha keripik rumput laut menggambarkan hubungan tanggung jawab dan wewenang pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

Adapun struktur Usaha Keripik Rumput Laut yaitu sebagai berikut:



Sumber: Struktur organisasi usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara

Pemilik usaha keripik rumput laut adalah ibu Halija sebagai pengelola utama yang mempunyai tanggung jawab terhadap keputusan yang diambil. Bagian dari pengelolaan, memasak, penambahan rasa dan pembungkusan diserahkan kepada karyawan.

### c. Cara Pembuatan Keripik Rumput Laut

Adapun cara pembuatan keripik rumput laut Fujiah mulai dari pencampuran bahan, memipihkan bahan, menggunting, menggoreng sampai pengemasan.

Alat dan bahan yang digunakan dalam membuat kripik rumput laut Fujiah:

#### 1) Alat

- |          |              |
|----------|--------------|
| a) Wajan | e) Timbangan |
| b) Hirus | f) blender   |
| c) Kuas  | g) mixer     |



- i) Setelah dipipihkan panaskan minyak goreng tunggu sampasi mendidih setelah mendidih masukkan adonan yang sudah dipipihkan tadi.
- j) Setelah berwarna merah-kemerahan angkat adonan tersebut dan dinginkan.
- k) Setelah dingin tambahkan bubu balado dan taburkan secara merata.
- l) Setelah selesai keripik siap disajikan dan dimakan/dimasukkan ke dalam kemasan.<sup>37</sup>

## 2. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara

Selama menjalankan usaha keripik rumput laut mengalami penurunan pendapat, pemilik usaha keripik rumput laut tentu melakukan strategi pengembangan usaha. Untuk mengetahui apakah usaha keripik rumput laut memiliki strategi pengembangan maka dapat diketahui dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha keripik rumput laut yaitu Ibu Halija pada hari jumat tanggal 26 November 2021 di usaha keripik Rumput Laut di Desa Poreang.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha keripik rumput laut menerapkan beberapa startegi.

Usaha keripik rumput laut merupakan usaha yang bergerak di bidang bisnis. Usaha keripik rumput laut untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produknya tentu melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan penjualan. Keripik rumput laut dalam pemasarannya dapat dilihat sehingga untuk menarik pelanggan. Untuk mengetahui tentang strategi produk apa

---

<sup>37</sup> Sumber Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

yang digunakan ibu halija untuk menarik pelanggan diketahui dari hasil wawancara berikut.

“kita memberikan tester (coba) jika mereka mulai mencoba maka dari situ mereka dapat mulai tertarik untuk membeli dan memesan dan itu merupakan strategi awal yang dilakukan. Setelah itu para konsumen yang sudah mengetahui bagaimana enakya tentu mereka pasti memasarkan keripik rumput laut secara tidak langsung dengan cara menceritakan keripik rumput laut yang sudah mereka makan ataupun mereka beli.”<sup>38</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan ibu halija pada hari minggu pada tanggal 13 februari 2022. Untuk mengetahui indikator produk tentang mengapa nama *brend* yang digunakan fuijah, kemasan yang digunakan, bentuk produk dan warna brand produk berwarna kuning serta bagaimana tanggapan keputusan pembelian terhadap pembeli dengan adanya logo halal, dan adanya izin PIRT pada kemasan.

“Bernama Fuijah karena Ijah adalah nama sebagian nama saya yaitu halijah sedangkan Fu ditambahkan sebagai pelengkap ijah agar lebih menarik. Kemasan yang digunakan yaitu kemasan plastik dengan model transparan agar pembeli dapat melihat langsung isi kemasan tanpa harus melihat gambar yang terkadang tidak sesuai dengan gambar yang ada dengan isi kemasan selain itu karena kurangnya modal. Bentuknya yang tipis dan tergulung agar tekstur rasanya renyah dan menarik. Mengapa berwarna kuning karna warna orange merupakan warna kesukaan saya serta warna orange adalah warna yang terang dan memiliki arti kebebasan dan kepercayaan diri. Keputusan pembelian terhadap penambahan halal dan izin PIRT tentu menambah kepercayaan pelanggan tentang produk keripik rumput laut karena telah memiliki izin selain itu dengan adanya logo halal dan izin PIRT memudahkan untuk memasarkan atau memasukkan kedalam toko-toko seperti indomaret, alfamart, dan alfamidi.”<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Halija, Owner Usaha Keripik Rumput Laut, wawancara dilakukan di tempat usaha, tanggal 26 November 2021.

<sup>39</sup> Halija, wawancara tanggal 13 Februari 2022.

Selanjutnya dari hasil wawancara peneliti dan pemilik usaha untuk mendapatkan pelanggan keripik rumput laut maka ada beberapa upaya yang dilakukan oleh usaha keripik rumput laut.

“Dengan cara bervariasi harga keripik rumput laut sehingga dapat mengkondisikan harga yang mampu dibeli oleh masyarakat. Kita juga melihat keadaan perekonomian yang ada di lingkungan masyarakat yang kurang mampu sehingga harga produk disesuaikan dengan kemampuan konsumen atau pembeli namun apabila dilihat dari segi lingkungan masyarakatnya mampu maka harga yang diterapkan sesuai dengan harga sudah ditetapkan.”<sup>40</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan ibu Halija pada hari minggu pada tanggal 13 Februari 2022. Untuk mengetahui indikator harga tentang keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga. Adapun hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha yaitu:

“harga keripik rumput masih kurang terjangkau ini dikarenakan harga yang paling rendah yaitu Rp 15.000,00. Sedangkan konsumen mencari harga yang terjangkau yang lebih murah. Apabila diadakan penurunan harga yang lebih rendah maka isi produk sangat sedikit karena akan memakan lebih banyak biaya seperti biaya kemasan dan biaya brand. Sedangkan pembeli mencari harga yang murah dan isi kemasan yang memuaskan. Kesesuaian harga dan manfaat sudah sesuai ini dikarenakan pembeli lebih mementingkan manfaat dari keripik rumput laut dibandingkan dengan harga.”<sup>41</sup>

Selanjutnya dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha adapun cara yang digunakan untuk melakukan promosi yang untuk menarik konsumen.

“saya melakukan promosi langsung dari rumah ke rumah untuk mencoba kekeluarganya dan akhirnya akan meluas dan mereka akan

---

<sup>40</sup> Halija, wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>41</sup> Halija, wawancara tanggal 13 Februari 2022.

memberitahukan kepada masyarakat yang lainnya tentang keripik rumput laut.<sup>42</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan ibu halija pada hari minggu pada tanggal 13 februari 2022. Untuk mengetahui indikator promosi tentang *sales Promotion* dan *direct marketing* yang dilakukan oleh usaha keripik rumput laut. Adapun hasil dari wawancara tersebut yaitu:

“promosi yang digunakan yaitu pada saat dimana pelanggan memesan banyak produk maka ada tambahan khusus produk dan ketika mereka melakukan pemesanan maka kita akan bertemu langsung dan akan berbincang tentang manfaat keripik rumput laut dan melakukan komunikasi dengan memanfaatkan whatapp.”<sup>43</sup>

Dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha adapun strategi dalam menentukan tempat.

“Dengan mudah di jangkau dengan pelanggan dan rumah sendiri karena dalam mengurus usaha keripik rumput diperlukan waktu yang cukup banyak maka tempat yang dipilih yaitu rumah sendiri agar mudah dijangkau. Selain itu saya juga melakukan penitipan produk di toko-toko yang mudah dijangkau oleh konsumen dan sering dikunjungi oleh konsumen seperti indomaret, alfamaret dan alfamidi.”<sup>44</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan ibu halija pada hari minggu pada tanggal 13 februari 2022. Untuk mengetahui tentang lingkungan masyarakat terhadap usaha keripik rumput laut. Adapun hasil dari wawancara tersebut yaitu:

---

<sup>42</sup> Halija, wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>43</sup> Halijah, wawancara tanggal 13 Februari 2022

<sup>44</sup> Halija, wawancara tanggal 26 November 2021.

“Masyarakat merespon dengan baik terhadap usaha keripik rumput laut. Dengan adanya usaha ini dapat membantu masyarakat yang membutuhkan pekerjaan”.<sup>45</sup>

### 3. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

#### a. Analisis Lingkungan Internal

Produk keripik rumput laut memiliki rasa yang enak serta memiliki 2 varian rasa yaitu rasa balado dan caramel. Rasa dan manfaat produk merupakan salah satu faktor utama agar produk kita bisa terjual. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha keripik rumput laut mengatakan:

“Karena tidak mengandung pengawet dan mampu bertahan selama 3 bulan selain itu rasa yang enak dan gurih. Dan kita tahu banyak manfaat dari mengkonsumsi rumput laut diantaranya yaitu mempercepat penyembuhan luka, memperlambat pertumbuhan sel kanker serta tingginya kandungan serat yang dimiliki membuat keripik rumput laut banyak digemari”.<sup>46</sup>

Dari hasil wawancara, keripik rumput laut banyak digemari oleh masyarakat karena mempunyai khasiat untuk kesehatan. Hal ini juga disampaikan oleh karyawan yang bernama Ibu Kena yang mengatakan:

“keripik rumput laut memiliki banyak minat dimasyarakat karena rasanya yang enak dan memiliki manfaat untuk kesehatan.”<sup>47</sup>

Usaha keripik rumput laut merupakan usaha di mana para karyawannya memiliki komunikasi dan hubungan yang baik dengan pemilik usaha ini. Hubungan karyawan dengan pemilik usaha harus terjalin baik karena ini dapat mempengaruhi cara kerja karyawan. Pemilik usaha mengatakan:

---

<sup>45</sup> Halijah, wawancara tanggal 13 Februari 2022.

<sup>46</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>47</sup> Kena, Wawancara tanggal 27 November 2021.

“karena cara kerja karyawan sangat berpengaruh terhadap pembuatan produk maka sangat penting untuk menjaga hubungan dengan karyawan. Dan setiap karyawan yang bekerja dianggap sebagai anggota keluarga. Jumlah Karyawan yang bekerja di usaha keripik rumput laut yaitu 4-6 orang dan tidak memiliki karyawan yang tetap tetapi karyawan yang di pekerjakan adalah mereka yang mempunyai skil tentang pembuatan keripik rumput laut. Waktu masuk karyawan mulai pukul 08:00 a.m-16:00 a.m dan gaji karyawan dihitung berdasarkan berapa hari karyawan masuk.”<sup>48</sup>

Sifat atau karakter pemilik usaha berpengaruh bagi karyawan sebagaimana ini juga ditegaskan oleh pernyataan karyawan yaitu Ibu Rosita yang menyatakan bahwa:

“kita sebagai karyawan pasti menginginkan karyawan yang bos yang baik apabila bos kita baik maka kita akan suka bekerjasama. Ketika kita memiliki hubungan yang baik serta komunikasi yan baik maka kita sebagai karyan akan senag. Dan itu dapat berpengaruh dengan cara kerja karyawan.”<sup>49</sup>

Selain itu salah seorang karyawan Ibu Kena juga menyatakan bagaimana hubungan karyawan dan pemilik usaha bahwa:

“Pemilik usaha dan semua karyawan yang bekerja disini memiliki hubungan yang baik dengan pemilik usaha dan menganggap semua karyawan sebagai keluarga.”<sup>50</sup>

Berdasarkan hasil wawancara bahwa harga yang dipasrkan harus terjangkau oleh masyarakat. Pemilik usaha mengatakan:

“Harga keripik rumput laut yang saya jualkan dan tetapkan bermacam-macam mulai dari harga Rp.15.000,00, Rp.25.000,00, dan Rp.40.000. dengan bervariasinya harga maka ini dapat menyesuaikan keadaan ekonomi dan kebutuhan konsumen untuk membeli keripik rumput laut dalam pengambilan keputusan pembelian.”<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>49</sup> Rosita, Wawancara tanggal 8 April 2022.

<sup>50</sup> Kena, Wawancara tanggal 27November 2021

<sup>51</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

Alat pengolahan yang digunakan dalam pengolahan keripik rumput laut sangat berpengaruh terhadap jumlah produksi. Pemilik usaha mengatakan bahwa:

“Alat yang kita gunakan dalam membuat produk semakin maju karena alat yang kita gunakan yang dulunya masih manual dan terbatas tanpa bantuan listrik dan sekarang sudah bisa menggunakan tenaga listrik.”<sup>52</sup>

Sekarang di mana alat pengolahan ini memberikan kemudahan dan keringanan dalam proses pengolahan yang mampu untuk memproduksi sesuai keinginan dan target yang diminta konsumen. Hal ini juga ditegaskan oleh pernyataan karyawan yaitu Ibu Nurasiani yang menyatakan bahwa:

“Majunya alat pengolahan yang digunakan sekarang lebih memudahkan kita sebagai karyawan dalam membuat produk dan mencapai target.”<sup>53</sup>

Sertifikat izin usaha sangat penting karena dengan memiliki sertifikat izin usaha memudahkan kita untuk melakukan penitipan di toko-toko dan mendapatkan kepercayaan. Pemilik usaha mengatakan:

“Untuk mengambil kepercayaan konsumen yaitu dengan adanya izin usaha berupa NPWP, Nomor Induk Berusaha dari DPMPTSP Luwu Utara. Dengan adanya izin usaha ini maka konsumen tidak meragukan lagi kualitas dari keripik rumput laut.”<sup>54</sup>

Adapun No. izin usaha yang dimiliki yaitu berupa NPWP: 03.161.025.6.803.00, Nomor Induk Berusaha : 0220006382268 dari DPMPTSP Luwu Utara.

---

<sup>52</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>53</sup> Nurasiani, Wawancara tanggal 28 November 2021.

<sup>54</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

Usaha keripik rumput laut saat ini melakukan kegiatan promosi hanya dari mulut konsumen ke konsumen. Usaha keripik rumput laut masih melakukan promosi yang sederhana dan tidak memanfaatkan Facebook, atau market plaza lainnya (Lazada, Shophie, dan Toko pedia). Padahal kita ketahui bagaimana perkembangan promosi di media cetak bahkan tidak melakukan kegiatan promosi media sosial sekarang yang banyak digunakan oleh masyarakat. Hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial untuk belanja *online*. Pemilik usaha Mengatakan bahwa:

“saya tidak melakukan promosi dan periklanana menggunakan media apapun atau market plaza lainnya kecuali media Whatshaap dan melakukan periklanan melalui hanya dari mulut kemulut saja.”<sup>55</sup>

Usaha keripik rumput laut tidak melakukan pencatatan keuangan secara akuntansi terhadap pengelolaan keuangannya dengan modal usaha yang digunakan serta pembayaran gaji karyawan. Usaha keripik rumput laut hanya melakukan pencatatan kehadiran karyawan (absen). Pemilik usaha Mengatakan bahwa:

“Saya tidak membuat catatan keuangan dan saya hanya melakukan pencatatan kehadiran (absen karyawan) saja.”<sup>56</sup>

Usaha keripik rumput laut melakukan pemasaran masih daerah wilayah Luwu Raya yaitu, Luwu, Luwu Utara, Luwu Timur. Dan mereka malakukan penitipan produk di indomaret, alfamart, alfamidi dan mereka belum melakukan penitipan diluar Daerah Luwu Raya sehingga masyarakat yang berada di daerah

---

<sup>55</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>56</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

luar wilayah Luwu, Luwu Utara dan Luwu Timur sulit menjangkau daerah pemasarnya. Pemilik usaha Mengatakan bahwa:

“Daerah pemasaran saya lakukan hanya daerah sekitaran Luwu saja itupun hanya di tempat tempat tertentu saja.”<sup>57</sup>

#### b. Analisis Lingkungan Eksternal

Usaha keripik rumput laut di Desa Poreang merupakan satu-satunya usaha yang menciptakan produk keripik rumput laut di Desa poreang Kabupaten Luwu Utara. Pemilik usaha keripik rumput laut mengatakan bahwa:

“Usaha keripik rumput laut ini tidak memiliki pesaing yang sama produk. Dengan tidak adanya pesaing yang sama maka ini menjadi peluang besar bagi usaha keripik rumput laut untuk menguasai pasar dan menarik para konsumen.”<sup>58</sup>

Memproduksi keripik rumput laut tentu dipengaruhi oleh tersedianya bahan baku. Jumlah produk yang di produksi dapat mempengaruhi penjualan. Pemilik usaha keripik rumput laut mengatakan bahwa:

“ketersediaan bahan baku berpengaruh dengan jumlah produksi. Dimana ketika bahan tidak tersedia dapat mengurangi jumlah produksi. Karena bahan baku yang digunakan keripik rumput laut mudah didapatkan dan banyak di toko-toko serta bahan dasar yang kita gunakan yaitu rumput laut dan selalu tersedia karena para nelayan rumput laut sebagian besar berada di Dusun Tanete selain itu usaha keripik rumput laut juga selalu membeli bahan baku sebelum kita kehabisan stok.”<sup>59</sup>

Hal ini juga ditegaskan oleh pernyataan karyawan yaitu Ibu Jumida yang menyatakan bahwa:

“bahan baku dalam pembuatan produk tentu sangat penting dimana dengan tersedianya bahan baku maka kita bisa membuat keripik. Bahan-bahan dalam pembuatan keripik rumput laut selalu tersedia sehingga ketika kita

---

<sup>57</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>58</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>59</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

ingin membuat keripik tidak perlu lagi namanya menunggu atau membeli bahan bahan tersebut.<sup>60</sup>

Usaha keripik rumput laut mendapat dukungan dari pemerintah bukti dari dukungan dari pemerintah yaitu memberikan bantuan alat pembuatan keripik rumput laut. Pemilik usaha keripik rumput laut mengatakan:

“Pemerintah sangat mendukung usaha kerpik ini dalam pembuatan keripik sehingga lebih mudah dalam dalam memenuhi permintaan konsumen.”<sup>61</sup>

Hal ini juga ditegaskan oleh pernyataan karyawan yaitu Ibu Dakriah yang menyatakan bahwa:

“Dukungan dari pemerintah sangat membantu, kita sebagai karyawan merasa terbantu dengan adanya bantuan dari pemerintah karena telah memberikan bantuan berupa alat alat pengelolaan pembuatan keripik sehingga kita mampu memproduksi keripik rumput laut dengan jumlah yang banyak.”<sup>62</sup>

Usaha keripik rumput laut melakukan jaringan pemasaran melalui indomaret, alfamidi, alfamart dan toko-toko yang hanya berada pada wilayah Luwu Raya saja sedangkan pemasaran yang dilakukan oleh pesaing melebihi wilayah pemasaran usaha keripik rumput laut sehingga ini menjadi ancaman bagi usaha keripik rumput laut di Desa Poreang. Pemilik usaha keripik rumput laut mengatakan:

“saya hanya melakukan penitipan hanya area sekitar Luwu, Luwu Utara dan Luwu Timur. Kita tidak melakukan penjualan di daerah luar dari Luwu Raya dan itupun juga kita tidak melakukan penitipan keberbagai daerah Luwu Raya hanya tempat-tempat tertentu saja.”<sup>63</sup>

---

<sup>60</sup> Dakriah, Wawancara tanggal 9 April 2022.

<sup>61</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>62</sup> Dakriah, Wawancara Tanggal 9 April 2022.

<sup>63</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

Alat pemasaran sekarang ini semakin berkembang. Berdasarkan salah satu yang menjadi ancaman bagi usaha keripik rumput laut di Desa Poreang ini di karenakan usaha keripik rumput laut hanya menggunakan Whatshapp sebagai alat pemasaran sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui kerupuk rumput laut. Padahal kita ketahui bahwa media sosial teruma market place seperti facebook merupakan tempat untuk mengakses informasi yang sangat banyak digunakan. Pemilik usaha keripik rumput laut mengatakan:

“saya tidak menggunakan media sosial seperti Facebook kecuali Whatshapp dalam melakukan pemasaran dan melakukan penjualan. Saya pernah melakukan penjualan melalui market place seperti lazada namun tidak lagi karena produk yang saya pasarkan tidak laku dikarenakan banyaknya pesaing.”<sup>64</sup>

Hal ini juga ditegaskan oleh pernyataan karyawan yaitu Ibu Nurasiani yang menyatakan bahwa:

“Ibu halija melakukan pemasaran dan penjualan melalu hanya media whatshapp dan melakukan penjualan dari rumah kerumah atau dari toko ketoko.”<sup>65</sup>

Hasil penelitian dan interview yang dilakukan oleh peneliti dengan *owner* usaha keripik rumput laut yaitu Ibu Halija peneliti merangkum dan akan membahas strategi pengembangan usaha yang dilakukan usaha keripik rumput laut. Dari hasil interview oleh pemilik usaha dan peneliti maka dapat diketahui apakah usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara memiliki strategi pengembangan. Wawancara dilakukan pada hari jumat tanggal 26 November 2021 di usaha keripik Rumput Laut di Desa Poreang.

<sup>64</sup> Halijah, Wawancara tanggal 26 November 2021.

<sup>65</sup> Nurasiani, Wawancara tanggal 28 November 2021.

Usaha keripik rumput laut menerapkan bauran pemasaran dalam memasarkan produknya sebagai berikut:

### 1. Strategi *Product*

Usaha keripik rumput laut merupakan usaha yang bergerak di bidang bisnis. Usaha keripik rumput laut untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produknya tentu melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan penjualan. Keripik rumput laut dalam pemasarannya dapat dilihat sehingga untuk menarik pelanggan adapun cara-cara yang digunakan oleh usaha keripik rumput laut untuk menarik pelanggan yaitu dengan cara memberikan tester (coba) jika mereka mulai mencoba maka dari situ mereka dapat mulai tertarik untuk membeli dan memesan dan itu merupakan strategi awal yang dilakukan. Setelah itu para konsumen yang sudah mengetahui bagaimana enakya tentu mereka pasti memasarkan keripik rumput laut secara tidak langsung dengan cara menceritakan keripik rumput laut yang sudah mereka makan ataupun mereka beli.

### 2. Strategi *Price*

*Price* merupakan salah satu yang terpenting untuk menentukan keputusan pembeli. Untuk mendapatkan pelanggan keripik rumput laut maka ada beberapa upaya yang dilakukan oleh usaha keripik rumput laut salah satunya yaitu dengan cara bervariasi harga keripik rumput laut sehingga dapat mengkondisikan harga yang mampu dibeli oleh masyarakat. Selain itu usaha keripik rumput laut juga melakukan upaya dengan melihat keadaan perekonomian di lingkungan masyarakat yang kurang mampu sehingga harga produk di sesuaikan dengan

kemampuan konsumen atau pembeli namun apabila dilihat dari segi lingkungan masyarakatnya mampu maka harga yang diterapkan sesuai dengan harga sudah ditetapkan.

#### c. Strategi *Promotion*

*Promotion* merupakan kegiatan untuk memperkenalkan dan menawarkan barang yang mempunyai tujuan untuk menarik pelanggan dan konsumen. Dalam mempromosikan produk usaha keripik rumput laut adapun strategi yang digunakan untuk menarik konsumen yaitu dengan cara promosi langsung dari rumah ke rumah untuk mencobakan kekeluarganya dan akhirnya akan meluas dengan mengandalkan konsumen dan pelanggan untuk memberitahukan kepada masyarakat yang lainnya atau calon pelanggan baru tentang keripik rumput laut dan sistem ini biasa di sebut dengan *mouth to mouth*.

#### d. Strategi Tempat

Usaha keripik rumput laut menentukan tempat strategis yaitu dengan mudah di jangkau dengan pelanggan selain itu untuk meluangkan waktu yang banyak dalam mengurus usaha keripik rumput laut maka tempat yang dipilih yaitu rumah sendiri dan mudah dijangkau oleh pemilik usaha keripik rumput laut. Usaha keripik rumput laut melakukan penitipan produk di toko dengan melihat toko-toko tersebut dapat mudah dijangkau oleh konsumen dan sering dikunjungi oleh konsumen seperti indomaret, alfamaret dan alfamidi.

Dari Hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha dan karyawan maka diperoleh faktor internal dan eksternal pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.

## 1. Faktor Internal

### a) Produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan

Produk keripik rumput laut memiliki rasa yang enak serta memiliki 2 varian rasa yaitu rasa balado dan karamel. Selain itu keripik rumput laut tidak mengandung pengawet dan hanya mampu bertahan selama 3 bulan.

Rumput laut kita tahu memiliki banyak manfaat untuk kesehatan diantaranya yaitu mempercepat proses penyembuhan luka, menjaga asupan air di dalam tubuh, memperlambat pertumbuhan sel kanker, karena tingginya serat yang di kandung sehingga keripik rumput laut banyak digemari dikalangan masyarakat.

### b) Komunikasi dan hubungan karyawan dengan pemilik usaha terjalin baik

Usaha keripik rumput laut merupakan usaha di mana para karyawannya memiliki komunikasi dan hubungan yang baik dengan pemilik usaha ini dikarenakan pemilik usaha menganggap karyawan sebagai anggota keluarga. Jumlah Karyawan yang bekerja di usaha keripik rumput laut yaitu 4-6 orang dan tidak memiliki karyawan yang tetap tetapi karyawan yang di pekerjakan adalah mereka yang mempunyai skil tentang pembuatan keripik rumput laut. Waktu masuk karyawan mulai pukul 08:00 a.m-16:00 a.m dan gaji karyawan dihitung berdasarkan berapa hari karyawan masuk.

### c) Harga yang bervariasi

Harga yang dipasarkan oleh usaha keripik rumput laut fuijah bermacam macam ada mulai dari harga Rp.15.000,00, Rp.25.000,00, dan Rp.40.000. dengan bervariasinya harga maka ini dapat menyesuaikan keadaan ekonomi dan kebutuhan

konsumen untuk membeli keripik rumput laut dalam pengambilan keputusan pembelian ini sangat dipengaruhi oleh harga.

d) Kemajuan alat pengolahan

Usaha keripik rumput laut memproduksi produk dengan menggunakan alat pengolahan seperti mesin pencampur adonan menggunakan alat mixer, alat pemipih atau penggilingan yang lebih maju dari sebelumnya dengan menggunakan bantuan listrik sehingga berapapun jumlah keripik rumput laut yang dibuat pasti mencapai target dan karyawan tidak terlalu kewalahan untuk membuat keripik rumput laut.

e) Sudah memiliki sertifikasih izin usaha

Faktor pendukung lainnya yang dapat mengambil kepercayaan konsumen yaitu dengan adanya izin usaha berupa NPWP: 03.161.025.6.803.00, Nomor Induk Berusaha : 0220006382268 dari DPMPTSP Luwu Utara. Dengan adanya izin usaha ini maka konsumen tidak meragukan lagi kualitas dari keripik rumput laut.

f) Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin

Usaha keripik rumput laut saat ini melakukan kegiatan promosi hanya dari mulut konsumen ke konsumen. Usaha keripik rumput laut masih melakukan promosi yang sederhana dan tidak memanfaatkan media sosial. Padahal kita ketahui bagaimana perkembangan promosi di media cetak bahkan tidak melakukan kegiatan promosi media sosial sekarang yang banyak digunakan oleh masyarakat. Hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial untuk belanja *online*.

- g) Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai secara akuntansi

Usaha keripik rumput laut tidak melakukan pencatatan keuangan secara akuntansi terhadap pengelolaan keuangannya dengan modal usaha yang digunakan serta pembayaran gaji karyawan. Usaha keripik rumput laut hanya melakukan pencatatan kehadiran karyawan (absen).

- h) Daerah pemasaran masih terbatas

Usaha keripik rumput laut melakukan pemasaran masih daerah wilayah Luwu Raya yaitu, Luwu, Luwu Utara, Luwu Timur. Dan mereka melakukan penitipan produk di indomaret, alfamart, alfamidi dan mereka belum melakukan penitipan diluar Daerah Luwu Raya sehingga masyarakat yang berada di daerah luar wilayah Luwu, Luwu Utara dan Luwu Timur sulit menjangkau daerah pemasarnya.

## 2. Analisis Lingkungan Eksternal

- a) Tidak adanya pesaing dari produk yang sama.

Usaha keripik rumput laut di Desa Poreang merupakan satu-satunya usaha yang menciptakan produk keripik rumput laut di Daerah Kabupaten Luwu Utara. Sehingga tidak adanya pesaing yang sama. Dengan tidak adanya pesaing yang sama maka ini menjadi peluang besar bagi usaha keripik rumput laut di Desa Poreang menguasai pemasaran dan menarik para konsumen yang ini merasakan keripik rumput laut.

- b) Bahan baku yang tersedia

Memproduksi keripik rumput laut tentu dipengaruhi oleh tersedianya bahan baku. Jumlah produk yang di produksi dapat mempengaruhi penjualan.

Usaha keripik rumput laut memiliki bahan baku yang tersedia ini dikarenakan bahan baku yang digunakan keripik rumput laut mudah didapatkan dan banyak di toko-toko dan bahan dasar yang digunakan keripik rumput laut yaitu rumput laut juga selalu tersedia ini dikarenakan para nelayan rumput laut sebagian besar berada di Dusun Tanete selain itu usaha keripik rumput laut juga selalu membeli bahan baku sebelum mereka kehabisan stok.

c) Dukungan pemerintah daerah.

Usaha keripik rumput laut mendapat dukungan dari pemerintah bukti dari dukungan dari pemerintah yaitu memberikan bantuan alat pembuatan keripik rumput laut. Dengan adanya bantuan dari pemerintah dapat membantu proses pembuatan keripik rumput laut lebih mudah sehingga mendukung jumlah produksi yang diminta oleh konsumen.

d) Jaringan pemasaran pesaing lebih luas.

Usaha keripik rumput laut melakukan jaringan pemasaran melalui indomaret, alfamidi, alfamart dan toko-toko yang hanya berada pada wilayah Luwu, Luwu Utara, dan Luwu timur saja sedangkan pemasaran yang dilakukan oleh pesaing melebihi wilayah pemasaran usaha keripik rumput laut sehingga ini menjadi ancaman bagi usaha keripik rumput laut di Desa Poreang.

e) Persaingan alat pemasaran semakin ketat..

Teknologi informasi sekarang ini semakin berkembang, salah satu yang menjadi ancaman bagi usaha keripik rumput laut di Desa Poreang ini di karenakan usaha keripik rumput laut tidak menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui kerupuk rumput laut. Padahal

kita ketahui bahwa media sosial merupakan tempat untuk mengakses informasi yang sangat banyak digunakan.

Setelah dilakukan analisis maka diketahui hasil dari *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats* sebagaimana tabel di bawah ini.

Setelah dilakukan analisis maka diketahui hasil dari *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats* sebagaimana tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 Analisis SWOT pada Usaha Keripik Rumput Laut

| Kekutan ( <i>Strenght</i> )  | Kelemahan ( <i>Weakness</i> )   |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan.</li> <li>2. Harga yang bervariasi.</li> <li>3. Kemajuan alat pengolahan</li> <li>4. Sudah memiliki sertifikat izin usaha.</li> <li>5. Komunikasai dan hubungan karyawan dengan pemilik usaha terjalin baik.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin.</li> <li>2. Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai secara akuntansi.</li> <li>3. Daerah pemasaran masih terbatas.</li> </ol> |
| Peluang ( <i>Opportunities</i> )   | Ancaman ( <i>Threats</i> )  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku yang tersedia.</li> <li>2. Tidak adanya pesaing dari produk yang sama.</li> <li>3. Dukungan pemerintah Daerah.</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan alat pemasran semakin ketat.</li> <li>2. Jaringan pemasaran pesaing lebih luas.</li> </ol>   |

### 3. Analisis IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*)

#### a. IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*)

Perhitungan skor bobot pada IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) di hasilkan berdasarkan perkalian bobot dengan rating. Sebagaimana pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*)

| No                          | Faktor Internal  | Bobot | Rating | Total Skor |
|-----------------------------|--|-------|--------|------------|
| <i>Kekuatan (Strength)</i>  |  |       |        |            |
| 1                           | Produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan               | 0,15  | 4      | 0,60       |
| 2                           | Harga yang bervariasi  | 0,15  | 4      | 0,38       |
| 3                           | Kemajuan alat pengelolaan  | 0,14  | 3      | 0,43       |
| 4                           | Sudah memiliki sertifikad izin usaha                                 | 0,14  | 3      | 0,43       |
| 5                           | Komonikasi dan hubungan karyawan dengan pemilik usaha terjalin baik. | 0,13  | 3      | 0,38       |
|                             | Sub total  | 0,71  |        | 2,43       |
| <i>Kelemahan (Weakness)</i> |  |       |        |            |
| 1                           | Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin                          | 0,10  | 2      | 0,20       |
| 2                           | Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai secara akuntansi          | 0,09  | 2      | 0,18       |
| 3                           | Daerah pemasaran masih terbatas                                      | 0,10  | 2      | 0,20       |
|                             | Sub total  | 0,29  |        | 0,58       |
|                             | Total  | 1,00  |        | 3,01       |

Sumber: Data Kuesioner diolah menggunakan Excel 2010

Pada tabel 4.2 dapat kita lihat bahwa faktor internal yang mempunyai kekuatan tinggi yaitu produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai bobotnya yaitu 0,15 dan rating 4 serta skor terbesar yaitu 0,60. Selain identifikasih terhadap kekuatan usaha keripik rumput laut matriks IFAS juga menunjukkan kelemahan yang terbesar yang dipunyai oleh usaha keripik rumput laut yaitu daerah pemasaran masih terbatas. Ini dapat dilihat dengan bobot yang dimiliki yaitu 0,10 dengan rating 2 dengan skor 0,20.

Hasil analisis pada tabel 4.2 diketahui total skor *Strength* sebesar 2,43 dan total skor *Weakness* sebesar 0,58. Total skor IFAS sebesar 3,01 yang didapatkan dari penjumlahan total skor *Strength* dengan total skor *Weakness*. Posisi internal berada pada posisi yang kuat dikarenakan skor total yang diperoleh yaitu diatas 2,99.

b. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Perhitungan skor bobot pada EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) di hasilkan berdasarkan perkalian bobot dengan rating sebagaimana pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Matriks EFAS

| No                             | Faktor Eksternal                           | Bobot | Rating | Skor |
|--------------------------------|--|-------|--------|------|
| <i>Peluang (Opportunities)</i> |  |       |        |      |
| 1                              | Bahan Baku yang tersedia                   | 0,25  | 4      | 1,00 |
| 2                              | Tidak adanya pesaing dari produk yang sama | 0,23  | 3      | 0,68 |
| 3                              | Dukungan dari pemerintah daerah            | 0,20  | 3      | 0,59 |
|                                | Subtotal                                   | 0,68  |        | 2,28 |
| <i>Ancaman (Threats)</i>       |  |       |        |      |
| 1                              | Persaingan alat pemasaran semakin ketat    | 0,17  | 2      | 0,34 |
| 2                              | Persaingan alat pemasaran semakin ketat    | 0,15  | 2      | 0,31 |
|                                | Sub total                                  | 0,32  |        | 0,65 |
|                                | Total                                      | 1,00  |        | 2,93 |

Sumber: Data Kuesioner diolah menggunakan Excel 2010

Pada tabel 4.3 dapat kita lihat bahwa faktor eksternal yang memiliki peluang yang paling besar pada usaha keripik rumput laut yaitu bahan baku yang tersedia. Hal ini dapat dilihat dari bobot yang dimiliki adalah 0,25 dan rating 34 dengan skor 1,00. Faktor eksternal yang memberikan ancaman terbesar yaitu

persaingan alat pemasaran semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari bobot yang dimiliki yaitu 0,17 dengan rating 2 dan skor 0,65.

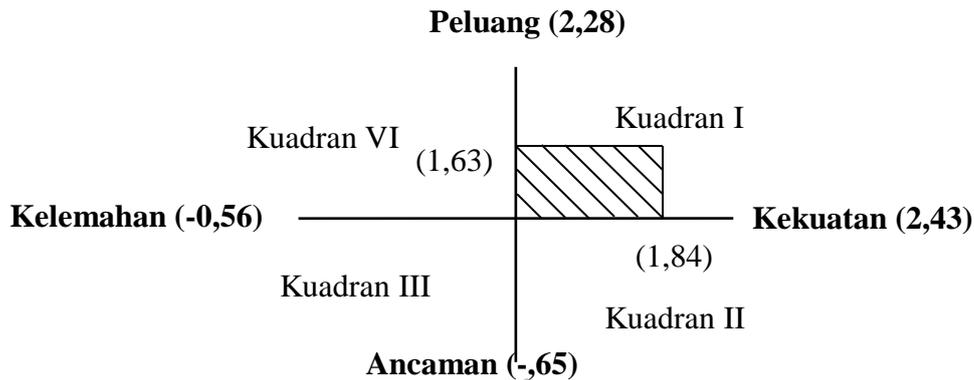
Hasil analisis pada tabel 4.3 diketahui total skor Peluang (*Opportunities*) sebesar 2,28 dan total skor Ancaman (*Threats*) 0,65. Total EFAS sebesar 2,93 yang didapatkan dari penjumlahan total skor *Opportunities* dengan *Weakness*. Karena total skor mendekati 4,0 ini menunjukkan bahwa usaha keripik rumput laut merespon peluang dengan cara yang baik dan mampu menghindari ancaman pasar.

Selanjutnya penentuan posisi usaha keripik rumput laut dengan menggunakan faktor internal dan faktor eksternal.

Tabel 4.4 Analisis SWOT Usaha Keripik Rumput Laut

|                          |      |                        |      |
|--------------------------|------|------------------------|------|
| IFAS                     | 3,01 | EFAS                   | 3,64 |
| Total Skor Kekuatan (S)  | 2,43 | Total Skor Peluang (O) | 2,28 |
| Total skor Kelemahan (W) | 0,58 | Total Skor Ancaman (T) | 0,65 |
| $X = S - W$              | 1,84 | $Y = O - T$            | 1,63 |

Dari tabel 4.4 diketahui usaha keripik rumput laut mempunyai IFAS 3,03, EFAS 3,64, total skor kekuatan (S) 2,43, total skor kelemahan (W) 0,58, total skor peluang (O) 2,28, total skor ancaman (T) 1,65. Maka kita ketahui selisih total skor kekuatan dan total skor kelemahan adalah 1,84, sedangkan selisih total skor peluang dan total skor Ancaman adalah 1,63 Berikut ini gambar diagram kartesius Analisis SWOT usaha keripik rumput laut.



Gambar 4.2 Diagram kartesius Analisis SWOT Usaha Keripik Rumput Laut

Dari gambar 4.2 kartesius analisis SWOT usaha keripik rumput laut yang diteliti berada pada posisi kuadran I yaitu *Growth*, di mana pada situasi di atas adalah situasi menguntungkan. Maka strategi yang tepat yang digunakan yaitu strategi pertumbuhan yang agresif. Dengan Penerapan strategi *growth* usaha keripik rumput laut bisa memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada sehingga usaha keripik rumput laut dapat menyeimbangi perkembangan teknologi informasi dan daerah pemasaran dari produk pesaing.

Pada pertumbuhan internal ada beberapa penekanan untuk meningkatkan kekuatan usaha melalui penetrasi pasar, ekspansi dengan cara memperluas daerah pemasaran serta ekspansi pada bentuk produk yang dijual. Sedangkan pada pertumbuhan eksternal yang dapat dilakukan yaitu diversifikasi produk dan integrasi.<sup>66</sup>

<sup>66</sup> Mukhlis Catio, at.,al,” Manajemen Strategi”, Cet. 01 (Tangerang: Indigo Media, 2021), 198.

c. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menilai faktor-faktor strategi suatu perusahaan, dengan menggunakan matriks maka kita dapat melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dimiliki perusahaan.

Tabel 4.5 Matriks SWOT Usaha Keripik Rumput Laut

|  |      | Kekuatan (S-Strength)   | Kelemahan (W-Weakness)   |
|--|------|---|--|
| EFAS   | IFAS | 1. Produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan.  | 1. Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin.  |
|  |      | 2. Harga yang bervariasi.   | 2. Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai secara akuntansi.  |
|  |      | 3. Kemajuan alat pengolahan   | 3. Daerah pemasaran masih terbatas.  |
|  |      | 4. Sudah memiliki sertifikat izin usaha.  |  |
|  |      | 5. Komunikasi dan hubungan karyawan dengan pemilik usaha terjalin baik.   |  |
| Peluang( O-<br>Oppurtunities)                  |      | Strategi S-O  | Strategi W-O   |
| 1. Bahan baku yang tersedia.                   |      | a. Mempertahankan cita rasa produk dan khasiat produk tanpa membedakan harga berdasarkan bahan baku yang tersedia dengan memanfaatkan kemajuan alat pengolahan. | 1. Mengupayakan untuk meningkatkan promosi terutama di Daerah yang belum terjangkau dengan memanfaatkan produk yang belum mempunyai pesaing yang sama dengan bahan baku yang tersedia. |
| 2. Tidak adanya pesaing dari produk yang sama. |      | b. Mempertahankan   | 2. Mengupayakan  |
| 3. Dukungan pemerintah Daerah.                 |      |   |  |

---

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>komunikasi dan melakukan pencatatan hubungan karyawan keuangan agar usaha yang baik dengan dapat berkembang. pemilik usaha serta menjaga hubungan dengan pemerintah daerah dengan cara seperti ini dapat mengembangkan usaha.</p>        | <p>3. Menentukan Dearah pemasaran dengan memanfaatkan dukungan pemerintah daerah agar dapat meningkatkan permintaan keripik rumput laut.</p>  |
|  | <p>c. Menjual produk yang berbeda dari pesaing serta mempunyai sertifikat izin usaha dapat meningkatkan dan memenuhi permintaan pasar.</p>  |   |
| <p>Ancaman (T-<br/>Threath)</p>  | <p>Strategi S-T</p>   | <p>Strategi W-T</p>   |
| <p>1. Persaingan alat pemasaran semakin ketet.<br/>2. Jaringan pemasaran pesaing lebih luas.</p> | <p>1. Mempertahankan cita rasa dan khasiat produk serta harga yang bervariasi agar dapat bersaing.<br/>2. Mempertahankan komunikasi dan hubungan antar karyawan dan pemilik usaha dengan cara seperti ini diharapkan dapat meningkatkan</p> | <p>1. Mengembangkan promosi di berbagai daerah dengan melihat daerah pemasaran pesaing agar lebih dikenal dan pangsa pasar dapat luas.<br/>2. Meningkatkan strategi promosi melalui media sosial dengan mengikuti perkembangan alat pemasaran pemasaran</p> |

---

---

|                     |            |         |
|---------------------|------------|---------|
| jaringan pemasaran. | untuk      | menarik |
| 3. Memanfaatkan     | pelanggan. |         |
| kemajuan            | alat       |         |
| pengelolaan         | dan        |         |
| mengupayakan        |            |         |
| mengikuti           |            |         |
| perkembangan        | alat       |         |
| pemasaran.          |            |         |

---

Berdasarkan analisis di atas menunjukkan bahwa kinerja usaha keripik rumput laut dapat ditentukan kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi faktor internal dan faktor eksternal dapat ditunjukkan dalam diagram analisis SWOT dan menjaga strategi pengembangan usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara sebagai berikut:

1) Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi SO adalah gabungan antara dua faktor yaitu internal *strength* dengan *opportunities*. Strategi ini buat dari pemikiran usaha yang memanfaatkan kekuatan dengan peluang yang ada. Adapun strategi SO yang ditempuh usaha keripik rumput laut.

- a) Mempertahankan cita rasa produk dan khasiat produk tanpa membedakan harga berdasarkan bahan baku yang tersedia dengan memanfaatkan kemajuan alat pengolahan.
- b) Mempertahankan komunikasi dan hubungan karyawan yang baik dengan pemilik usaha serta menjaga hubungan dengan pemerintah daerah dengan cara seperti ini dapat mengembangkan usaha.

- c) Menjual produk yang berbeda dari pesaing serta mempunyai sertifikat izin usaha dapat meningkatkan dan memenuhi permintaan pasar.

## 2) Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST adalah gabungan antara 2 faktor ST yaitu *strength* dan *threats*.

Strategi ini menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun strategi ST yang ditempuh usaha keripik rumput laut.

- a) Mempertahankan cita rasa dan khasiat produk serta harga yang bervariasi agar dapat bersaing.
- b) Mempertahankan komunikasi dan hubungan antar karyawan dan pemilik usaha dengan cara seperti ini diharapkan dapat meningkatkan jaringan pemasaran.
- c) Memanfaatkan kemajuan alat pengolahan dan mengupayakan mengikuti perkembangan alat pemasaran.

## 3) Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini merupakan gabungan dari dua faktor yaitu faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunities*). Strategi WO diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh usaha. Strategi WO yang ditempuh Usaha Keripik Rumput Laut yaitu:

- a) Mengupayakan untuk meningkatkan promosi terutama di Daerah yang belum terjangkau dengan memanfaatkan produk yang belum mempunyai pesaing yang sama dengan bahan baku yang tersedia.
- b) Mengupayakan melakukan pencatatan keuangan agar usaha dapat berkembang.

- c) Menentukan Daerah pemasaran dengan memanfaatkan dukungan pemerintah daerah agar dapat meningkatkan permintaan keripik rumput laut.
- 4) Strategi WT (*Weakness-Therats*)

Strategi WT adalah gabungan antara dua faktor *weakness* dan *therast*. strategi ini dibuat untuk menghindari kemungkinan ancaman untuk mengurangi kelemahan. Adapun strategi WT yang ditempuh usaha keripik rumput laut:

- a) Mengembangkan promosi di berbagai daerah dengan melihat daerah pemasaran pesaing agar menjadi lebih terkenal dan memiliki pangsa pasar yang lebih besar
- b) Meningkatkan strategi promosi melalui media sosial dengan mengikuti perkembangan alat pemasaran untuk menarik pelanggan.

Berdasarkan analisis SWOT ditemukan dalam matriks IFAS menunjukkan faktor kekuatan dan faktor kelemahan mempunyai skor total 3,03. Ini menunjukkan bahwa usaha keripik rumput laut memiliki posisi internal yang kuat. Selanjutnya matriks EFAS mempunyai faktor kekuatan 2,47 dan kelemahan memiliki total skor 0,56. Ini menunjukkan usaha keripik rumput laut sangat merespon peluang yang ada dan menghindari ancaman pada daerah pemasaran.

Adapaun diagram kartesius yang ditunjukkan bahwa usaha keripik rumput laut berada pada kuadran I (*Growth*) di mana kuadran ini menguntungkan. Setelah berkolaborasi antara kekuatan dan peluang (Strategi SO), maka dihasilkan faktor kekuatan yang harus dipertahankan agar dapat mengambil peluang yang ada. Penggandengan kekuatan dan ancaman (strategi ST) menunjukkan bahwa usaha harus memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Strategi WO

meminimalkan kelemahan pada usaha dengan memanfaatkan peluang. Strategi WT yaitu di mana usaha harus mampu menangani kekurangan kelemahan dan menghindari ancaman.

## **B. ANALISIS DATA (Pembahasan)**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha keripik rumput di Desa Poreang. Usaha keripik rumput laut ini merupakan usaha rumahan yang ada di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara. Strategi pengembangan usaha keripik rumput laut, menurut hasil penelitian dengan data wawancara menurut pemilik usaha keripik rumput laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara adapun strategi pengembangan usaha yang digunakan yaitu ada 4 strategi yaitu, strategi *produk*, strategi *price*, strategi *promotion*, dan strategi *place*. Menurut Hog Yam (2020) Strategi adalah rencana yang akan digunakan agar mencapai keunggulan dalam aktivitas dipasar.<sup>67</sup> Dengan menggunakan 4P tersebut maka membantu usaha keripik mengembangkan usahanya dan dapat bersaing dengan usaha pesaing. Strategi yang digunakan pada usaha keripik rumput laut yaitu:<sup>68</sup>

### 1. Strategi produk

Strategi produk yang digunakan yaitu dengan cara memberikan tester kepada calon pembeli dan dari situ mereka akan tertarik untuk membeli dan secara tidak langsung mereka juga akan memasarkan keripik rumput laut dengan cara menceritakan keripik rumput laut yang mereka sudah makan. Selain itu bentuk kemasan yang digunakan transparan dengan tujuan agar konsumen dapat

---

<sup>67</sup> Jjim Hog Yam, *Manajemen Strategi*, Ed. 2, (Makassar: CV Nas Media Pustaka, 2020), 16.

<sup>68</sup> Halija, Wawancara pada tanggal 26 November 2021.

melihat langsung bentuk produk. Dan label yang digunakan berwarna yang cerah karena dari jauh masyarakat sudah dapat mengetahui keripik rumput laut. Serta bentuk keripik rumput laut dibuat tipis dan menarik agar lebih terasa gurih dan konsumen tertarik untuk membeli.

## 2. Strategi harga

Strategi harga yang digunakan yaitu dengan cara bervariasi harga keripik dan disesuaikan dengan keadaan perekonomian masyarakat. Selain itu kesesuaian harga yang dipasarkan sesuai dengan dengan manfaat pada usaha keripik rumput laut.

## 3. Strategi promosi

Strategi promosi yang digunakan yaitu dengan cara promosi secara langsung dari rumah ke rumah dan memberikan tambahan khusus produk bagi produk yang memesan banyak produk (*Sales Promotion*).

## 4. Strategi tempat

Strategi tempat yang digunakan yaitu dengan melihat tempat tersebut mudah dijangkau oleh konsumen. Pemilik usaha juga melakukan penitipan ditoko-toko yang sering dikunjungi konsumen seperti indomaret, alfamart, dan alfamidi.

Menurut Musfar (2020) bahwa bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang baik yang ada didalam sebuah perusahaan dimana perusahaan dapat mengendalikan agar bisa mempengaruhi respon pasar sasaran. Disisi lain kita dapat memastikan keuntungan saat jika kita memahamai tentang bauran

pemasaran maka kita akan mengerti tentang bagaimana memaksimalkan keuntungan atas usaha kita.<sup>69</sup>

Dalam pengembangan usaha keripik rumput laut ada dua faktor yang mempengaruhi yaitu faktor faktor internal dan eksternal. Menurut Sanstoso (2021) pengembangan usaha adalah peran dan cara sistematis untuk mempersiapkan kemungkinan pertumbuhan yang potensial, dan juga pengawasan terhadap pelunang pengembangan usaha.<sup>70</sup> Faktor internal pada usaha keripik rumput laut terdiri dari dua yaitu kekuatan, (produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan, komunikasi dan hubungan karyawan dengan pemilik usaha terjalin baik, harga yang bervariasi, kemajuan alat pengolahan dan sudah memiliki sertifikat izin usaha) dan kelemahan (kurangnya promosi dan periklanan yang rutin, tidak melakukan pencatatan keuangan secara akurat dan daerah pemasaran masih terbatas). Faktor eksternal terdiri dari dua yaitu peluang (tidak adanya pesaing dari produk yang sama, bahan baku yang tersedia, dukungan dari pemerintah daerah) dan ancaman (persaingan dari produk lain, jaringan pemasaran pesaing lebih luas, persaingan alat pemasaran semakin ketat).

Berdasarkan hasil analisis faktor internal Pada tabel 4.2 dapat kita lihat bahwa faktor internal yang mempunyai kekuatan tinggi yaitu produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan. Selain identifikasih terhadap kekuatan usaha keripik rumput laut matriks juga menunjukkan kelemahan yang terbesar

---

<sup>69</sup> Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, Cet. 1, (Bandung: CV. Media Sain Indonesia, 2020), 10-11.

<sup>70</sup> Hieronymus Budi Sanstoso, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Industri Perternakan*, Ed. 1, ( Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2021), 2 .

yang dipunyai oleh usaha keripik rumput laut yaitu daerah pemasaran masih terbatas. Dan hasil analisis faktor eksternal yang memiliki peluang yang paling besar pada usaha keripik rumput laut yaitu bahan baku yang tersedia. Faktor eksternal yang memberikan ancaman terbesar yaitu perkembangan teknologi informasi.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal usaha keripik rumput laut bahwa pada tabel 4.2 IFAS (*Internal Analisis Summary*) hasil total skor kekuatan yaitu 2,38 dan total skor kelemahan 0,66. Sedangkan pada tabel 4.3 EFAS (*Eksternal Analisis Summary*) hasil total skor peluang yaitu 2,59 dan skor total ancaman 1,28 sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha keripik rumput laut berada di diagram kartesius analisis SWOT berada pada kuadran 1 (satu) yaitu strategi agresif atau strategi pertumbuhan.

Strategi agresif atau strategi pertumbuhan merupakan dimana saatnya perusahaan untuk melakukan pertumbuhan dengan sasaran perusahaan yang beragam. Terdapat beberapa strategi perusahaan dalam strategi pertumbuhan yaitu:

1. **Pertumbuhan Konsentrasi**

Pertumbuhan konsentrasi atau pertumbuhan pasar adalah strategi perusahaan yang berfokus pada usaha produk atau jasa tunggal atau sejumlah kecil produk yang berkaitan.

2. **Strategi Integrasi Vertikal**

Integrasi vertikal terjadi apabila suatu bisnis bergerak kewilayah yang melayani pasokan bahan baku atau mendekatkan produk ke pelanggan.

3. **Strategi Diversifikasi**

Strategi Diverisifikasi merupakan perusahaan menghasilkan produk yang berbeda dari semula.

Dari ketiga strategi tersebut, strategi agresif yang tepat untuk diterapkan pada usaha keripik rumput laut yaitu:

#### 1. Pertumbuhan konsentrasi

Pertumbuhan konsentrasi atau pertumbuhan pasar adalah strtaegi perusahaan yang berfokus pada usaha produk atau jasa tunggal atau sejumlah kecil produk yang berkaitan.

Seperti pernyataan penelitian yang dilakukan oleh Kasih dan Ayu (2021) menyatakan bahwa untuk meningkatkan level operasi agar tumbuh cepat perusahaan dapat mengembangkan bisnis dengan memperluas pasar melalui peningkatan kualitas barang, inivasi barang, penjualan barang, mempertahankan dan meningkatkan pelanggan serta kerjasama dengan pihak eksternal.<sup>71</sup> Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sinaga, Antara, dan Dewi (2020) menyatakan bahwa strategi pertumbuhan adalah memanfaatkan peluang dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas yang dimiliki.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Yulizar Kasih dan Charisma Ayu, "Strategi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kota Palembang", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 05, no. 1. (2021), <http://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5504>, 122.

<sup>72</sup> Oppatriani Sinaga, Made Antara, dan Ratna Komala Dewi, "Strategi Pengembangan Usaha Garam Rakyat di Desa Kusumba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung", *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian* 04, no.1 (2020), 102. <https://doi.org/10.14710/agrsicionomics.v41i1.6081>.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

1. Berdasarkan hasil penelitian yang mempengaruhi strategi pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut yaitu, dari faktor internal kekuatan (produk yang enak dan mempunyai khasiat untuk kesehatan, harga yang bervariasi, kemajuan alat pengolahan, sudah memiliki sertifikat izin usaha, komunikasai dan hubungan karyawan dengan pemilik usaha terjalin baik) dan kelemahan (kurangnya promosi dan periklanan yang rutin, tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai secara akuntansi, daerah pemasaran masih terbatas. Dari faktor eksternal yang menjadi peluang (bahan baku yang tersedia, tidak adanya pesaing dari produk yang sama, dukungan pemerintah Daerah) dan ancaman (persaingan alat pemasaran semakin ketat dan jaringan pemasaran pesaing lebih luas).
2. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa strategi pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara menggunakan 4P yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi tempat. Strategi yang tepat yang digunakan pada usaha keripik rumput laut di Desa Poreang dari hasil analisis adalah strategi agresif

3. dengan strategi alternatif yaitu Pertumbuhan konsentrasi atau pertumbuhan pasar merupakan strategi perusahaan yang berfokus pada usaha produk atau jasa tunggal atau sejumlah kecil produk yang berkaitan.

## **B. SARAN**

1. Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara lebih meningkatkan daerah pemasaran agar mampu bersaing dengan produk pesaing.. Selain itu mempertahankan cita rasa dan khasiat untuk kesehatan.
2. Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara lebih meningkatkan promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat terutama dengan cara memanfaatkan media sosial.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Rani, dan Titie Syahnaz Natalia. "Startegi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Batu Raja." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akutansi* 17, no. 1 (juni 2021): 84-75. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v17i1.202>.
- Asminar., Ayu Alda Vera, dan Asnawati Is. "Strategi Pengembangan Keripik Jamur Tiram Putih di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo (Studi Kasus Home Industry Fiisa Group)." *Jurnal Agri Sains* 04, no. 2 (Desember, 2020): 107-93. <http://dx.doi.org/10.36355/jas.v4i2.420>.
- Arbainah., Siti, Jati Handayani, Nikmatuniyah, Muhammad Rois, Lardin, Korawijayanti. "Strategi Pengembangan Usaha Industri Mikro Pengelahan Bnadeng Prestyo 27 Semarang." *Jurnal Sitechmas* 02, no. 1 (April, 2021): 10-1. <http://dx.doi.org/10.32497/sitechmas,v2i112610>.
- Catio, Mukhlis., Sarwani, dan Ruknan. *Manajemen Strategi*. Cet. 01. Tangerang: Indigo Media, 2021.
- Chaerani, Septi Nur., Jopang dan Nurjannah. "Strategi Pengembangan Usaha Industri Keripik (Studi UD. Lemo Sukses Sejati Kecamatan Kulisusu Buton Utara)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 05, no. 1 (April 1, 2020): 212-199. <https://dx.doi.org/10.52423/bujab.v5i1.12630>.
- Depertemen Agama RI. *Al-Qura'an Tajwid dan dan terjamahnya, yayasan penyelenggara penterjemaah/penaftsir Al-Quran*, 2019.
- Firdaus, dan Fakhry Zamzam. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Cet. 01. Yogyakarta: Budi Utama, 2018.
- Nurul, Hida., Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya dan Dian Sugiarti. *Pemasaran Syariah*. Cet.01. Depok: Kharisma Putra Utama, 2017.
- Handayani, Tati, dan Muhammad Anwar Fathoni. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Cet. 01. Yogyakarta: Budi Utama, 2019.
- Hariani, Cici. *Strategi Pemasaran Kewirausahaan UMKM*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Kartika, Yuni Dwi., Amzul Rifin, dan Imam Teguh Saptono. "Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus PT

- Golden Malabar).” *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JAM)* 04. no. 02 (2018): 219-212. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.122>.
- Kasih, Yulizar, dan Charisma Ayu P, “Startegi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kotab Palembang.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 05, no. 1. (2021): 116-103. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5504>.
- Maulida, Ervina., Gustian Djuanda, Ira Valentina Silalahi, Ni Nyoman Kerti Yasa, Tasrim, Aditya Wardhana, Atika dan R. Suryanti Ismail. *Manajemen Strategik*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Fitrah, Muh, dan Luthfiah. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Ed. 01. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Musfar, Tengku Firli. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Cet. 01. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Rahman, Syamsul. *Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Makanan Tradisional Khas Sulewesi*. Cet. 01. Yogyakarta: Budi Utama, 2021.
- Rifa’I, Muhammad. *Manajem Bisnis*. Cet. 01. Medan: Pusdikra Mitra Jaya, 2020.
- Salim ,M. Afif, dan Agus B Siswanto. *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*. Cet. 01. Semarang: Pilar Nusantara, 2019.
- Simanjuntak, Mariana., Agus Setiawan, Nasrullah, Leon A. Abdillah, Nina Mistriani, Janner Simarmata, David Tjahjana Ovi Hamidah Sari, Astri R Banjarnohar, B Agus Triharjono Bonaraja Purba dan Devi Yendrianoof. *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*. Cet. 01. Sumatra Utara: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sinaga, Opatriani., Made Antara dan Ratna Komala Dewi. “Strategi Pengembangan Usaha Garam Rakyat di Desa Kusamba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung.” *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian* 04, no. 1 (Mei, 2020): 110-96. <https://doi.org/10.14710/agrsicionomics.v4i1.6081>.
- Siregar, Rober Tua., Hery Pandapotan Silitonga dan Juan Anastasya. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar.” *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 06, no. 2 (mei 2021):142-133. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i2.3736>.

- Suparwo, Adi., Hendi Suhendi, Rizal Rachman, Toni Arifin, dan Mayya Nurbayanti Shobary. "Strategi Pengembangan usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection." *Jurnal Abdimas BSI* 01. no. 02 (2018):214-208. <http://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i2.3734.g2484>.
- Suparyana, Pande Komang Suparyana., Ni Putu Sukanteri, dan Septiadi. "Strategi Pengembangan Usaha Produksi Kue Pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali." *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 04. no. 01.(2020): 59-46. <http://doi.org/10.32585/ags.v4i1.844>.
- Thaib, Erwin Jusuf. *Dakwah adan Pluralitas Menggagas Strategi Dakwah Melalui Analisis SWOT* . Cet. 01. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2020.
- Trihastuti, Aselina Endang . *Etika Bisnis Islam*. Cet. 01. Yogyakarta: Budi Utama, 2020.
- Wawancara dengan Dakriah, *Karyawan Usaha Keripik Rumput Laut*. Dilakukan di Rumah beliau pada tanggal 19 April 2022.
- Wawancara dengan Halija. *Owner Usaha Keripik Rumput Laut*. Dilakukan di tempat usaha pada tanggal 15 September 2021.
- Wawancara dengan Halija, *Owner Usaha Keripik Rumput Laut*. Dilakukan di tempat usaha milik beliau pada tanggal 26 November 2021.
- Wawancara dengan Halija, *Owner Usaha Keripik Rumput Laut*. Dilakukan di tempat usaha milik beliau pada tanggal 13 Februari 2022.
- Wawancara dengan Kena, *Karyawan Usaha Keripik Rumput Laut*. Dilakukan di Rumah beliau pada tanggal 27 November 2021.
- Wawancara dengan Nurasiani, *Karyawan Usaha Keripik Rumput Laut*. Dilakukan di Rumah beliau pada tanggal 28 November 2021.
- Wawancara dengan Rosita, *Karyawan Usaha Keripik Rumput Laut*. Dilakukan di Rumah beliau pada tanggal 8 April 2022.

**L**

**A**

**M**

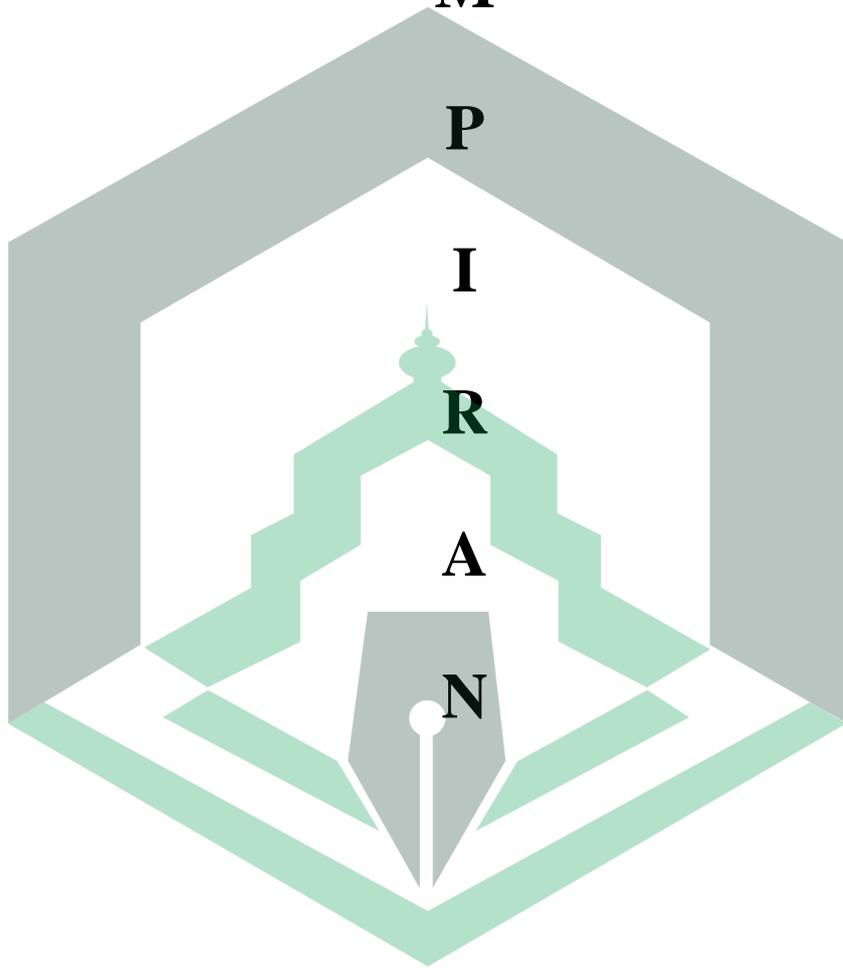
**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Item Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan produk keripik rumput laut?  
Jawab:
2. Mengapa brand yang digunakan keripik rumput laut bernama Fuijah?  
Jawab:
3. Bagaimana kemasan yang digunakan?  
Jawab:
4. Bagaimana bentuk produk keripik rumput laut?  
Jawab:
5. Mengapa logo keripik rumput laut berwarna orange dan bagaimana respon pembelian terhadap adanya logo halal?  
Jawab:
6. Apakah harga yang dipasarkan terjangkau oleh masyarakat?  
Jawab:
7. Apakah harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh?  
Jawab:
8. Bagaimana daya saing harga keripik rumput laut?  
Jawab:

Apakah usaha keripik rumput laut melakukan sales Promotion! Bagaimana sales Promotion yang dilakukan?

Jawab:

9. Apakah usaha keripik rumput laut melakukan Direct marketing! Bagaimana direct marketing yang dilakukan?

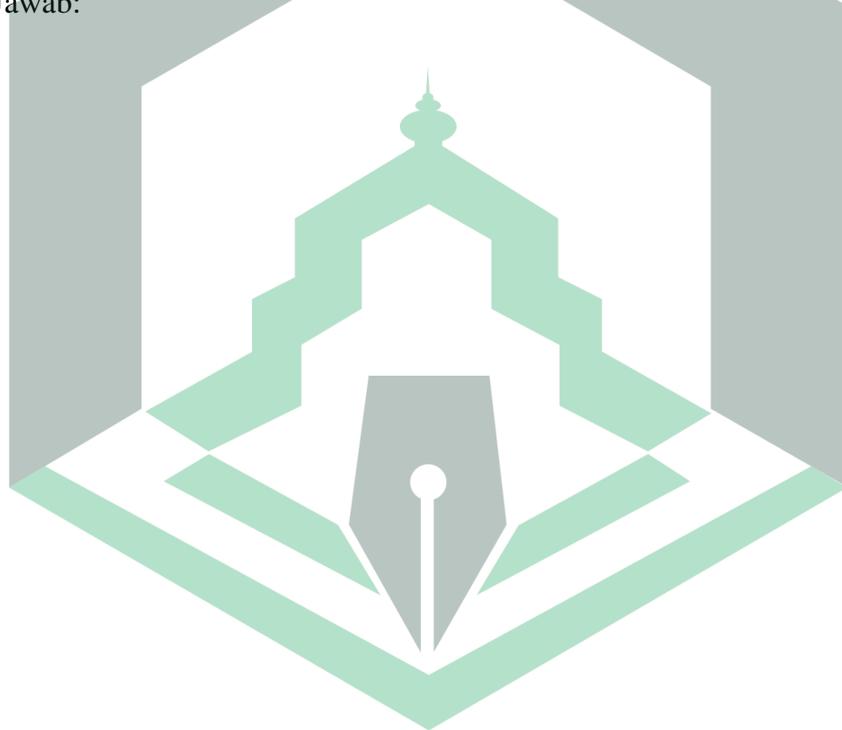
Jawab:

10. Bagaimana pemilihan tempat yang dilakukan oleh usha keripik rumput laut?

11. Apakah usaha keripik rumput laut melakukan penitipan? Jika ya, dimana saja tempat penitipan keripik rumput laut!

12. Bagaimana lingkungan masyarakat terhadap usaha keripik rumput laut?

Jawab:



## ampiran 2. Kuesioner Penelitian

## Kuesioner Penelitian (Pengukuran Rating)

## A. Identitas Responden

1. Nama Responden        ::
2. Jabatan                 :
3. Jenis Kelamin         :
4. Masa Kerja            :

## B. Petunjuk Pengisian

Keterangan Mohon memberi tanda cetang (√) pada pilihan yang tersedia sesuai dengan keadaan yang anda ketahui.

- 1 = tidak penting  
 2 = cukup penting  
 3 = penting  
 4 = sangat penting

## C. Daftar Pertanyaan

| No. | Faktor-faktor   | Rating |   |   |   |
|-----|---|--------|---|---|---|
|     |   | 1      | 2 | 3 | 4 |
|     | Faktor Kekuatan   |        |   |   |   |
| 1   | Produk yang enak dan memiliki khasiat untuk kesehatan.        |        |   |   |   |
| 2   | Komunikasi dan hubungan karyawan pemilik usaha terjalin baik. |        |   |   |   |
| 3   | Harga yang bervariasi.  |        |   |   |   |
| 4   | Kemajuan alat pengolahan                                      |        |   |   |   |
| 5   | Sudah memiliki sertifikasih izin usaha.                       |        |   |   |   |
|     | Faktor kelemahan  |        |   |   |   |
| 1   | Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin.                  |        |   |   |   |
| 2   | Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai secara akuntansi.  |        |   |   |   |
| 3   | Daerah pemasaran masih terbatas.                              |        |   |   |   |
|     | Faktor Peluang  |        |   |   |   |
| 1   | Tidak adanya pesaing dari produk yang sama.                   |        |   |   |   |
| 2   | Bahan baku yang tersedia                                      |        |   |   |   |
| 3   | Dukungan pemerintah daerah                                    |        |   |   |   |
|     | Faktor Ancaman  |        |   |   |   |

|   |   |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|
| 1 | Jaringan pemasaran pesaing lebih luas   |  |  |  |  |
| 2 | Persaingan alat pemasaran semakin ketat |  |  |  |  |



## Lampiran 3: Perhitungan Nilai Bobot dan Rating

| No | Faktor Internal   | Penentuan Rating |    |    |    |    |            |           |
|----|---|------------------|----|----|----|----|------------|-----------|
|    |   | Responden        |    |    |    |    | Jumlah     | Rata-rata |
|    |   | R1               | R2 | R3 | R4 | R5 |            |           |
| 1  | Produk yang enak dan memiliki khasiat untuk kesehatan.        | 4                | 4  | 3  | 4  | 3  | 18         | 3,60      |
| 2  | Komunikasi dan hubungan karyawan pemilik usaha terjalin baik. | 3                | 4  | 2  | 3  | 3  | 15         | 3,00      |
| 3  | Harga yang bervariasi.  | 3                | 3  | 4  | 4  | 4  | 18         | 2,60      |
| 4  | Kemajuan alat pengolahan                                      | 4                | 3  | 3  | 4  | 3  | 17         | 3,40      |
| 5  | Sudah memiliki sertifikasih izin usaha.                       | 4                | 4  | 2  | 4  | 3  | 17         | 3,40      |
| 6  | Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin.                  | 4                | 1  | 2  | 3  | 2  | 12         | 2,40      |
| 7  | Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai secara akuntansi.  | 4                | 1  | 1  | 2  | 3  | 11         | 2,20      |
| 8  | Daerah pemasaran masih terbatas.                              | 4                | 2  | 2  | 1  | 2  | 12         | 2,20      |
|    |   | <b>Total</b>     |    |    |    |    | <b>120</b> |           |

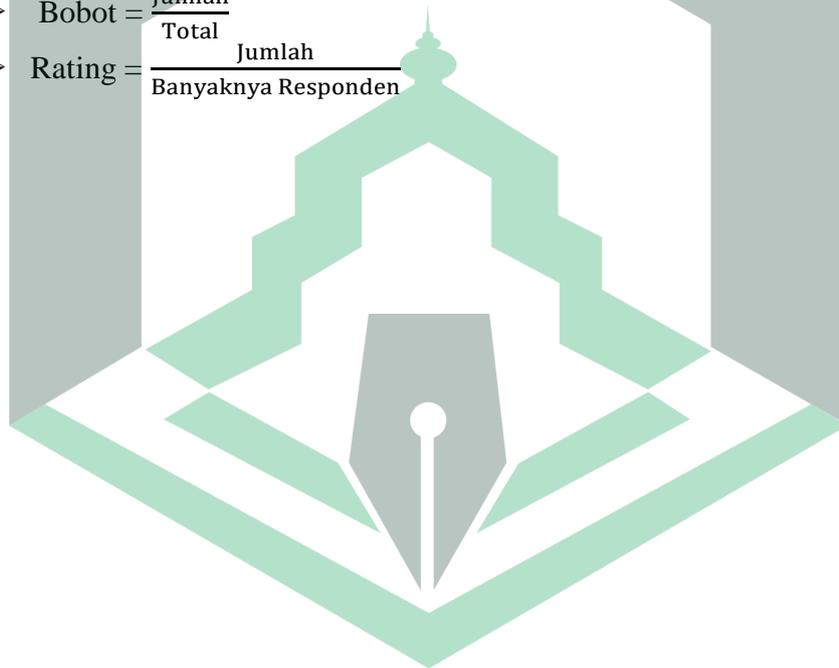
Perhitungan:

- $\text{Bobot} = \frac{\text{Jumlah}}{\text{Total}}$
- $\text{Rating} = \frac{\text{Jumlah}}{\text{Banyaknya Responden}}$

| No | Faktor Eksternal                            | Penentuan Rating |    |    |    |    |           |           |
|----|---|------------------|----|----|----|----|-----------|-----------|
|    |   | Responden        |    |    |    |    | Jumlah    | Rata-rata |
|    |   | R1               | R2 | R3 | R4 | R5 |           |           |
| 1  | Tidak adanya pesaing dari produk yang sama. | 4                | 3  | 2  | 4  | 3  | 16        | 3,20      |
| 2  | Bahan baku yang tersedia                    | 4                | 4  | 3  | 4  | 3  | 18        | 3,60      |
| 3  | Dukungan pemerintah daerah                  | 4                | 3  | 2  | 3  | 2  | 14        | 3,80      |
| 4  | Jaringan pemasaran pesaing lebih luas       | 4                | 3  | 1  | 4  | 2  | 11        | 2,20      |
| 5  | Persaingan alat pemasaran semakin ketat     | 4                | 4  | 2  | 3  | 2  | 12        | 2,40      |
|    |   | <b>Total</b>     |    |    |    |    | <b>71</b> |           |

Perhitungan:

- $\text{Bobot} = \frac{\text{Jumlah}}{\text{Total}}$
- $\text{Rating} = \frac{\text{Jumlah}}{\text{Banyaknya Responden}}$



## Lampiran 4: Data Responden

| No | Nama Responden | Jabatan  | Jenis Kelamin | Masa Kerja       |
|----|----------------|----------|---------------|------------------|
| 1  | Haliya         | Owner    | Perempuan     | 10 Tahun 8 Bulan |
| 2  | Kena           | Karyawan | Perempuan     | 10 tahun 8 bulan |
| 3  | Rosita         | Karyawan | Perempuan     | 1 tahun 3 bulan  |
| 4  | Nurasiani      | Karyawan | Perempuan     | 10 tahun 8 bulan |
| 5  | Dakriah        | Karyawan | Perempuan     | 2 tahun 1 bulan  |



Lampiran 5. Hasil Dokumentasi Pada usaha keripik Rumput Laut di Desa Poreang



Wawancara dengan Ibu Halija (*Owner*)



Wawancara dengan Ibu Kena (Karyawan)



Wawancara dengan Ibu Rosita (Karyawan)



Wawancara dengan Ibu Nurasiani (Karyawan)



Wawancara dengan Ibu Dakriah (Karyawan)



Proses Penggilingan adonan



Proses Pemipihan adonan



Proses penggorengan



Proses pencampuran  
Penyedap rasa



Proses pengemasan  
keripik



Tempat penyimpanan  
keripik

## Lampiran 6: Daftar Riwayat Peneliti

**DAFTAR RIWAYAT**

**Meching**, lahir di Tanete pada tanggal 17 Februari 1999. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Hasrim dan ibu Jumhari. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Dusun Tanete Desa Poreang Kec. Tana lili Kab. Luwu Utara. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2011 di SDN 239 Tanete. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Tana lili hingga tahun 2014. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 4 Luwu Utara. Setelah lulus SMA di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni, yaitu di Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact Person Penulis: [Meching017@gmail.com](mailto:Meching017@gmail.com)

## Lampiran 7: Surat Keterangan Izin Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**(DPMPTSP)**

Jalan Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax 0473-21536 Kode Pos 92961 Masamba

---

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
 Nomor : 18872/01314/SKP/DPMPSTP/XI/2021

Membaca : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Meching beserta lampirannya.  
 Menimbang : Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 070/371/XI/Bakesbangpol/2021 tanggal 26 November 2021  
 Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara;  
 2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;  
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah;  
 4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;  
 5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;  
 6. Peraturan Bupati Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

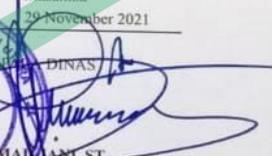
**MEMUTUSKAN**

Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :  
 Nama : Meching  
 Nomor : 083394236945  
 Telepon :  
 Alamat : Des. Tanete, Desa Poreang Kecamatan Tana Lili, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan  
 Sekolah / : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo  
 Instansi :  
 Judul : Strategi Pengembangan Usaha KripiK Rumpuk Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara  
 Penelitian :  
 Lokasi : Des. Tanete, Desa Poreang Kecamatan Tana Lili, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan  
 Penelitian :

Dengan ketentuan sebagai berikut  
 1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 26 November 2021 s/d 28 Februari 2022.  
 2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.  
 3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak menaati ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di Masamba  
 Pada tanggal 29 November 2021

  
 AHMA YANI, ST  
 DPMPSTP 04151998031007

Retribusi : Rp. 0,00  
 No. Seri : 18872

**DPMPSTP**  
[www.dpmpstp.luwuutara.go.id](http://www.dpmpstp.luwuutara.go.id)

## Lampiran 8: SK Penguji



**SURAT KEPUTUSAN**  
**REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
**NOMOR : 21 TAHUN 2022**  
**TENTANG**

**PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN**  
**BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

**REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

- Menimbang** : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian tugas akhir skripsi bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah;  
 b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
 2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
 4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;  
 5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.
- Memperhatikan** : Penunjukan penguji dari ketua prodi
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan** : **KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**
- Pertama** : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua** : Tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
- Ketiga** : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2022.
- Keempat** : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.
- Kelima** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo  
 Pada Tanggal : 19 Januari 2022



- Tembusan :**
1. Kabiro AUAK;
  2. Pertiagal;
  3. Mahasiswa yang bersangkutan;

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO  
NOMOR : 21 TAHUN 2022  
TENTANG  
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA MAHASISWA INSTITUT  
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Meching  
NIM : 17 0401 0204  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah
- II. Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Usaha Keripik Rumpuk Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara.**
- III. Tim Dosen Penguji :
- |                       |   |
|-----------------------|---|
| Ketua Sidang          | : Dr. Hj. Ramlah M. M.M.                |
| Sekretaris            | : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. |
| Penguji Utama (I)     | : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. |
| Pembantu Penguji (II) | : Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.             |

Palopo, 19 Januari 2022

Rektor  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



## Lampiran 9: Buku Kontrol

24

Buku Kontrol Penulisan Skripsi**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN**Konsultasi ke, I Hari Tanggal, 28 februari 2020

## Materi Konsultasi

| No. | Uraian                |
|-----|-----------------------|
| 1   | Hasil Penelitian      |
| 2   | Pembahasan            |
| 3   | sistematika Penulisan |
| 4   |                       |
| 5   |                       |
| 6   |                       |
| 7   |                       |
| 8   |                       |
| 9   |                       |
| 10  |                       |

Penguji I.



Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.  
NIP,



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN**Konsultasi ke, 1 Hari Tanggal, 3 Maret 2022

## Materi Konsultasi

| No. | Uraian           |
|-----|------------------|
| 1   | Sistem Penulisan |
| 2   | Deskripsi        |
| 3   | Pembahasan       |
| 4   |                  |
| 5   |                  |
| 6   |                  |
| 7   |                  |
| 8   |                  |
| 9   |                  |
| 10  |                  |

Penguji II

Dr. Nuh-Ruslan Abdulkala, S.Ei., MA.  
NIP.198010092003011027

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo**

**Buku Kontrol Penulisan Skripsi****LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN**Konsultasi ke, 1 Hari Tanggal, 25 februari 2022

## Materi Konsultasi

| No. | Uraian           |
|-----|------------------|
| 1   | Sistem Penulisan |
| 2   | Deskripsi        |
| 3   | Pembahasan       |
| 4   |                  |
| 5   |                  |
| 6   |                  |
| 7   |                  |
| 8   |                  |
| 9   |                  |
| 10  |                  |

Pembimbing 1.



Ishak, S.Et., M.Ci  
NIP.19850315 201903 1003

Lampiran 10: Kartu Kontrol Seminar Proposal


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Agribi Bala'ndi Telp. 0471-22076  
 Website: <http://www.iaipalopo.ac.id/> / <http://kita-iaipalopo.ac.id/>

**KARTU KONTROL SEMINAR PROPOSAL**

Nama : MECHING  
 NIM : 17 0901 0209  
 Prodi : EKONOMI SYARIAH

| NO | HARI/TGL.              | NAMA MAHASISWA      | JUDUL SKRIPSI  | PARAF PIMPINAN UJIAN | KET. |
|----|------------------------|---------------------|--|----------------------|------|
| 1  | Rabu<br>09/Maret/2020  | Nikmatasari         | Pengaruh Pengabdian Bagi Masyarakat Terhadap Keagamaan Masyarakat di Banta |                      |      |
| 2  | Rabu<br>09/Maret/2020  | Nur Aulia Jannah    | Pengaruh Keagamaan Terhadap Kegiatan Sosial Masyarakat                     |                      |      |
| 3  | Jumat<br>06 Maret 2020 | Ami Estherika       | Pengaruh Moralitas Terhadap Perilaku Masyarakat (Studi Kasus: Kota Palopo) |                      |      |
| 4  | Jumat<br>06 Maret 2020 | Ayu Alshani         | Pengaruh Keagamaan Terhadap Aspek Kerja Masyarakat (Studi Kasus: LPTTC)    |                      |      |
| 5  | Jumat<br>06 Maret 2020 | Livia Rahmad        | Pengaruh Keagamaan Terhadap Perilaku Masyarakat (Studi Kasus: Kota Palopo) |                      |      |
| 6  | Senin<br>09 Maret 2020 | Harmita Citra Azzam | Analisis Break Even Point (BEP) Pada Usaha Perikanan Paksi SPY Di Bone     |                      |      |
| 7  | Senin<br>09 Maret 2020 | Andi Jannisa        | Pengaruh Keagamaan Terhadap Perilaku Masyarakat (Studi Kasus: Kota Palopo) |                      |      |
| 8  | Kamis<br>12 Maret 2020 | Rodiant             | Pengaruh Moralitas Terhadap Perilaku Masyarakat (Studi Kasus: Kota Palopo) |                      |      |
| 9  | Jumat<br>13 Maret 2020 | Sri Rahayu          | Pengaruh Keagamaan Terhadap Perilaku Masyarakat (Studi Kasus: Kota Palopo) |                      |      |
| 10 |                        |                     |  |                      |      |
| 11 |                        |                     |  |                      |      |
| 12 |                        |                     |  |                      |      |
| 13 |                        |                     |  |                      |      |
| 14 |                        |                     |  |                      |      |
| 15 |                        |                     |  |                      |      |

**IAIN PALOPO**  
 DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Dr. Hj. Ramlah M., M.M.  
 NIP 1961020811994032001

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 10 kali seminar sebelum seminar proposal

Lampiran 11: Kartu Kontrol Seminar Hasil



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

---

**KARTU KONTROL  
SEMINAR HASIL SKRIPSI**

Nama : MECHING  
 NIM : 17 0901 0809  
 Prodi : Ekonomi Syariah

| NO | HARI/TGL               | NAMA MAHASISWA     | JUDUL SKRIPSI   | PARAF PIMPINAN UJIAN | KET. |
|----|------------------------|--------------------|---|----------------------|------|
| 1  | Rabu<br>09/Maret 2020  | Indra Adhiana      | Pembelajaran Penulisan Jurnal Keagamaan Pengajaran di tempat Pembelajaran Akhir ke Mawani   | g                    |      |
| 2  | Sabtu<br>10/Maret 2020 | Hannita            | Sistem Manajemen A/Bon K&A Dalam upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dan Peningkatan Persebaran Lulusan Kabupaten Luwu           | g                    |      |
| 3  | Rabu<br>11/Maret 2020  | Dian Sulistiawati  | Analisis Perilaku Pribadi Dalam Menentukan Prakteksistem Pada PT Mandiri Finance dan Papan Kerja Cakram Hari                          | g                    |      |
| 4  | 11/Maret 2020          | Pani Sulastriani   | Analisis Kemandirian Kemandirian Depikar Dalam Peningkatan Kredit Pada Bank BRI Syariah cabang Pangkep                                | g                    |      |
| 5  | Ramis<br>12/Maret 2020 | Ati Sulistiawati   | Pengaruh tingkat Peralihan dari keagamaan Muslim Ahk Masyarakat dan Peralihan di Desa turpa kecamatan panajene                        | g                    |      |
| 6  | Kamis<br>12/Maret 2020 | Al-Fatih syahuddin | Pengaruh Tabung Deposito terhadap Peningkatan Mufharahah PT Bank Syariah Mandiri  | g                    |      |
| 7  | Kamis<br>12/Maret 2020 | Riswani Rahmad     | Pengaruh Ateka Sosial terhadap Peningkatan Produk Bursa Murabahah Pada Urutan Waktu lokal Mawani cc Mawani kecamatan Wana kota palopo | g                    |      |
| 8  |                        |                    |   |                      |      |
| 9  |                        |                    |   |                      |      |
| 10 |                        |                    |   |                      |      |
| 11 |                        |                    |   |                      |      |
| 12 |                        |                    |   |                      |      |
| 13 |                        |                    |   |                      |      |
| 14 |                        |                    |   |                      |      |
| 15 |                        |                    |   |                      |      |

**IAIN PALOPO**  
 DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj Ramlah M., M.M.  
 NIP. 1961020811994032001

NB.:  
 - Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian  
 - Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil

## Lampiran 12: Halaman Persetujuan Pembimbing

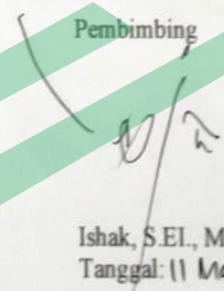
**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul : Strategi Pengembangan  
Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara

Yang ditulis oleh :

Nama : Meching  
Nim : 17 0401 0204  
Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian Munaqasah.  
Demikian disampaikan pada proses selanjutnya.

Pembimbing  
  
Ishak, S.EI., M.EI.  
Tanggal: 11 Maret 2022

## Lampiran 13: Nota Dinas Pembimbing

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp:-

Hal : Skripsi Penelitian

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

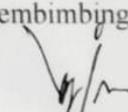
Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Meching  
NIM : 17 0401 0401  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara

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

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Pembimbing  
  
Ishak, S.EI., M.EI.  
Tanggal: 11 Maret 2022

## Lampiran 14: Nota Dinas Penguji

**NOTA DINAS PENGUJI**

Lamp : Exampler

Hal : Skripsi an. Meching

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamual'aikum wr.wb.*

Setelah Menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil Penelitian Terdahulu, baik secara segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

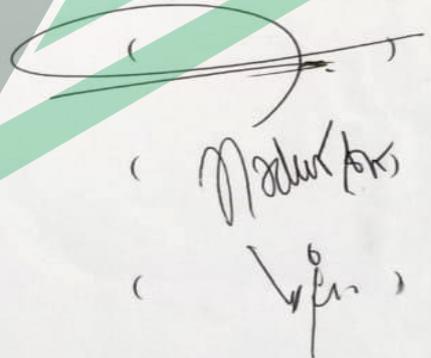
|               |  |
|---------------|--|
| Nama          | : Meching  |
| Nim           | : 17 0401 0204   |
| Program Studi | : Ekonomi Syariah  |
| Judul Skripsi | : Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara |

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

Demikian disampaikan pada proses selanjutnya.

*Wassalamu'alaikaum wr.wb.*

1. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA.  
Penguji I
2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.  
Penguji II
3. Ishak, S.EI., M.EI.  
Pembimbing/Penguji



## Lampiran 15: Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 PRODI EKONOMI SYARIAH  
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon (0471) 22076  
 Email: [febi@iainpalopo.ac.id](mailto:febi@iainpalopo.ac.id); Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

---



---

**SURAT KETERANGAN**

NOMOR: B 09 /In.19/FEBI.04/KS.02/EKS/02/2021

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

Nama : Meching  
 NIM : 17 0401 0204  
 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 2019/2020 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Palopo, 23 Februari 2021  
 Ketua Prodi Ekonomi Syariah  
 Dr. Fasihah, M.EI.

Lampiran 16: Sertifikat Ma'had Al-Jami'ah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**Syahadah**

Nomor : In.19/PP/UPT/MAHAD AL-JAMIAH/0043 /VII/2018

Diberikan kepada :

**MECHING**  
NIM : 17 0401 0204

Setelah mengikuti Program Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo  
Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut hak sesuai dengan peraturan yang berlaku  
*Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Dua Juli Dua Ribu Delapan Belas*

Rektor IAIN Palopo  
  
**Dr. Abdul Pirol, M.Ag.**  
NIP 19691104 199403 1 004

Kepala Unit  
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo  
  
**Dr. Mardi Takwim, M.HI**  
NIP 19680503 199803 1 005

---



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**TRANSKRIP NILAI**  
MAHASISWA PROGRAM MA'HAD AL-JAMI'AH

N A M A : MECHING  
N I M : 17 0401 0204  
F A K / P R O D I : FEBI/EKIS.E

| NO               | MATA KULIAH                 | SEMESTER | NILAI |       |
|------------------|-----------------------------|----------|-------|-------|
|                  |                             |          | ANGKA | HURUF |
| 1                | Ulumul Qur'an               | I        | 70    | B-    |
| 2                | Pengamalan Sunnah           | I        | 85    | A-    |
| 3                | Pengamalan Sunnah           | II       | 75    | A     |
| 4                | Metode Baca Tulis Al-Qur'an | II       | 75    | B     |
| 5                | Praktik & Praktik Ibadah    | II       | 89    | A-    |
| <b>JUMLAH</b>    |                             |          | 394   |       |
| <b>RATA-RATA</b> |                             |          | 78.80 |       |

Predikat Kelulusan : ~~Amat Baik~~ / ~~Baik~~ / Cukup / Kurang

Palopo, 2 Juli 2018  
Kepala Unit  
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo  
  
**Dr. Mardi Takwim, M.HI**  
NIP 19680503 199803 1 005

## Lampiran 17: Surat Keterangan MBTA



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon(0471)22076 *Email:*  
*febi@iainpalopo.ac.id* *Website:* <https://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 dengan kurang/baik/lancar dan menulis alQur'an dengan ~~kurang/baik/lancar~~.

Nama : Meching  
 NIM : 17 0401 0204  
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Mengetahui :  
 Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Palopo, 9 Maret 2022  
 Dosen Penguji

  
**Dr. Fasiha, M. El.**

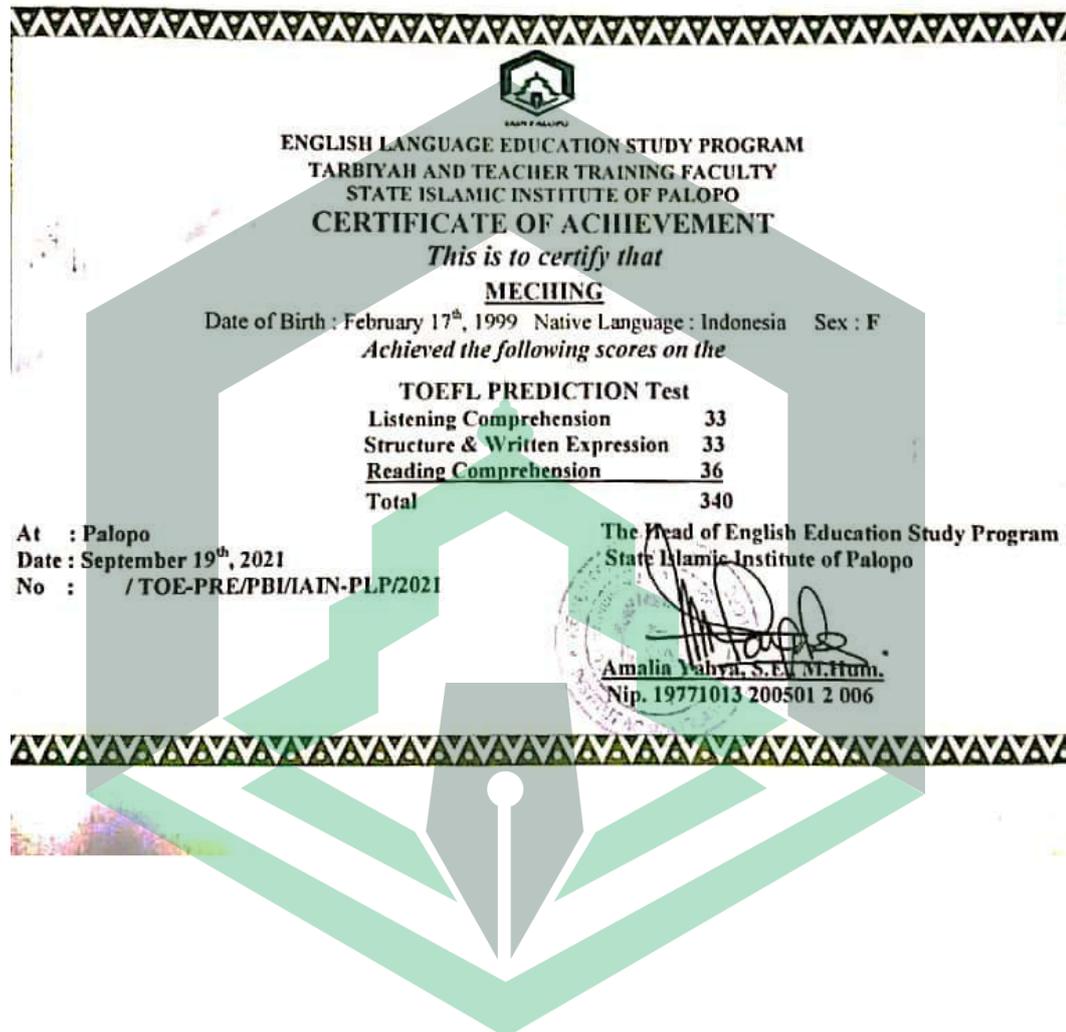
  
**Ishak, S. El., M. El.**

\*coretyangtidaksesuaidengankemampuanmahasiswa.

## Lampiran 18: Sertifikat PBAK



Lampiran 19: Sertifikat Test Toufel



## Lampiran 20: Bukti Pelunasan SPP



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon/HP 085243175771  
 Email: [febi@iainpalopo.ac.id](mailto:febi@iainpalopo.ac.id); Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Saepul, S.Ag., M. Pd.I  
 NIP : 19720715 200604 1 001  
 Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha  
 Unit Kerja : FEBI IAIN Palopo

menerangkan bahwa:

Nama : MECHING  
 NIM : 17 0401 0204  
 Semester/Prodi : X / EKIS  
 Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester I s/d X.

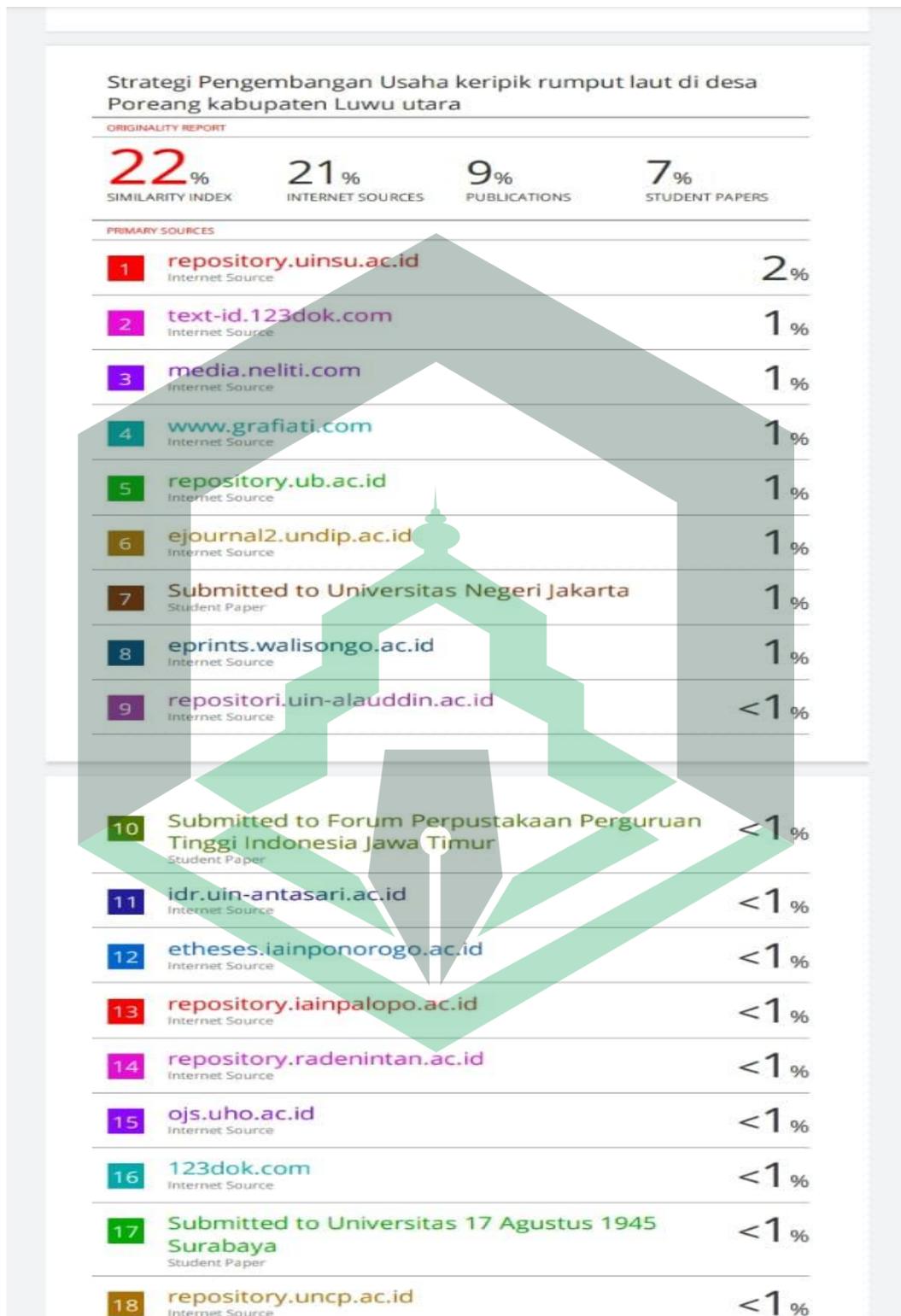
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 07 Maret 2022  
 Kepala Bagian Tata Usaha



Saepul, S.Ag., M.Pd.I  
 19720715 200604 1 001

## Lampiran 21: Bukti Cek Turnitin



## Lampiran 22: Nota Dinas Tim Verivikasi Naskah Skripsi

**TIM VERIVIKASIH NASKAH SKRIPSI FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

NOTA DINAS

Lamp :  
Hal. : Skripsi an. Meching  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Palopo

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

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

Nama : Meching  
NIM : 17 0401 0204  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Keripik Rumput Laut di  
Desa Poreang Kabupaten Luwu Utara

Menyatakan bahwa dalam 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 VERIVIKASI**

1. Abdul Kadir Arno, S.E. SY., M.SI.  
Tanggal : 10 Maret 2022

(  )

2. Kamriani, S.Pd.  
Tanggal : 16 Maret 2022

(  )