

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANAMAN
HIDROPONIK DI DESA RUMAJU KECAMATAN
BAJO KABUPATEN LUWU**

Skripsi

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



18 0401 0169

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

2023

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANAMAN
HIDROPONIK DI DESA RUMAJU KECAMATAN
BAJO KABUPATEN LUWU**

Skripsi

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



Pembimbing:

Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M

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

2023

HALAM PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sidratil Mansur
Nim : 18 0401 0169
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat 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 dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 17 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan



Sidratil Mansur

NIM.18 0401 0169

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Usaha Hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu yang ditulis oleh Sidratil Mansur Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0401 0169, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 17 Oktober 2023 Miladiyah bertepatan dengan 02 Rabiul Akhir 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 17 Oktober 2023

TIM PENGUJI

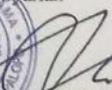
1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Ketua Sidang ()
2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. Sekretaris Sidang ()
3. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. Penguji I ()
4. Muhammad Ikram S, S.A., M.Si. Penguji II ()
5. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. Pembimbing ()

Mengetahui:

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

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006


Muhammad Awi, S.Sy., M.E.I.
NIP 19890715 201908 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANAMAN HIDROPONIK DI DESA RUMAJU KECAMATAN BAJO KABUPATEN LUWU”** setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi ekonomi syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tuaku tercinta Bapak Mansur dan Almarhuma Ibu Suhera yang telah melahirkan saya. Terima kasih kepada kedua Kakak saya Irfan Mansur dan Irawati Mansur yang selalu memberikan arahan serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi. Terimah kasih juga kepada Tante Wahida dan Om Saing yang merawat, membesarkan, menyayangi, mendoakan, memberikan dukungan moril dan materil memastikan

penulis bertahan menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M. Ag, selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Bapak Dr. Munir Yusuf, M.Pd Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Masruddin, S.S., M. Hum, dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Mustaming, S. Ag., M. HI.
2. Dr. Hj Anita Marwing, S.HI., M.HI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Wakil Dekan Bidang Akademik Ibu Dr. Fasiha, S.EI., M.EI, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan Dan Keuangan Ibu Muzayyanah Jabani, S.T., M.M, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Muhammad Ilyas, S.Ag., M.Ag.
3. Bapak Muhammad Alwi, S.Sy., M.EI, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.
4. Bapak Muhammad Shadri Kahar Muang, S.E., M.M selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Ibu Muzayyanah Jabani, ST., M.M., selaku penguji 1 penulis dalam menyusun skripsi dan Bapak Muhammad Ikram S, S.Ak., M.Si., sebagai penguji 2.
6. Ibu Dr. Fasiha, S.EI., M.EI, selaku Dosen Penasehat Akademik.

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. Abu Bakar, S.Pd.I.,M.Pd selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta seluruh Karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasanskripsi ini.
9. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2018 (khususnya kelas E), dan semua teman-teman yang ikut serta selama ini membantu serta selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar meskipun banyak hambatan dan rintangan sehingga dapat dilewati dengan baik. Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan, kekurangan serta masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pola pikir/pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis senantiasa membuka hati untuk diberikan saran dan masukan yang sifatnya dapat membangun dari semua pihak demi kemaslahatan dan penyempurnaan skripsi dimasa yang akan datang, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penikmat jurnal maupun skripsi dan dapat bernilai ibadah di sisi Allah SWT, Aamiin Ya Rabbal Alamin..... Aamiin.

Palopo, 17 Oktober 2023

Sidratil Mansur

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

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

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa'	S	Es (Dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (Dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka Dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (Dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es Dan Ye
ص	Sad	S	Es (Dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (Dengan titik di bawah)
ط	TA	T	Te (Dengan titik di bawah)
ظ	ZA	Z	Zet (Dengan titik di bawah)
ع	'Ain		Apostrof Terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	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>dammah</i>	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيّ	<i>Fathahdanya'</i>	ai	a dani
اُوّ	<i>Fathahdanwau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *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
ا... آ...	<i>Fathah dan alifatauya'</i>	ā	a dan garis di atas
ع	<i>Kasrah dan ya'</i>	ī	Idangaris di atas
و	<i>Dammah dan wau</i>	ū	Udangaris di atas

Contoh:

مَاتَ : *mata*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Ta' marbutah*

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudhah al-athfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadhilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

الْحَقَّ : *al-haqq*

نُعِمْ : *nu'ima*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma'arifah*). 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:

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

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

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

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

Contoh:

تَمْرُونٌ : *ta'mūrūn*

النَّوْعُ : *al-na'u'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *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'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus

ditransliterasi secara utuh. Contoh:

FiZilaLal-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. Lafz al-Jalalah (الله)

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

Contoh:

الله *dinūlalāh* بالله *bittāh*

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

الله *hum fi rahmatillah*

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 maa Muhammadunillaa rasuul

Innaawwalabaitinwudi'alinnaasi lallazii bi Bakkatamubaarakan

SyahrurRamadhaan al-laziiunzila fiih al-Qur'aan

Nashiir al-Diin al-Thuusii

Abuuu Nashr al-Faraabii

Al-Gazaali

Al-Munqizmin al-Dhalaal

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

Abu al-Walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulismenjadi: IbnuRusyd, Abual-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abual-Walid Muhammad Ibnu)
Nasr Hamid AbuZaid, ditulismenjadi: AbuZaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = *Shubhanahu Wa Ta'Ala*

SAW. = *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam*

A.S. = *'Alaihi Al-Salam*

H = Hijrah

- M = Masehi
- SM = Sebelum Masehi
- Wr. = *Warahmatullaahi*
- Wb. = *Wabarakaatuh*
- l. = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
- w. = Wafat tahun



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	10
B. Kajian Pustaka.....	12
1. Pengertian Strategi	12
2. Pengembangan Usaha	17
C. Bauran Pemasaran.....	24
D. Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Islam.....	28
E. Kerangka Pikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Definisi Istilah.....	35
D. Subjek (Informan Penelitian).....	36

E. Sumber Data.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Pemeriksaan Keabsahan Data	39
H. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Desa Rumaju	42
1. Sejarah dan Letak Geografis Desa Rumaju.....	42
2. Jumlah Penduduk	43
3. Visi dan Misi	45
4. Program Kerja.....	46
5. Struktur Organisasi Kantor Desa Rumaju Kec. Bajo Kab. Luwu.....	47
6. Tugas dan Fungsi	48
B. Hasil Penelitian	52
1. Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hidroponik Desa Rumaju Kec. Bajo Kab. Luwu.....	52
C. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat QS. Al-Jumuah/10	28
-------------------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Desa Rumaju Kec. Bajo Kab. Luwu	44
Tabel 4.2 Jumlah KK Desa Rumaju Kec. Bajo Kab. Luwu.....	44
Tabel 4.3 Daftar Nama-nama Yang Telah Menjabat Kepala Desa di Desa Rumaju	45
Taba 4.4 Struktur Kantor desa	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	34
Gambar 3.1 Peta Desa Rumaju Kec. Bajo Kab. Luwu	42
Gambar 4.1 Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hidroponik.....	60



ABSTRAK

Sidratil Mansur, 2023. “*Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu*”. Skripsi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muhammad Shadri Kahar Muang.

Penelitian Ini Dilakukan Di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu. Rumusan Masalah Penelitian : Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Hidroponik Di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Tanaman hidroponik Di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu.

Metode penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian Deskriptif Kualitatif. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan melakukan observasi dan wawancara, selanjutnya data yang diperoleh diolah dengan menggunakan metode reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (verifikasi).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan pengusaha hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu dalam mengembangkan usahanya yaitu ada 4 strategi diantaranya: Strategi Produk (*product*) dimana strategi produk ini pengusaha hidroponik berusaha menjaga dan meningkatkan lagi kualitas produk sayurannya. Strategi Harga (*price*) dimana pengusaha hidroponik menyesuaikan kualitas sayurannya dengan para pesaing. Strategi Tempat (*place*) dimana pengusaha hidroponik menggunakan lahan pribadi yang berdekatan dengan rumah mereka agar mudah dijangkau dan melihat proses perkembangan tanaman sayurannya setiap hari. Strategi Promosi (*promotion*) dimana pengusaha hidroponik awalnya mempromosikan produknya dari mulut ke mulut dari orang yang sudah datang membeli lalu mempromosikan ke orang lain dan dipromosikan juga lewat media sosial seperti: facebook, whatshaap, instagram serta media sosial lainnya. Implikasi penelitian ini untuk mendapatkan hasil produksi yang lebih meningkat pengusaha hidroponik harus lebih memperhatikan perawatan tanaman sayurannya sehingga mendapatkan hasil produksi yang berkualitas lagi.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Usaha, Hidroponik.

ABSTRACT

Sidratil Mansur, 2023. "Strategy for Hydroponic Plant Business Development in Rumaju Village, Bajo District, Luwu Regency." Sharia Economics Thesis, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muhammad Shadri Kahar Muang.

This research was conducted in Rumaju Village, Bajo District, Luwu Regency. Research Problem Formulation : What is the strategy for hydroponic business development in rumaju village, bajo district, luwu regency.

The research method used is a qualitative descriptive research type. The data sources used are primary data sources and secondary data. Data collection techniques are carried out directly by conducting observations and interviews, then the data obtained is processed using data reduction methods, data presentation and drawing conclusions (verification).

The result of this research show that the strategy used to development a hydroponic plant bussineaa through marketing mix in rumaju village, bajo district, luwu regency is the strategy used to development a marketing mix hydroponics plant business in rumaju village, bajo district, luwu regency, namely : product strategy to improve quality product. Pricing strategy means hydroponic plant entrepreneurs adjust prices to competitors and adjust according to the quality of their products. The place strategys is that hydroponic plant entrepreneurs use their own private land. This aims to make it easier for entrepreneurs to monitor the processing process and make it easier for consumers to carry out transaction. The promotion strategys is to have good relations with customers, collaborate with one of the business and carry out promotions through social media.

Keywords: Development Strategys, Hydroponics

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor potensial dalam perekonomian Indonesia. Hal ini karena sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat penting dalam penyediaan lapangan pekerjaan, mengurangi angka kemiskinan di pedesaan, dan penyediaan kebutuhan pokok masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lainnya. Peran sektor pertanian perlu menjadi perhatian utama dalam pembangunan bangsa karena kebanyakan penduduk di negara-negara berkembang dan Asia Tenggara termasuk Indonesia berkecimpung dalam bidang pertanian yang secara langsung mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan perekonomian bangsa.

Pertanian di Indonesia sebagian besar masih dilakukan secara konvensional. Pertanian secara konvensional menyebabkan tingginya penggunaan input berupa bahan-bahan kimia seperti pupuk dan pestisida kimia. Penggunaan pupuk dan pestisida kimia yang berlebihan akan berdampak kepada penurunan kualitas dan lingkungan. Pemahaman masyarakat akan bahaya bahan kimia tersebut mulai disadari sehingga dicari alternatif bercocok tanam yang dapat menjaga lingkungan yang lebih sehat. Sejak itulah mulai dikembangkan kembali cara pertanian alamiah yaitu pertanian organik dengan slogan *back to nature* yang artinya ke alam yang sedang menjadi *trend* baru sebagian masyarakat Indonesia. Pertanian hidroponik bila diartikan secara bebas adalah teknik

bercocok tanam dengan menekankan pada pemenuhan kebutuhan nutrisi bagi tanaman, atau dalam pengertian sehari-hari bercocok tanam tanpa tanah. Dimana pun tumbuhnya sebuah tanaman sistem hidroponik akan tetap dapat tumbuh dengan baik apabila nutrisi (unsur hara) yang dibutuhkan selalu tercukupi. Pada tanaman konvensional fungsi tanah adalah sebagai penyangga tanaman dan air yang disiramkan adalah pelarut hara agar bisa diserap tanaman. Pola pikir inilah yang akhirnya melahirkan teknik bertanam hidroponik, dimana pemenuhan kebutuhan air (nutrisi) yang mengandung unsur hara yang dibutuhkan oleh perkembangan tanaman secara terus menerus pada akar tanaman.

Saat ini telah dikenal cara bercocok tanam hidroponik, yaitu bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah, bisa menggunakan air, kerikil dan sebagainya. Tanah yang merupakan media dalam budidaya konvensional, semakin lama unsur haranya akan semakin berkurang dan tanaman pun akan kekurangan nutrisi, sehingga dibutuhkan suatu teknologi baru yang dapat mengatur pemberian nutrisi dengan mudah agar kebutuhan nutrisi tanaman tercukupi. Teknologi hidroponik merupakan solusinya, yaitu dengan sistem pemberian nutrisi yang langsung kebagian akarnya. Teknologi hidroponik ini masih termasuk baru, diperkirakan mulai dikenal di Indonesia pada akhir tahun 80-an. Namun teknologi hidroponik ini mulai mendapat perhatian di Indonesia dalam 5 tahun terakhir, khususnya untuk menghasilkan produk hortikultura dan flortikultura. Di negara- negara subtropis teknologi hidroponik sudah dikenal dan diterapkan cukup lama sehingga sudah sampai pada tahap yang sangat maju terutama dalam hal penciptaan lingkungan tumbuh yang optimal bagi pertumbuhan tanaman.

Hidroponik adalah metode penanaman tanaman tanpa menggunakan media tumbuh dari tanah yang secara harfiah berarti penanaman dalam air yang mengandung campuran unsur hara agar potensi maksimum tanaman untuk berproduksi dapat tercapai dengan cara mengoptimalkan pertumbuhan perakaran tanaman. Hal ini akan menghasilkan pertumbuhan tunas atau bagian atas yang sangat tinggi sehingga tanaman akan tumbuh dengan optimal.¹

Budidaya tanaman secara hidroponik memiliki beberapa keuntungan yaitu pertumbuhan tanaman dapat dikontrol, tanaman dapat berproduksi dengan kualitas dan kuantitas yang tinggi, tanaman jarang terserang hama penyakit karena terlindungi, pemberian air irigasi dan larutan hara lebih efisien, dapat diusahakan terus menerus tanpa tergantung oleh musim dan dapat diterapkan pada lahan yang sempit. Alasan inilah mengapa hidroponik dapat menjadi salah satu teknik budidaya yang dapat dijadikan sebagai salah satu usaha. Namun demikian tentunya setiap usaha memerlukan strategi yang jitu untuk meningkatkan usaha tersebut. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.² Selain itu strategi juga diartikan sebagai suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang yang menjalankan usaha, tetapi taktik bagaimana dalam sebuah usaha melaksanakan strategi itu dalam mencapai tujuan yang telah diterapkan, dan harus dirahasiakan juga tidak semua orang dapat mengetahuinya.

Strategi menggambarkan tindakan-tindakan berlandaskan tujuan yang akan

¹ Rosliani, *Budidaya Tanaman Hidroponik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015): 2.

² Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2019): 33.

diambil suatu perusahaan dalam mendapatkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif memberikan nilai unggul kepada pelanggan pada suatu tingkat harga yang kompetitif atau nilai yang diterima pada suatu tingkat harga yang lebih rendah. Profitabilitas dan pangsa pasar merupakan konsekuensi dari penciptaan nilai yang unggul. Menghasilkan nilai dalam hal ini merupakan konsekuensi dari menyediakan barang atau jasa yang diinginkan pelanggan. Pokok penting disini adalah bahwa strategi berkenaan dengan penciptaan nilai unggul, yang memerlukan biaya untuk menciptakannya. Semakin besar perbedaan antara penciptaan nilai dan biaya semakin besar kontribusi ekonomi yang dibuat perusahaan, sehingga peluang mencapai keunggulan kompetitif makin besar juga.³

Banyaknya pelaku bisnis, membuat pelaku usaha wajib menerapkan strategi pemasaran yang inovatif agar dapat bersaing dan mampu melangsungkan bisnisnya dengan mempertahankan konsumen sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh swasta “strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan beroperasi untuk mencapai tujuan”. Sehingga untuk menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui

³ Prasetio Aji, *Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2015): 2.

strategi.⁴

Strategi marketing mix yang tidak lain adalah inti dari pemasaran itu sendiri meliputi: produk, harga, tempat, dan promosi. Keempat unsur ini sangatlah berperan pada usaha tentunya melalui penjualan dan keuntungan yang diharapkan dan sudah sewajarnya produsen mengadakan komunikasi baik secara langsung dan tidak langsung kepada konsumen.⁵ Demikian pula yang dilakukan oleh usaha hidroponik yang ada di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu berusaha menerapkan strategi marketing mix dalam rangka pengembangan usahanya.

Berdasarkan penelusuran peneliti yang mengacu kepada buku Kabupaten Luwu dalam Angka Tahun 2022 dan Sulawesi Selatan dalam Angka tahun 2022 yang telah diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu dan Provinsi Sulawesi Selatan tidak ditemukan data tentang persentase tanaman sayur yang secara khusus dikembangkan melalui metode hidroponik yang ada di Sulawesi Selatan terutama yang ada di Kabupaten Luwu. Namun adapun data tentang sayur-sayuran yang dapat dikembangkan melalui hidroponik yakni jenis tanaman bayam, kangkung dan sawi. Secara umum digambarkan sebagai berikut:

⁴ Riani Fauziah, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Produksi pada PT. Putri Doro Thea*, (Cirebon: IAIN Syekh Nurjati, 2015), Skripsi.

⁵ Philip Kolter Kelvin Lane Kaller, *Manajemen Pemasaran*, (Solo: Macanan Jaya Cemerlang, 2007): 4.

Jenis Tanaman	2018	2019	2020	2021
Cabai	1715	1495	2926	2,876.74
Rawit/Chili/cayenne Pepper				
Kacang Panjang/Long Beans	958	1015	1531	1,097.76
Bayam/Spinach	596	807	688	1,042.11
Kangkung/Water Spinach	533	881	929	916.95
Terung/Eggplant	1572	1681	2699	1,535.45
Tomat/Tomato	789	2238	2268	1,217.93
Ketimun/Cucumber	456	486	566	557.85
Sawi/Petsai/Chinese Cabbage/Mustard Green	236	433	997	611.20
Cabai Besar/Chili/Big Chili	158	211	566	211.95
Labu Siam/Chayote	39	368	709	781.10
Bawang Merah/Shallot	10	310	2510	2,298.00
Kubis/Cabbage	103	255	605	230.00
Semangka/Watermelon	41	189	1370	998.00
Buncis/String Bean	103	119	424	259.20
Bawang Daun/Scallion	-	158	84	48.00
Kembang	39	-	-	-
Kol/Cauliflower	-	-	-	-
Melon/ Melon	-	-	-	109.00

Sumber Data: *Kabupaten Luwu dalam Angka Tahun 2022*

Tabel tersebut menggambarkan bahwa hanya tiga jenis tanaman sayur yang dihasilkan di Kabupaten Luwu yang dapat dikembangbiakkan melalui metode hidroponik yakni bayam, kangkung, dan sawi. Adapun sayuran lainnya seperti pakcoi, daun min, daun selada, dan lain-lain tidak ditemukan dalam data yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu, hal ini menunjukkan bahwa usaha tani tersebut masih dalam jumlah sedikit, sementara peminatnya tergolong tinggi.

Kecenderungan yang dituliskan oleh orang-orang atau ahli-ahli tentang usaha hidroponik. Menurut Hendra Setiawan, hidroponik merupakan suatu budidaya tanaman yang memanfaatkan air dengan menekankan pada pemenuhan

kebutuhan nutrisi bagi tanaman. Pemberian nutrisi pada tanaman dapat diberikan melalui akar dan daun tanaman.

Sistem hidroponik dapat memberikan suatu lingkungan pertumbuhan yang lebih terkontrol. Penggunaan sistem hidroponik tidak mengenal musim dan tidak memerlukan lahan yang luas dibandingkan dengan kultur tanah untuk menghasilkan satuan produktivitas yang sama. Sistem hidroponik menggunakan air yang lebih efisien, jadi cocok untuk diterapkan pada daerah yang memiliki pasokan air yang terbatas.⁶

Hidroponik yaitu sebuah cara budidaya menanam tanpa media tanah dengan cara memanfaatkan air. Satu hal yang dapat ditekankan dalam sebuah hidroponik yaitu pemenuhan kebutuhan nutrisi untuk sebuah tanaman. Pada bentuk pertanian hidroponik ini yaitu sebuah cara tanam yang memakai bantuan air yang mana pada tanaman tersebut ditanam berada diatas rockwool seperti cara tanam pada umumnya.

Awalnya penggunaan tanaman hidroponik ini hanya digunakan sebagai tanaman hias dirumah serta menjadi sebuah salah satu dekorasi disebuah ruangan yang unik dan menarik. Namun, sekarang ini hidroponik sudah bukan lagi hobi semata akan tetapi sudah mejadi sebuah cara budidaya tanaman yang komersial.⁷

Usaha hidroponik sangat penting untuk diteliti hal ini disebabkan karena budidaya sayuran atau buah dengan menggunakan teknik hidroponik sangat

⁶ Hendra Setiawan, *Kiat Sukses Budidaya Cabai Hidroponik*, cet.1 (Yogyakarta: Bio Genesis, 2017), 2-3.

⁷ <https://www.gramedia.com/best-seller/pengertian-hidroponik/>.

menjanjikan, karena jumlah permintaan di pasar terus bertambah dan sangat cocok dijadikan sebagai satu diantara banyaknya cara untuk usaha pertanian, maka bisa disimpulkan usaha hidroponik memiliki urgensi untuk diteliti khususnya di Desa Rumaju.

Berdasarkan pada data yang ditemukan pada observasi awal di lapangan ditemukan salah satu usaha hidroponik yang ada di Kabupaten Luwu, yakni usaha hidroponik yang terletak di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu merupakan usaha yang dirintis oleh Muhammad Akbar yang sudah berjalan selama 2 (dua) tahun. Menurut peneliti usaha ini sangat perlu untuk diteliti baik terkait eksistensinya maupun strategi usahanya, karena usaha ini tidak seperti usaha hidroponik yang lain khususnya di Kabupaten Luwu yang sering mengalami kegagalan panen atau kadang ditutup pemiliknya dan berpindah ke usaha tani lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di tarik kesimpulan peneliti tertarik untuk meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu.

B. Rumusan Masalah

Dalam uraian latar belakang maka permasalahan yang dapat diuraikan adalah :

Bagaimana strategi pengembangan usaha hidroponik yang ada di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu?

C. Batasan Masalah

Penulis memfokuskan pembahasan atas masalah-masalah pokok yang dibatasi dalam konteks strategi pengembangan usaha hidroponik yang ada di desa rumaju menggunakan strategi pengembangan 1)produk (product) meningkatkan kualitas produk, 2)harga (price) yang dilakukan pengusaha hidroponik menyelesaikan harga dengan para pesaing , 3)tempat (place) yaitu pengusaha hidroponik menggunakan lahan pribadi masing-masing, 4) promosi (promotion) yaitu berhubungan baik dengan pelanggan.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah untuk mengetahui penerapan strategi pengembangan dalam meningkatkan usaha hidroponik yang ada di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memperkaya khasanah ilmu pengetahuan mengenai teori-teori tentang penerapan strategi dalam meningkatkan usaha yang ada.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui dan menambah wawasan terkait penerapan strategi dalam meningkatkan usaha hidroponik yang ada di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu dan juga sebagai wujud nyata penerapan teori-teori yang telah diterima di bangku kuliah serta dapat membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi di lapangan.

b. Bagi Instansi yang Terkait

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi atau kebijakan yang akan diambil dan diharapkan mampu memberikan informasi bagi pihak-pihak terkait dengan permasalahan khususnya dalam bidang kewirausahaan.

c. Bagi Dunia Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi kalangan yang melakukan penelitian dan referensi dalam berbagai penulisan ilmiah yang sejenis kedepannya



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam penelitian ini, perlunya penelusuran serta mempelajari penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan diteliti, membuat peneliti lebih mengetahui perkembangan serta permasalahan yang akan diteliti serta menjadikannya sebagai tolak ukur untuk mengetahui perbedaan antara yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Berdasarkan penelusuran yang akan dilakukan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan yaitu:

1. Ferry Mirwanda Penu, dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Sayuran Hidroponik (Studi Kasus Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang) Tahun 2018. Jenis penelitian deskriptif dengan analisis swot. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha tani sayuran hidroponik untuk diperkotaan sangat dikembangkan di daerah penelitian, karena selain mamfaatnya bagus untuk kesehatan, perawatannya juga mudah dan mendapat keuntungan sehingga membantu pendapatan petani.⁸

Persamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada mengetahui strategi pengembangan hidroponik. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada penelitian pertama membahas mengenai pendapatan petaninya sedangkan penelitian penulis membahas dan focus pada strategi pengembangan usaha tanaman hidroponik.

⁸ Ferry Mirwandi Penu “Strategi Pengembangan Sayuran Hidroponik (Studi Kasus Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang” Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017.

2. Irviana Safitri, dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Studi Kasus Warung Lemang Jeneponto Sulawesi Selatan Tahun 2018”. Jenis penelitian menggunakan metode kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan proses produsen lemang dengan fokus pada pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agar usaha warung lemang daeng awing dapat terus berkembang dengan bermunculannya banyak pesaing dengan tingkat persaingan yang begitu ketat maka perlu dilakukan strategi yang tepat. Dalam mempertahankan usaha lemang daeng awing berusaha memperhatikan atribut produk yaitu rasa dan strategi tidak mengurangi takaran yang telah ditetapkan, aroma dengan strategi pembakaran tetap dengan menggunakan kayu bakar hingga pinggir lemang mulai mengering.⁹

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama ingin mengetahui strategi pengembangan usaha yang dilakukan pada penelitian. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu dimana penelitian terdahulu membahas usaha kuliner, sedangkan penelitian penulis membahas tentang usaha hidroponik.

3. Dudi Septiadi dan Andi Iva Mundiayah, dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayur Berbasis Pertanian Organik 2020. Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian berdasarkan analisis hubungan ketua dan anggota petani sangat baik. Varian jenis sayur dan kualitas sayuran menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha. Keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman petani tentang pertanian

⁹ Irviana Safitri “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner”, Jurnal Sosial EkonomiPertanian, 2018, Vol. 14, no.2 ha.10

organic menjadi kelemahan yang dihadapi kelompok tani namun adanya dukungan pemerintah dan swasta serta adanya asosiasi petani organic menjadi peluang bagi pengembangan usaha petani.¹⁰

Persamaan penelitiannya yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian terdahulu membahas tentang usaha tani sayuran berbasis pertanian organik, sedangkan penelitian penulis membahas tentang usaha pengembangan hidroponik

B. Kajian Pustaka

1. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategos” (stratos= militer dan memimpin), yang berarti “generalship” atau suatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.¹¹ Kata strategi atau strategik memiliki makna bijak atau bijaksana.¹² Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus.¹³ Adapun kata strategik dalam kamus saku Oxford: Strategi merupakan seni perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal, dan sebagainya, menuju posisi yang layak rencana tindakan atau kebijakan dalam

¹⁰ Dudi Septiadi dan Andi Iva Mundiya, “strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berbasis Pertanian Organik” Jurnal Agrifo Vol. 5, no.1 April 2020 h.7

¹¹ Rachmat, Manajemen Strategik, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h.2

¹² Indriyo Gitasudarno, Manajemen Strategis, Yogyakarta: BPF, 2001, h.12

¹³ Departemen Pendidikan Nasional, kamus besar bahasa Indonesia, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h.1092

bisnis atau politik dan sebagainya.¹⁴

Beberapa definisi strategi menurut para ahli antara lain:

1. Menurut Lawrence R. Jauch dan W.F.Glueck (1984) strategi adalah rencana yang direncanakan yang disatukan secara menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang direncanakan untuk memastikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan¹⁵
2. Menurut Chandler (1962) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.¹⁶
3. Sukristono mendefinisikan strategi sebagai suatu penentuan dan evaluasi berbagai alternatif cara untuk pencapaian misi atau tujuan termasuk untuk pemilihan alternatif-alternatifnya.¹⁷
4. Menurut J.B Quinn dalam Sukristono menyatakan bahwa strategi adalah suatu pola atau rencana yang mengintegrasikan sasaran-sasaran utama organisasi, kebijakan-kebijakan dan serangkaian pelaksanaannya dalam keseluruhan perpaduan.¹⁸

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen

¹⁴ Pandji anoraga, Pengantar Bisnis: pengelolaan dalam era globalisasi, Jakarta: RinekaCipta,2011, h.258

¹⁵ Iwan Purwanto, manajemen strategi, Bandung: CV.Yrama widya,2007, h.74

¹⁶ Freddy rangkutini, Analisis SWOT teknik membela kasus bisnis, Jakarta:GramediaPustaka Utama,1997,h.3

¹⁷ Sukristono, perencanaan Strategi , Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,1997,h.19

¹⁸ Sukristono, Perencanaan Strategi, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997, h.336

puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai fungsi multifungsional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.

Strategi adalah pola tindakan untuk mencapai tujuan organisasi atau badan usaha. Berkembangnya bisnis suatu organisasi didukung dengan adanya penentuan strategi yang sesuai dengan kondisi usaha tersebut. Menurut Hunger dan Whelem, manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang untuk pengembangan suatu badan usaha. Penelitian menyatakan bahwa organisasi yang menggunakan manajemen strategi cenderung bekinerja lebih baik dibandingkan dengan organisasi yang tidak menggunakan. Pada banyak perusahaan, keputusan strategi penting terjadi ketika adanya penyimpangan strategi yang cukup panjang. Model manajemen strategi dimulai dari pengamatan lingkungan hingga perumusan strategi (menetapkan misi, tujuan, strategi dan kebijakan) diteruskan pada implementasi strategi (termasuk pengembangan program, anggaran dan prosedur), terakhir evaluasi pengendalian.

Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategi, strategi tidak hanya di definisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategi dalam konsep manajemen strategi mencakup juga penetapan

berbagai tujuan itu sendiri yang di harapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan bersaing perusahaan.¹⁹

Secara umum, definisi strategi sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan.²⁰ Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan, dan rangkaian sebuah organisasi ke dalam satu kesatuan yang kohesif.

Secara Alfred Chandler juga mengatakan strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah Tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu. Menurut Buzzel & Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen, yang memiliki dampak yang besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah. Menurut Konichi Ohmae, sesungguhnya tentang apakah strategi bisnis itu adalah dalam satu kata, keunggulan bersaing. satu-satunya maksud perencanaan strategi adalah untuk memungkinkan suatu perusahaan memperoleh, seefisien mungkin, kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.

Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan, serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut atau yang akan dianut oleh perusahaan, dan jenis atau akan menjadi jenis apa perusahaan ini.

¹⁹ Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 69.

²⁰ Rahmat, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV. Pustaka Setia), 97.

Bryson menambahkan bahwa strategi dikatakan strategi pengembangan jika strategi tersebut berusaha menciptakan masa depan baru yang lebih baik.

Pilihan pada strategi ini baru bisa dilaksanakan jika dukungan yang berasal dari lingkungan eksternal organisasi memadai. Bahkan ia menambahkan bahwa sistem perencanaan formal dapat digunakan untuk memberikan panduan dalam merancang jenis strategi ini.

Berdasarkan definisi-definisi strategi yang telah dijelaskan, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi yaitu salah satu upaya untuk mencapai suatu tujuan jangka panjang dalam sebuah organisasi. Dalam organisasi memiliki program atau kegiatan sehingga dibutuhkan strategi agar berjalan dengan baik dan adanya strategi juga membantu program dan kegiatan ini berjalan sesuai dengan tujuan dari organisasi tersebut.

Dalam mempelajari strategi, sangat diperlukan mengetahui arti penting dan manfaat strategi sehingga pendapat tentang strategi tidak mengalami kesalahan makna dalam mengartikan kata tersebut. Banyak sekali arti penting dan manfaat strategi, antara lain:²¹

- a. Strategi merupakan cara untuk mengantisipasi tantangan-tantangan dan kesempatan masa depan pada kondisi lingkungan perusahaan yang sangat cepatberkembang.
- b. Strategi dapat memberikan tujuan dan arah perusahaan di masa depan yang

²¹ Supriono, Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 1998): 8.

jelas bermanfaat pada semua karyawan. Pada saat ini, strategi banyak dipraktekan di dalam industri karena membuat tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang berisiko.

- c. Strategi adalah kacamata yang bermanfaat untuk memonitor apa yang dikerjakan dan terjadi di dalam perusahaan, dapat memberikan sumbangan terhadap kesuksesan perusahaan atau sebaliknya.

Mangkupawira dalam Waluyo menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan dimasa depan. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi memengaruhi sikap-sikap menambah kecakapan. Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilalukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

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

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian pengembangan usaha

pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Hal yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Melaksanakan suatu pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain lain (Anoraga : 2007).

Merumuskan suatu perencanaan pengembangan usaha, para anggota kelompok pemangku kepentingan menggabungkan semua informasi dan analisis yang telah mereka kerjakan sejauh ini atas suatu produk potensial. Mereka kemudian menyusun informasi untuk menghasilkan laporan rangkuman yang menguraikan badan usaha secara singkat dan menunjukkan dengan menyakinkan bahwa usaha itu adalah investasi yang baik, bahwa produk dapat bersaing memenuhi kebutuhan konsumen yang sumber daya dan aspek sosial telah ditangani (Lecup dan Nicholson : 2006). Rencana pengembangan usaha meminimalkan kemungkinan gagal dan memaksimalkan

kemungkinan sukses dengan cara (Lecup dan Nicholson: 2006):

- 1) Mendorong kelompok sasaran untuk memikirkan setiap tahap bisnis dengan seksama.
- 2) Mengumpulkan informasi untuk membuat perkiraan yang cerdas tentang kemungkinan sukses dan tingkat resiko.
- 3) Memeriksa kelemahan dan kekuatan usaha jika dibandingkan dengan pesaingnya.
- 4) Menilai kelayakan konsep dan mengidentifikasi faktor-faktor khusus yang akan menentukan keberhasilan dan kegagalan.
- 5) Merumuskan tujuan yang realistis dan dicapai.

Ada beberapa teknik pengembangan usaha antara lain (Suryana: 2006):

- a. Peningkatan Skala Ekonomis Peningkatan skala ekonomis adalah cara yang dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (diseconomies of scale). Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan biaya jangka panjang (s of scale), maka tidak baik untuk dilakukan.

Pada saat produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik koefisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan

usaha (economics of scope) apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis. Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya perusahaan akibat kenaikan output, maka kurva pengalaman atau kurva belajar (learning curve) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif.

- b. perluasan Cakupan Usaha Perluasan cakupan usaha adalah cara yang dapat dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus kursus. Lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (joint total production cost) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing masing produk itu apabila produksi secara terpisah. Perluasan cakupan usaha ini dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup.

Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (joint total production cost) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing masing jenis produksi itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi atau bisa melakukan

kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (joint venture) atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan.

b. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap tahap pengembangan usaha sebagai berikut (Kustoro Budiarto: 2009):

- 1) Memiliki Ide Usaha Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.
- 2) Penyaringan Ide/Konsep Usaha pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.
- 3) Pengembangan Rencana Usaha (Business Plan) Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah

perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (business plan), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

- 4) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Mengidentifikasi tahapan sangat penting dalam pengembangan usaha dan kapan hal tersebut terjadi. Kadang kita perlu membahas tahapan tahapan yang sudah dilakukan, sehingga pengkaji memahami seberapa cepat usaha telah berkembang sampai pada titik persiapan rencana usaha. 14 Untuk keperluan perencanaan, menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu dan tindakan atau kalender implementasi adalah lebih baik. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan. Rincian ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis. Beberapa hal yang perlu di pertimbangkan adalah sebagai berikut:

- a) Kemajuan akan terjadi lebih lambat dari yang diantisipasi, khususnya

ketika diperlukan kerja sama dari individu atau organisasi eksternal. Meski usaha mungkin dianggap paling penting bagi wirausahawan, tetapi bagi penanam modal usaha, pemberi pinjaman, pemasok atau pengacara mungkin tidak begitu penting. Oleh karena itu mungkin akan terjadi keterlambatan.

- b) Batas nyaman yang mencukupi harus selalu dimasukkan dalam perencanaan. Lakukan pendekatan kepada sumber dana dengan baik sebelumnya, dan biarkan terjadinya keterlambatan dalam penyerahan dan pemasangan perlengkapan.
- c) Dalam menyiapkan jadwal tahapan yang penting, tawarkan jadwal yang ambisius tetapi dapat dipenuhi atau dilampaui. Dengan cara ini, wirausahawan dapat membangun reputasi untuk mencapai sasaran, yang akan meningkatkan kredibilitas di masa mendatang.

c. Jenis-jenis pengembangan usaha

Strategi dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam yaitu:

1) Strategi integrasi vertikal

Strategi satu ini memperbolehkan untuk tempat bekerja menggunakan pantauan untuk mengawasi terkhusus pada pemasuk, para pesaing serta distributor, semisalnya melewati akusisi tempatbekerja serta melewati merger.

2) Stategi intensif

Strategi yang membutuhkan usaha-usaha yang intensif untuk mningkatkanposisi persaingan tempat usaha melalui barang yang ada.

3) Strategi diservikasi

Strategi yang dimaksudkan agar menambahkan barang-barang baru. Strategi semakin menurun kepopularannya sangat tak dilihat atas posisi naiknya kesulitan dalam mengendalikan kegiatan tempat kerja yang berbeda tingka manajemennya.

4) Strategi bertahan

Strategi ini bertujuan untuk usaha yang kita jalankan dalam menyelamatkan usaha kita supaya kerugian yang lebih besar terlepas yang akhirnya berujung kebangkrutan untuk menghindarinya pemilik usaha harus melakukan tindakan strategi bertahan.²²

C. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran Pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Jadi, kegiatan-kegiatan marketing mix terdiri dari empat unsur, dimana unsur-unsur tersebut saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain (Swastha dan Irawan: 2006). Bauran pemasaran adalah satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, distribusi, dan orang yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran (Kotler dan Armstrong: 2007). Empat variabel yang dimaksud adalah sebagai berikut (Kotler dan Armstrong: 2007):

²² Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) h.35.

a. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Mevita: 2013). Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi suatu kebutuhan atau keinginan (Kolter: 2009).

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa lebih jauh lagi harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga memiliki peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli. Ada 4 jenis tujuan penetapan harga, yaitu :

1. Tujuan berorientasi pada laba Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba.
2. Tujuan berorientasi pada Volume selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objectives.
3. Tujuan Berorientasi pada Citra Citra suatu perusahaan dapat dibentuk

melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk nilai tertentu, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah disuatu wilayah tertentu.

4. Tujuan Stabilitas Harga dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu dalam produknya.

c. Tempat

Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk atau jasa kepasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang tepat, dengan harapan produk tersebut berada ditengah-tengah kebutuhan dan keinginan konsumen yang haus akan produk tersebut. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek- aspek yang sifatnya kapital intensif, maka perusahaan benar-benar harus mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap

situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan masa mendatang.

d. Promosi

Promosi adalah arus informasi persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Macam-macam bauran promosi adalah (Tjiptono: 2008):

1. Periklanan adalah segala bentuk presentasi dan promosi non personal suatu produk yang dibayar dan disponsori oleh sponsor yang jelas.
2. Personal selling adalah suatu komunikasi secara persuasif seseorang secara individu kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan dan penjualan.
3. Publisitas adalah sejumlah informasi tentang produk yang disebarluaskan kepada masyarakat dengan cara membuat berita yang mempunyai arti secara komersial atau berupa penyajian yang bersifat umum.
4. Sales promotion adalah suatu proses promosi yang dapat dilakukan dengan cara peragaan, pertunjukan pameran dan demonstrasi yang ditujukan dengan memberikan sampel produk, hadiah, menunjukkan alat peragaan dan undian rabat.

Strategi promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi yakni

menginformasikan kepada nasabah atau masyarakat luas tentang produk yang dimiliki oleh bank tersebut. Dengan strategi promosi, masyarakat akan lebih mengenal secara baik produk yang ditawarkan kepada masyarakat serta semakin tinggi pula minat nasabah untuk mengetahui dan menggunakan produk tersebut.²³

D. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat vital dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Islam mewajibkan setiap muslim khususnya kaum adam yang mempunyai tanggungan sebagai kepala keluarga yang harus bekerja agar bisa menafkahi istri dan anak-anaknya. Bekerja adalah salah satu sebab pokok yang menjadikan manusia mempunyai harta kekayaan. Bekerja merupakan bagian dari ibadah dan jihad jika seorang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah suci niatnya dan tidak melupakannya. Allah berfirman dalam Al-Quran surah Al-Jumu'ah ayat 62:10 sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

*“apabila telah ditunaikan shalat. Maka bertebaranlah kamu dimuka bumi: dan carilah karunia Allah dan ingat Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”*²⁴

Makna dari ayat diatas apabila ditunaikan shalat, bertebaranlah kamu

²³Muzayyanah Jabani, Siti Chodijah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*, DINAMIS-Journal of Islamic Management And Bussines Vol. 1, No. 1 April 2018, h. 28-29

²⁴Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemah*” (Penerbit CV Diponegoro, 2005), h. 526.

dimuka bumi untuk tujuan apapun yang dibenarkan Allah SWT dan carilah dengan bersungguh-sungguh sebagian dari karunia Allah karena karunia Allah sangat banyak dan tidak mungkin kamu mengambil seluruhnya, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya jangan sampai kesungguhan kamu mencari karunianya itu melengahkan kamu. Berzikirlah dari saat kesaat dan disetiap tempat dengan hati atau bersama lidah kamu supaya kamu beruntung memperoleh apa yang kamu dambakan. Dan dijelaskan dalam hadist yang diriwayatkan oleh miqdam, sebagai berikut:

حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ مُوسَى أَخْبَرَنَا عِيسَى بْنُ يُونُسَ عَنْ ثَوْرٍ عَنْ خَالِدِ بْنِ مَعْدَانَ
عَنِ الْمِقْدَامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا أَكَلَ أَحَدٌ
طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ
يَأْكُلُ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami (Ibrahim bin Musa) telah mengabarkan kepada kami (Isha bin Yunus) dari (Tsaur) dari (Khalik bin Ma’dan) dari (Al-Miqdam r.a) dari Rasulullah saw bersabda: “tidak ada seseorang yang memakan satu makanan pun yang lebih baik dari makanan hasil usaha tangannya sendiri. Dan sesungguhnya nabi Allah Daud as memakan makanan dari hasil usahanya sendiri”. (HR. Al-Bukhari, Abu Daud dan Nasai)²⁵

Makna yang dimaksud dalam hadist di atas meliputi semua bentuk pemanfaatan harta benda sebagai hasil kerja seseorang dengan menggunakan tangannya sendiri. Dengan bekerja, manusia bisa memelihara kehormatannya dan juga memelihara kedudukan sosialnya dihadapan orang lain serta manusia bisa melaksanakan atau melakukan tugas kekhalfahannya, menjaga diri agar terhindar dari maksiat, dan meraih tujuan serta mimi-mimpi yang sangat besar. Begitupula,

²⁵ Achamsunarto, shahihbukhori (semarang: Cvasysyifa) h. 210

disaat melakukan pekerjaan perorangan atau individu bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarga serta anak dan istrinya, dan berbuat baik dengan tetangga serta mampu menolong sesama dan bersedekah kepada orang yang membutuhkan. Semua bentuk yang diajarkan agama ini agar bisa terlaksana kita harus mempunyai harta dan mendapatkannya dengan bekerja.²⁶

1. Usaha Hidroponik

Hidroponik atau hydroponics berasal dari bahasa latin (*greek*), yaitu *hydro* yang berarti air dan kata *phonos* yang berarti kerja sehingga hidroponik di maksud sebagai air yang bekerja. Hidroponik adalah aktivitas pertanian yang di jalankan menggunakan air sebagai medium untuk menggantikan media tanah. Jadi, hidroponik dapat diartikan sebagai suatu pengerjaan atau pengelolaan air sebagai media tumbuh tanaman tanpa menggunakan media tanah sebagai media tanam dan mengambil unsur hara mineral yang di butuhkan dari larutan nutrisi yang di larutkan dalam air. Hidroponik adalah teknik penanaman dengan media tanam non tanah, bisa berupa krikil, pasir kasar, atau sabut kelapa. Sebenarnya, hidroponik telah di kenal sejak lama.²⁷

Prinsip dasar budidaya tanaman secara hidroponik adalah suatu upaya merekayasa alam dengan menciptakan dan mengatur suhu kondisi lingkungan yang ideal bagi perkembangan dan pertumbuhan tanaman sehingga ketergantungan tanaman terhadap alam dapat dikendalikan. Rekayasa faktor

²⁶ Mardani, *hukum bisnis syariah* (Jakarta: prenada media grup, 2014) h. 75

²⁷ Istiqomah Siti, *Menanam Hidroponik*, (Jakarta: Azka press, 2016): 1

lingkungan yang paling menonjol pada hidroponik adalah dalam penyediaan nutrisi yang diperlukan tanaman dalam jumlah yang tepat dan mudah diserap oleh tanaman. Untuk memenuhi kebutuhan sinar matahari dan kelembaban udara yang diperlukan tanaman selama masa pertumbuhannya, perlu dibangun Green House yang berfungsi untuk mengatur suhu dan kelembaban udara yang sesuai dengan kebutuhan tanaman. Bertanam secara hidroponik sebenarnya sangat cocok dikembangkan baik skala rumah tangga maupun skala industri.

Menurut Hudoro keuntungan hidroponik secara umum yaitu:

- a. Tidak memerlukan lahan yang luas, sehingga bertanam dengan cara hidroponik dapat dilakukan di dalam ruangan sekalipun.
- b. Kebutuhan air, unsur hara, maupun sinar matahari dapat diatur menurut jenis dan kebutuhan tanaman, baik secara manual, maupun mekanik ataupun elektrik.
- c. Pengontrolan hama lebih mudah.
- d. Kebutuhan lahan dan tenaga dapat dihemat.
- e. Pada lahan yang relatif sama dapat ditanam lebih dari satu tanaman. Kondisi tanaman dan lingkungan lebih bersih.
- f. Media tertentu dapat terpakai berulang kali, seperti pecahan batu bata, perlit dan batu koral split.
- g. Tidak diperlukan perlakuan khusus seperti pengemburan tanah karena media tanamnya bukan tanah.

Berdasarkan penggunaan larutan nutrisinya, hidroponik digolongkan menjadi dua, yaitu hidroponik sistem terbuka dan hidroponik sistem tertutup. Pada hidroponik sistem terbuka, larutan nutrisi dilarutkan ke daerah perakaran tanaman dan kelebihan dibiarkan hilang. Sedangkan hidroponik sistem tertutup, kandungan unsur-unsur hara dalam larutan nutrisi akan berubah seiring dengan penyerapan oleh tanaman.

Meskipun memanfaatkan kebutuhan air budidaya dengan sistem hidroponik cenderung lebih sedikit dalam menggunakan air dibanding budidaya dengan tanah. Hal tersebutlah yang menyebabkan cara tanam dengan hidroponik lebih efisien. Terlebih jika di terapkan di daerah yang memiliki pasokan air terbatas. Meski tak sebesar negara-negara Amerika ataupun Eropa, Indonesia pun terlanda demam hidroponik, sayangnya perkembangannya tersendat sendat. Meski demikian ada juga pengusaha hidroponik di Indonesia yang berhasil mengeksport hasil kebunnya. Diantara Tokoh yang berhasil dalam bisnis hidroponik adalah Bob Sadino.

Untuk mengusahakan sayuran berkualitas, sebagai pengusaha menggunakan teknologi ala Belanda. mereka juga membangun sejumlah rumah plastik dengan sistem *piggy back* berkontruksi besi. Untuk distribusi air dan nutrisi peralatan mikroirigasi memegang peranan penting. dengan desain yang pas, pemberian nutrisi bisa disesuaikan dengan kebutuhan tanaman. Ada juga yang memilih hidroponik model tunnel dan memadukannya dengan mikroirigasi. Bagaimanapun juga, bisnis hidroponik membutuhkan produk mutakhir investasi tinggi dan keahlian khusus. Faktor inilah yang menghambat perkembangan

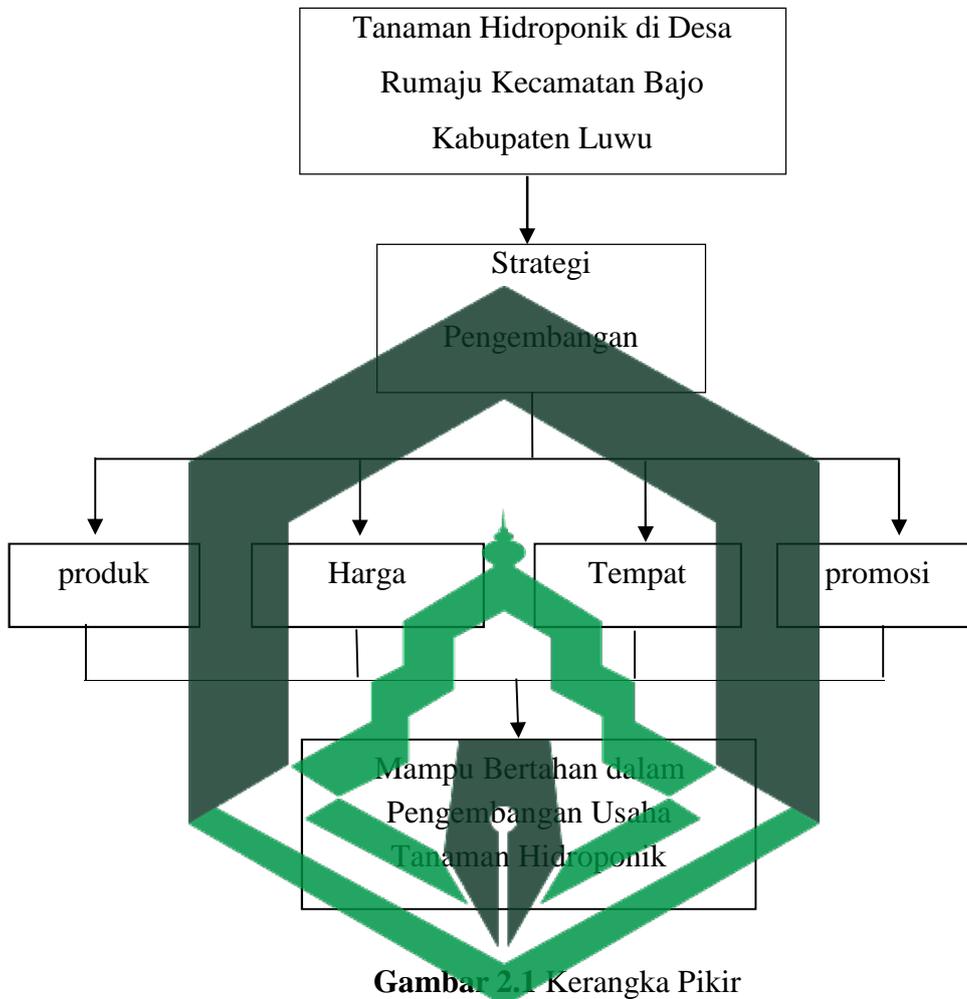
perkebunan anti tanah itu. Ironisnya permintaan baik dari dalam maupun luar negeri terus mengalir, padahal pasokan serba terbatas dan kurang kontinu di lain pihak, ketika ada keinginan untuk memperluas usaha perlu sumber daya dan modal yang tidak sedikit. Untuk mengatasi kondisi seperti ini di tahun 1980-an mulai dibentuk pola kemitraan, yang anggotanya terdiri dari plasma-plasma. Untuk penghematan, plasma yang terdiri dari para pelakon hidroponik tak terlalu mengandalkan teknologi canggih, sebagai gantinya mereka menerapkan konsep hidroponik sederhana, misalnya rumah-rumah tanaman dibentuk dari plastik dan *netting house* yang terbuat dari batang-batang bambu. Sebagai pengganti *rockwool*, mereka juga memanfaatkan media khas Indonesia yakni arang sekam. Sementara itu untuk memenuhi kebutuhan nutrisi, tanaman harus selalu memakai resep khusus, cukup mengandalkan pupuk kimia biasa meski terlihat simpel kualitas produk yang bisa dipetik tak kalah dengan hasil produk yang canggih, kenyataannya pembentukan plasma seperti itu mulai menunjukkan perkembangan menggembirakan.

E. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori ini berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti.²⁸

²⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, cet. 20 (Bandung: CV Alfabeta, 214), 60.

Berdasarkan judul penelitian, maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Meninjau dari alur gambaran kerangka pikir diatas, untuk itu strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengusaha hidroponik itu ada 4 strategi yang digunakan :

1. Strategi produk. Strategi produk ini sangat penting dalam mengembangkan dan memasarkan produk.
2. Strategi harga. Untuk menentukan harga untuk sebuah produk .
3. Strategi tempat. Yaitu tempat yang mudah dijangkau oleh para konsumen dan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.
4. Strategi promosi. Yaitu kegiatan yang dilakukan atau memberitahukan konsumen agar membeli suatu produk.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Secara analisa melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memaparkan data-data yang di peroleh di lapangan sehingga peneliti bisa menganalisis dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini. Dalam penelitian yang akan diamati adalah strategi pengembangan usaha tanaman hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif merupakan satu pengolahan data yang bersifat uraian, argumentasi, dimana paparan yang kemudian akan dianalisa. Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian ini yaitu mempermudah peneliti mendeskripsikan hasil penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Rumaju Kec. Bajo Kab. Luwu. Waktu penelitian merupakan waktu yang digunakan peneliti dalam melakukan suatu penelitian guna memperoleh data dan informasi terkait dengan permasalahan yang diteliti.

C. Definisi Istilah

1. Strategi Pengembangan

Strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan

tertentu. Ia merupakan sebuah rencana untuk sebuah kegiatan.²⁹ Di dalamnya termasuk formulasi tujuan dan kumpulan rencana kegiatan. Hal itu mengindikasikan adanya upaya memperkuat daya saing pekerjaan bisnis dalam mengelola organisasi dan mencegah pengaruh luar yang negatif pada kegiatan organisasi. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

2. Usaha Hidroponik

Usaha adalah kegiatan manusia yang dilakukan guna mencapai suatu tujuan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari.³⁰ Hidroponik adalah teknik penanaman dengan media tanam non tanah, bisa berupa krikil, pasir kasar, atau sabut kelapa. Sebenarnya, hidroponik telah dikenal sejak lama.³¹ memanfaatkan kebutuhan air budidaya dengan sistem hidroponik cenderung lebih sedikit dalam menggunakan air dibanding budidaya dengan tanah. Hal tersebutlah yang menyebabkan cara tanam dengan hidroponik lebih efisien. Terlebih jika diterapkan di daerah yang memiliki pasokan air terbatas.

D. Subjek (Informan Penelitian)

Dalam penelitian kualitatif informan merupakan orang yang menjadi sumber data yang akan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam suatu

²⁹ Sedarmayanti, M. *Manajemen Strategi*. (Bandung: PT. Refika Aditama), h. 76

³⁰ Rangkuti, F. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), h. 132

³¹ Istiqomah Siti, *Menanam Hidroponik*, (Jakarta: Azka press, 2016), h. 1

penelitian.³² Untuk mendapatkan informasi yang diharapkan, peneliti harus memilih informan kunci yang tentunya memiliki pengetahuan dan keterlibatan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Memilih informan yang tetap merupakan salah satu kunci dari suksesnya suatu penelitian karena semua informan yang telah dipilih peneliti selanjutnya akan diwawancarai secara mendalam guna mendapatkan suatu informasi yang relevan, valid, dan memadai.³³ Adapun subjek/informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha hidroponik dan Tokoh masyarakat (Aparat desa/kepala desa).

E. Sumber Data

Data penelitian didapatkan dari data primer dan data sekunder sebagaimana sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer adalah data dalam bentuk variabel atau kata-kata diucapkan secara lisan. Gerak gerik perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya. Dalam hal ini adalah subjek penelitian (informasi) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Dalam hal ini peneliti memperoleh data sekunder dari lembaga atau

³² Nur Sayidah, Metode Penelitian: Disertai Dengan Contoh Penerapannya dalam Penelitian, Edisi 1 (Tanam Sidoarjo: Zifatma Jawara, 2018), h. 143

³³ Rukin, Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan 1, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2019), h. 75.

instansi yang terkait dengan penelitian yaitu dari pemilik usaha dan buku-buku yang berkaitan dengan peran pemerintah daerah terhadap pengembangan potensi ekonomi daerah, jurnal, skripsi, serta data lainnya yang dapat membantu agar data menjadi relevan dalam penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang terpenting dalam suatu penelitian, bahkan merupakan suatu keharusan bagi seorang peneliti. Untuk memperoleh data yang diperlukan dengan penelitian, maka peneliti menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data.³⁴ Sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi subjek di seputar lokasi penelitian yaitu pada masyarakat di Desa Rumaju. Observasi ini merupakan studi yang bersifat sistematis yaitu melakukan pengamatan aspek-aspek yang akan di kaitkannya dengan masalah yang sebelumnya penulisan harus merencanakan hal- hal apa saja yang perlu diambil agar masalah tersebut mudah dipecahkan.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet.II;Bandung:Alfabeta,2014), h. 139.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan yang dilakukan oleh pihak, yaitu pewawancara (interviewe). Wawancara yaitu sebagai alat pengukur informasi yang digunakan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan kepada narasumber yang akan diajukan secara lisan dan di jawab secara lisan. Hasil dari wawancara ini akan diolah dan digunakan dengan hasil yang dikumpulkan dari pola pengumpulan dara lainnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu peristiwa yang berlaku, yang dapat berbentuk pencatatan, tulisan, gambaran maupun karya-karya yang bernilai dari seseorang. Dokumentasi merupakan pendukung dari metode observasi dan metode wawancara dalam suatu penelitian kualitatif.

G. Pemeriksaan Keabsahan Data

Agar data dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya, dilakukan pengecekan data melalui:

a. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan mencari kedalaman. Untuk itu, observasi yang cermat dilakukan terus menerus hingga muncul perilaku yang diharapkan.

b. Triangulasi

Sesuatu diluar data yang diteliti untuk penarikan kesimpulan dan perbandingan. Triangulasi dilakukan dengan sumber dan metode. Pemicunya adalah membandingkan hasil observasi dengan wawancara dengan masyarakat

dan aparat pemerintahan.

H. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono analisis data merupakan prosedur pencarian dan penyusunan yang dilakukan secara terstruktur sesuai dari perolehan wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan melakukan pengeorganisasian data kedalam kategori, dijabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, penyusunan kedalam pola, melakukan pemilihan berdasarkan tingkat kepentingan untuk selanjutnya dipelajari, dan melakukan penarikan kesimpulan agar dapat mengerti secara pribadi atau orang lain.³⁵

Berdasarkan analisis data menurut Miles dan Huberman menjelaskan ada tiga aktivitas saat melakukan analisis data yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data berarti meringkas, memilih salah satu hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Bertujuan untuk menyederhanakan data yang diperoleh di lapangan dan membuang data yang tidak terkait dengan penelitian. Sehingga tujuan dari penelitian tidak hanya untuk menyederhankan data tetapi juga memastikan bahwa data yang diolah adalah data yang menyangkut tentang penelitian.

2. Penyajian data

Setelah melakukan kondensasi data maka selanjutnya adalah disajikan.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*, h. 476-482.

Penyajian data merupakan kegiatan menampilkan data secara terorganisir yang sebelumnya telah ada yang kemudian memungkinkan untuk dilakukannya penarikan kesimpulan. Tampilan data biasanya disajikan dalam bentuk narasi singkat, matriks, grafik, bagan, dan jaringan. Hal ini dirancang untuk mengumpulkan data yang terorganisir agar menjadi sebuah informasi yang dapat segera diakses, sehingga analisis dapat melihat apa yang terjadi agar dapat melangkah ketahapan selanjutnya.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahapan ketiga dalam analisis data menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dimana kesimpulan awal yang diuraikan masih bersifat sementara dan akan terjadi perubahan jika tidak adanya lagi informasi yang valid yang mendukung langkah pengumpulan selanjutnya namun ditemukan informasi yang mendukung penarikan kesimpulan awal maka kesimpulan yang dilakukan adalah bersifat kredibel.



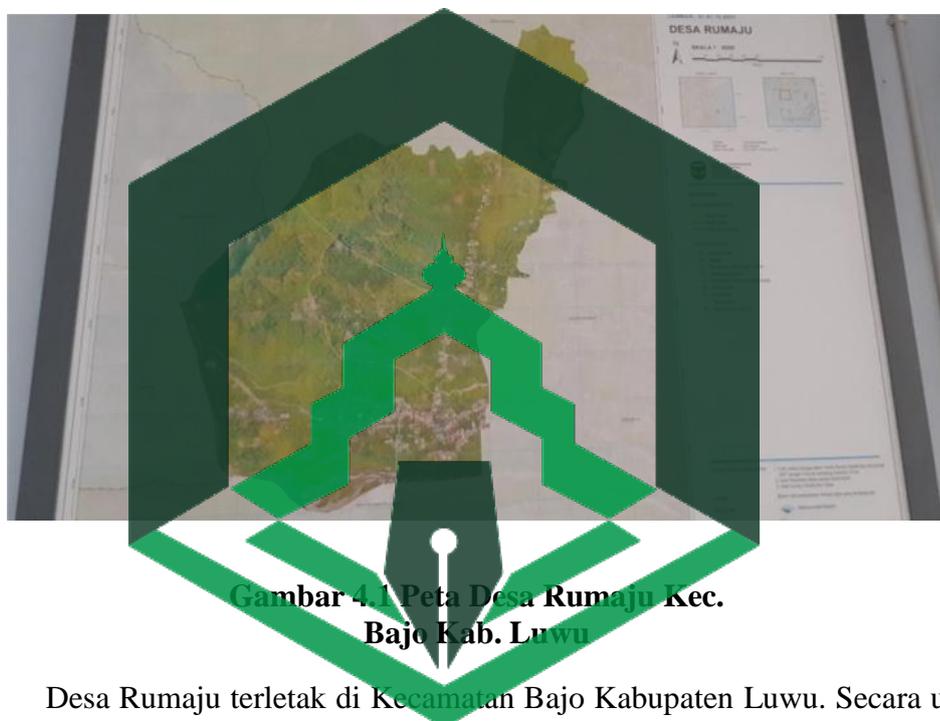
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Ramuju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu

1. Sejarah dan Letak Geografis Desa Ramuju Kecamatan Bajo

Kabupaten Luwu



Desa Rumaju terletak di Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu. Secara umum keadaan Desa Rumaju memiliki bentuk wilayah berombak sampai berbukit sekitar 21% dengan tinggi pusat pemerintahan wilayah desa dari permukaan laut sekitar 46m. Desa Rumaju memiliki luas wilayah keseluruhan 415 ha yang berada di barat daya Belopa, ibu kota Kabupaten Luwu. Perkampungan warga Desa Rumaju adalah sebagian dibantaran sungai dan sebagian di pegunungan. Letak geografis terletak di kordinat $3^{\circ}22'0'' - 3^{\circ}22'30''$ LS $120^{\circ}19'0'' - 120^{\circ}19'30''$ BB.¹

Desa Rumaju terdiri dari empat dusun dan juga empat RT/RW yaitu

Dusun Rumaju memiliki nomor RT/RW (001/001), Dusun Papatallang memiliki nomor RT/RW (002/002), Dusun Tocemba memiliki nomor RT/RW (003/003) dan Dusun Sarurang memiliki nomor RT/RW (004/004). Jarak pusat pemerintahan Desa Rumaju dari Ibu Kota Kecamatan adalah 1 km, sedangkan jarak Desa Rumaju ke Ibu Kota Kabupaten Luwu adalah 8 km $\frac{1}{4}$ jam. Luas wilayah Desa Rumaju sebesar 415 ha. dengan batas batas sebagai berikut:

1. Sebelah Utara : Desa Saga, Kecamatan Bajo
2. Sebelah Timur : Desa Bajo
3. Sebelah Selatan : Desa Tallang Bulawan, Kecamatan Bajo
4. Sebelah barat : Desa Sampeang Kecamatan Bajo.²

2. Jumlah penduduk

Penduduk atau warga negara dapat didefinisikan sebagai orang yang secara hukum berhak tinggal di daerah tersebut. Dengan kata lain orang yang mempunyai surat resmi untuk tinggal di situ. Desa Rumaju sendiri memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.824 dengan pembagian antara laki-laki dan perempuan sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Jumlah Penduduk Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu

NO.	DUSUN	JUMLAH PENDUDUK		
		L	P	JUMLAH
1	RUMAJU	301	328	629
2	PAPATALLANG	385	355	740
3	TOCEMBA	113	107	220
4	SARURANG	116	119	235
	TOTAL	915	909	1824

Sumber Data: Profil Kependudukan Desa Rumaju Tahun 2021

Tabel 4.2. Jumlah KK Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu

NO.	DUSUN	JUMLAH KK
1.	RUMAJU	185
2.	PAPPATALLANG	176
3.	TOCEMBA	64
4.	SARURANG	61
	TOTAL	486

Sumber Data: Profil Kependudukan Desa Rumaju Tahun 2021

Penduduk Desa Rumaju pada tahun 2021 berjumlah 1824 jiwa dari 4 Dusun. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 4 Dusun tersebut, Dusun Papatallang adalah dusun yang memiliki jumlah penduduk yang paling banyak di Desa Rumaju yakni 740 jiwa di banding dari empat dusun lainnya. Masyarakat di Desa Rumaju, khususnya warga yang berasal dari masyarakat kurang mampu, yang umumnya selama ini kurang begitu memperhatikan pendidikan untuk masa depan anak-anaknya yang dikarenakan ekonomi, kini telah dapat mengecap bangku sekolah, minimal tamat SLTA, hal ini sangat dibantu dengan adanya program pemerintah wajib belajar 9 tahun, dan adanya keringanan biaya pendidikan bagi anak tidak mampu.

**Table 4.3 Daftar Nama-nama Yang Telah Menjabat Kepala Desa
di Desa Rumaju**

NO.	NAMA	PERIODE
1.	Muhammad	1960-1980
2.	Ratif	1980-1989
3.	H. Muh Nawir	1990-2001
4.	H. Sardi Nuhung	2002-2013
5	Hj. Empeng Nuhung	2014-2019
6	Abdurrachman Syah	2020-sekarang

Sumber Data: Profil desa Rumaju Tahun 2023

Daftar nama-nama tersebutlah yang telah menjadi Kepala Desa di Rumaju daritahun ke tahun, mulai dari tahun 1960 sampai sekarang

3. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Desa Rumaju yaitu:

a. Visi

Terwujudnya masyarakat Rumaju yang inovatif, dan berakhlak mulia.

b. Misi

1. Penyelenggaraan pemerintahan yang memberikan pelayanan prima kepadamasyarakat, transparansi dan akuntabel.
2. Membangun SDM warga desa Rumaju yang mandiri, inovatif dan berdayasaing.
3. Peningkatan kualitas dan prasarana aktivitas kepemudaan, pendidikan kesehatan dan keagamaan yang bersinergi.
4. Mendorong perwujudan desa yang terkoneksi.
5. Mendorong terciptanya program pariwisata desa yang berkualitas danbersaing.
6. Pembangunan desa melalui program tata ruang desa yang berbasis pada

produktivitas ekonomi.

Dari Visi dan Misi di atas, Pemerintah Desa Rumaju mengharapkan bahwa masyarakat Desa Rumaju bisa menjadi lebih baik dari sebelumnya dalam penjagaan martabat manusia, menjadi lebih agamais, menjaga agar lingkungan tetap bersih, efektif dalam pembangunan desa, efisien dalam pemanfaatan sumber daya alam, peningkatan potensi sumber daya manusia serta sistem pemerintahan yang demokratis,berwibawa dan berkemampuan.

4. Program Kerja

Berikut program kerja Desa Rumaju dalam satu tahun terakhir yaitu tahun 2021-2022:

- 
- a. Penanganan dan pencegahan Covid-19
 - b. Bantuan Langsung Tunai (BLT)
 - c. Kegiatan rutin (Posyandu)
 - d. Pospindu
 - e. Stanting
 - f. Pengadaan lampu jalan
 - g. Pembangunan rapat beton
 - h. Bantuan benih jagung dalam bidang pertanian
 - i. Budidaya ikan lele
 - j. Kegiatan pemberdayaan masyarakat⁶

Sejumlah program kerja yang dicanangkan oleh pemerintah Desa Rumaju telah memberikan banyak manfaat kepada masyarakatnya terkhususnya bagi Petani Jagung yang bisa mendapatkan bantuan benih jagung meskipun kualitas benih yang diberikan bukan kualitas tinggi. Bantuan- bantuan berupa dana langsung atau sembako juga sangat membantu masyarakat yang dalam menutupi

kekurangan bahan dapur.

5. Struktur Organisasi Kantor Desa Rumaju Kecamatan Bajo

Yang terdiri atas nama-nama anggota dimana ada kerja sama dan tujuan yang ingin dicapai bersama:

Table 4.4 Struktur Organisasi Kantor Desa

NO	NAMA	JABATAN
1.	Abdurrachman Syah, S.Pi	Kepala Desa
2.	Sofia Nuhung	Sekretaris
3.	Ashabul Kaffi. A	KASI Pemerintahan
4.	Herman	KASI Kesejahteraan dan Pelayanan
4.	Mudrika	KAUR Umum dan Perencanaan
5.	Fitriyani. D	KAUR Keuangan
6.	Nasrullah	KADUS Rumaju
7.	Arfan Annas	KADUS Papatallang
8.	Musvita	KADUS Tocemba
9.	Ashar	KADUS Sarurang

Sumber Data: Profil Desa Rumaju tahun 2022

Daftar nama-nama tersebutlah yang masuk dalam struktur organisasi Kantor Desa Rumaju dan menjadi wakil masyarakat dalam membantu serta menjalankan sistem pemerintahan di Desa Rumaju.

6. Tugas dan Fungsi

Adapun tugas dan fungsi perangkat desa antara lain:

a. Kepala Desa

Tugas dan wewenangnya adalah menyelenggarakan urusan tata praja pemerintahan, penetapan peraturan desa, pembinaan masalah pertanahan,

pembuatan ketentraman dan ketertiban, melakukan upaya perlindungan masyarakat, administrasi kependudukan, dan penetaan dan pengelolaan wilayah. Melaksanakan pembangunan, sarana prasarana pedesaan, pembangunan bidang pendidikan, kesehatan, pelaksanaan hak dan kewajiban masyarakat, partisipasi masyarakat, sosial budaya masyarakat, keamanan dan ketenagakerjaan, melaksanakan sosialisasi dan motivasi masyarakat dalam bidang ekonomi, politik, lingkungan hidup, pemberdayaan keluarga, Pemuda olahraga, dan karang taruna serta menjaga hubungan kemitraan dengan lembaga masyarakat dan lembaga lainnya.

b. Sekretaris Desa

Sebagian tugas dan wewenangnya adalah:

- 1) Melaksanakan urusan penatausahaan seperti tata naskah, administrasi surat menyurat, arsip, dan ekspedisi.
- 2) Melaksanakan urusan umum seperti administrasi perangkat desa, penyediaan prasarana perangkat desa dan kantor, penyiapan rapat, pengadministrasian asset, inventarisasi, perjalanan dinas, dan pelayanan umum.
- 3) Melaksanakan urusan keuangan, administrasi sumber-sumber pendapatan dan pengeluaran, verifikasi administrasi keuangan, dan administrasi penghasilan kepala desa, perangkat desa, BPD, dan lembaga pemerintahan desa lainnya.
- 4) Melaksanakan urusan perencanaan meliputi penyusunan dokumen perencanaan pembangunan, rencana anggaran pendapatan dan

belanja desa, menginventarisir data-data dalam rangka pembangunan, melakukan monitoring dan evaluasi program, serta penyusunan laporan.

c. Kepala Seksi

Pemerintahan Bidang pemerintahan dalam membantu kepala desa/ kelurahan mempunyai tugas:

- 1) Melaksanakan kegiatan administrasi kependudukan
- 2) Mempersiapkan bahan-bahan untuk penyusunan rancangan peraturan desa dan keputusan desa
- 3) Melaksanakan kegiatan administrasi pertanahan
- 4) Melaksanakan kegiatan pencatatan monografi desa
- 5) Mempersiapkan dan melaksanakan kegiatan penataan kelembagaan masyarakat bagi kelancaran penyelenggaraan pemerintah desa
- 6) Mempersiapkan bahan dan agenda untuk penyelenggaraan rapat BPD/BPK
- 7) Mempersiapkan bahan dan melaksanakan kegiatan kemasyarakatan yang berhubungan dengan menciptakan ketertiban dan pertahanan sipil
- 8) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan sekretaris desa

d. Kepala Seksi Kesejahteraan

Sebagian tugas dan wewenangnya adalah melaksanakan pembangunan sarana prasarana pedesaan, pembangunan bidang

pendidikan, kesehatan, dan tugas sosialisasi serta motivasi masyarakat di bidang budaya, ekonomi, politik, lingkungan hidup, pemberdayaan keluarga, pemuda, olahraga, dan karang taruna.

e. Kepala Seksi Pelayanan

Sebagian tugas dan wewenangnya adalah melaksanakan penyuluhan dan motivasi terhadap pelaksanaan hak dan kewajiban masyarakat, meningkatkan upaya partisipasi masyarakat, pelestarian nilai sosial budaya masyarakat. Keagamaan, dan keternagakerjaan.

f. Kepala Urusan Umum

Kepala urusan umum dalam membantu sekretaris desa mempunyai tugas:

- 1) Melaksanakan, menerima dan mengendalikan surat-surat masuk dan keluar serta melaksanakan tata kearsipan
- 2) Pencatatan inventaris kekayaan desa
- 3) Melaksanakan kegiatan administrasi umum
- 4) Melaksanakan penyediaan, penyimpanan dan pendistribuan alat-alat tulis kantor serta pemeliharaan dan perbaikan peralatan kantor
- 5) Menegelola admistrasi perangkat desa
- 6) Mempersiapkan bahan-bahan laporan baik berupa notulen rapat maupun bentuk-bentuk laporan lainnya yang menjadi kewajiban pemerintah desa kelurahan
- 7) Mempersiapkan bahan-bahan laporan baik berupa notulen rapat maupun bentuk-bentuk laporan lainnya yang menjadi kewajiban

pemerintah desa kelurahan

8) Melaksanakan tugas tugas lain yang diberikan sekertaris desa

g. Kepala Urusan Keuangan

Kepala urusan keuangan dalam membantu sekertaris desa mempunyai tugas:

- 1) Menghimpun, menggali, dan menganalisa sumber pendapatan desa
- 2) Melaksanakan kegiatan administrasi keuangan desa
- 3) Mempersiapkan bahan penyusunan APBN desa
- 4) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan sekertaris desa

h. Kepala Dusun

Sebagai unsur kewilayahan mempunyai tugas dan fungsi baerikut:

Pembinaan ketentraman dan ketertiban, pelaksanaan upaya perlindungan masyarakat, mobilitas kependudukan, dan penataan dan pengelolaan wilayah.

- 1) Mengawasi pelaksanaan pembangunan di wilyahnya.
- 2) Melaksanakan pembinaan kemasyarakatan dalam meningkatkan kemampuan kesadaran masyarakat dalam menajaga lingkungannya.
- 3) Melakukan upaya-upaya pemberdayaan masyarakat dalam menunjang kelancaran penyelenggaran pemerintahan dan Pembangunan.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu

Desa Rumaju merupakan salah satu desa yang terdapat pada Kecamatan Bajo. Desa Rumaju merupakan daerah penghasil sayuran hidroponik yang masih beroperasi dalam usaha industri sayuran segar dibanding desa lainnya. Hal ini dibuktikan oleh tetap bertahannya usaha hidroponik dan menghasilkan hasil panen yang melimpah serta adanya peran dan dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan usaha hidroponik yang ada di Desa Rumaju. Pengembangan pertanian secara modern dengan sistem hidroponik dinilai mampu menjadi salahsatu alternatif karena tidak membutuhkan lahan yang luas.

Adapun strategi pengembangan usaha tanaman hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu adalah sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Strategi produk adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan dalam jangka panjang. Strategi ini dilakukan oleh pengusaha hidroponik yang ada di Desa Rumaju yaitu untuk mempertahankan kualitas sayuran yang akan dijual. Adapun cara yang dilakukan petani hidroponik untuk mempertahankan kualitas sayuran adalah dengan memilih jenis tanaman atau sayuran yang memiliki umur yang pendek, mampu meyerap dan menyimpan banyak air dan sayuran yang sekali panen, seperti selada, pakcoy, dan kangkung.

Adapun hasil wawancara peneliti dengan pelaku usaha hidroponik di Desa

Rumaju:

“kalau saya disini tanaman hidroponik ku tidak pake tanah cuman air ji dipakai yang dikasi larutan nutrisi sama pupuk supaya bisa subur, kenapa ka kasi juga larutan nutrisi supaya terjaga kualitas sayuranku”³⁶

Adapun wawancara peneliti dengan pelaku usaha hidroponik lainnya:

“kalau saya pelihara sayur hidroponik ku pake air ji karena pengehematan air dan lahan ji itupun pemupukannya juga disediakan supaya terjamin hasil produksinya dengan baik”³⁷

Hasil wawancara peneliti dengan pelaku usaha tanaman hidroponik lainnya:

“saya disini pake ka pedoman keamanan pangan untuk produksi hidroponik ku menggunakan nutrisi yang aman dan pengendalian hama supaya pas dijual dipasar atau di took-toko bagus kualitasnya sayuran hidroponik ku”³⁸

Adapun hasil wawancara peneliti dengan masyarakat Desa Ramuju adalah:

“kalau saya liat itu pelaku usaha hidroponik di dekat rumahku bagus ji tawwa kualitas sayurannya, segar segar semua jadi enak juga di konsumsi”

Hasil wawancara peneliti dengan masyarakat Desa Ramuju yaitu:

“pernah ka beli ih sayurannya itu bapak Muhammad Akbar segar ji tawwa sayurannya enak juga di konsumsi jadi sering ka beli ih distu”

b. Strategi Harga

Strategi Harga merupakan salahsatu rangsangan pemasaran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan karena harga yang bisa dijangkau konsumen akan menghasilkan pendapatan dari hasil penjualan yang dilakukan. Harga juga

³⁶ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Ahmad saing pada tanggal 4 Mei 2023

³⁷ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Fahrullah pada tanggal 4 Mei 2023

³⁸ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Muhammad Akbar pada tanggal 4 Mei 2023

menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Dalam pemasaran harus bisa menentukan harga yang tepat untuk konsumennya. Penentuan harga yang dipengaruhi oleh kualitas produk, sehingga dalam menentukan harga harus menyeimbangkan antara kualitas produk dan harga agar tidak terjadi penipuan terhadap harga.

Adapun strategi harga yang dilakukan pelaku usaha hidroponik di Desa Rumaju yaitu dengan menyesuaikan kualitas dengan harga sehingga para konsumen yang ingin membeli sayuran hidroponik tidak kecewa dengan kualitas yang diberikan pelaku usaha hidroponik yang ada di Desa Rumaju tersebut.

Adapun wawancara peneliti dengan pelaku usaha hidroponik di Desa Rumaju adalah:

“kalau saya itu menyesuaikan dengan kualitas sayuran ku sama harga yang sajualkan ke pasar supaya pembeli ku bisa kembali lagi belanja di saya karna puas ji dengan kualitasnya sayuranku”³⁹

Berikutnya wawancara peneliti dengan pelaku usaha hidroponik di Desa Rumaju yaitu:

“kalau patokan harga saya itu ku kasi orang dengan harga standar supaya tidak mengeluh dengan harga pelangganku karna kupikir percuma harga mahal kalau tidak bagus ji kualitas sayuranku begitu ji prinsipku”⁴⁰

³⁹ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Muhammad Akbar padatanggal 4 Mei 2023

⁴⁰ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Fahrullah pada tanggal Mei 2023

Selanjutnya hasil wawancara dengan salah satu pelaku usaha tanaman hidroponik yaitu:

“saya itu sakasi patokan sesuai kualitas sayuranku karna percuma serasa bagus kualitas sayurku tapi murah harganya kan tidak seimbang kalau begtu jadi kuksi patokan harga yang sesuai kualitas tanaman sayuran hidroponik ku begitu ji prinsipku”.⁴¹

Adapun wawancara dengan masyarakat Desa Ramuju tentang sayuran hidroponik adalah:

“pernah ka beli ih distu tanaman hidroponiknya pak Fahrullah sesuai ji tawwa harganya dengan isi dompetnya orang sini jadi enak ji kalau mauki ma pesan”.⁴²

Selanjutnya wawancara peneliti dengan masyarakat Desa Ramuju adalah:

“saya itu biasa ta satu dua kali jika beli ih di bapak Muhammad Akbar murah ji biasa naksi ka harga sayuran hidroponik baru bagus kualitasnya jadi bagus tawwa enaknyaji juga sayurannya”.⁴³



⁴¹ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Ahmad saing pada tanggal 4 Mei 2023

⁴² Hasil wawancara dengan masyarakat Desa Rumaju Ibu Wahida pada tanggal 4 Mei 2023

⁴³ Hasil wawancara dengan masyarakat Desa Rumaju Ibu Napsah pada tanggal 4 Mei 2023

c. Strategi Tempat

Strategi tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa dan siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Strategi tempat yang dilakukan oleh pengusaha hidroponik di Desa Rumaju dalam mengembangkan usaha sayuran hidroponiknya yaitu menggunakan lahan pribadi yang berdekatan dengan rumah mereka. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak kesulitan dalam melakukan transaksi dengan petani hidroponik. Selain itu petani hidroponik juga lebih mudah mengontrol proses perkembangan tanaman.

Adapun hasil wawancara peneliti dengan pelaku usaha hidroponik di Desa Rumaju yaitu:

“saya itu tanam ka tanaman hidroponik cari tempat yang bisa najangkau konsumenku supaya tidak susah susah mi konsumen ku kalau cari tananaman hidroponik kalau mau nakonsumsi tempat ku juga tanam ih gampang sajangkau supaya bisa ka perhatikan ih setiap saat bagaimana perkembangannya”.

Selanjutnya hasil wawancara peneliti dengan pelaku usaha hidroponik yaitu:

“kalau saya itu bikin ka tanaman hidriponik dekat dari rumah sendiri dan dekat dari pelanggan ku supaya gampang ji di kunjungi”⁴⁴

Hasil wawancara peneliti dengan salah satu usaha tanaman hidroponik di Desa Rumaju yaitu:

“kalau saya kurencanakan memang dari awal kalau mau ka buat tanaman hidroponik ku kasi dekat dengan orang orang yang suka

⁴⁴ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Muhammad Akbar padatanggal 4 Mei 2023

konsumsi tanaman hidroponik supaya tidak susah mi lagi cari-cari tempat lain ada mi tempatku yang dekat bisa nakunjungi”⁴⁵

d. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang tepat dan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk itu. Strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha tanaman hidroponik dalam mengembangkan usaha yaitu dengan cara word of mouth atau mempromosikan dari mulut ke mulut. Maksudnya adalah konsumen yang sering membeli produk hidroponik menceritakan kepada orang lain tentang produk hidroponik. Petani hidroponik juga berhubungan baik kepada konsumennya, melakukan promosi melalui media online dan menjalin kerja sama dengan pemilik toko frozen, warung makan, restaurant, kafe dan kedai-kedai. Cara ini memang masih sederhana tetapi dapat meningkatkan permintaan dan hasil penjualan.

Adapun hasil wawancara peneliti dengan pelaku usaha hidroponik di Desa Rumaju yaitu:

“kalau saya itu sapromosikan jualanku dengan cara sakasi tau orang melalui facebook biasa karna di facebook cepat nadapat orang karena banyak juga orang pake facebook”⁴⁶

⁴⁵ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Ahmad Saing pada tanggal 4Mei 2023

⁴⁶ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Ahmad Saing pada tanggal 4Mei 2023

Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik di Desa Rumaju adalah:

“kalau saya itu sapasarkan jualan hidroponik ku lewat instagram ji biasa sa bayar itu orang untuk napromosikan jualanku lewat instagram karena anak muda sekarang banyak gunakan aplikasi instagram jadi enak mi kalau mau ka share ih”⁴⁷

Selanjutnya hasil wawancara peneliti dengan salah satu pelaku usaha hidroponik di Desa Rumaju yaitu:

“kalau saya kasian biasa keluarga ku ji kusuruh uploadkan ka di aplikasinya mau itu wa, fb, sama ig kusuruh uploadkan ka karna tidak terlalu kutau saya pakai aplikasi yang napake anak muda jaman sekarang jadi begitu ji biasa kusuruh keluarga ku sharekan ka di media sosialnya”⁴⁸

Berikutnya hasil wawancara peneliti dengan masyarakat Desa Rumaju adalah:

“kalau saya itu ku pesan ji biasa lewat media sosial itu sayuran kah biasa lewat ji beranda fb ku atau beranda ig ku itu jualannya jadi kupesan lewat media sosial ji baru nanti langsung kerumahny ka ambil kalau sudah mi sapesan”⁴⁹

Selanjutnya hasil wawancara peneliti dengan masyarakat Desa Rumaju yaitu:

“saya biasa ku chat ji langsung di Wa itu pak Akbar nanti kalau sudah nasiapkan mika na chat kembali jika kalau sudah nah packing”⁵⁰

Hal yang dapat ditarik dalam hasil penelitian diatas adalah dengan adanya strategi yang dilakukan untuk pengembangan usaha

⁴⁷ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Muhammad Akbar padatangal 4 Mei 2023

⁴⁸ Hasil wawancara dengan pelaku usaha hidroponik bapak Fahrullah pada tanggal 4 Mei 2023

⁴⁹ Hasil wawancara dengan masyarakat Desa Rumaju Ibu Hasrah pada tanggal 4 Mei 2023

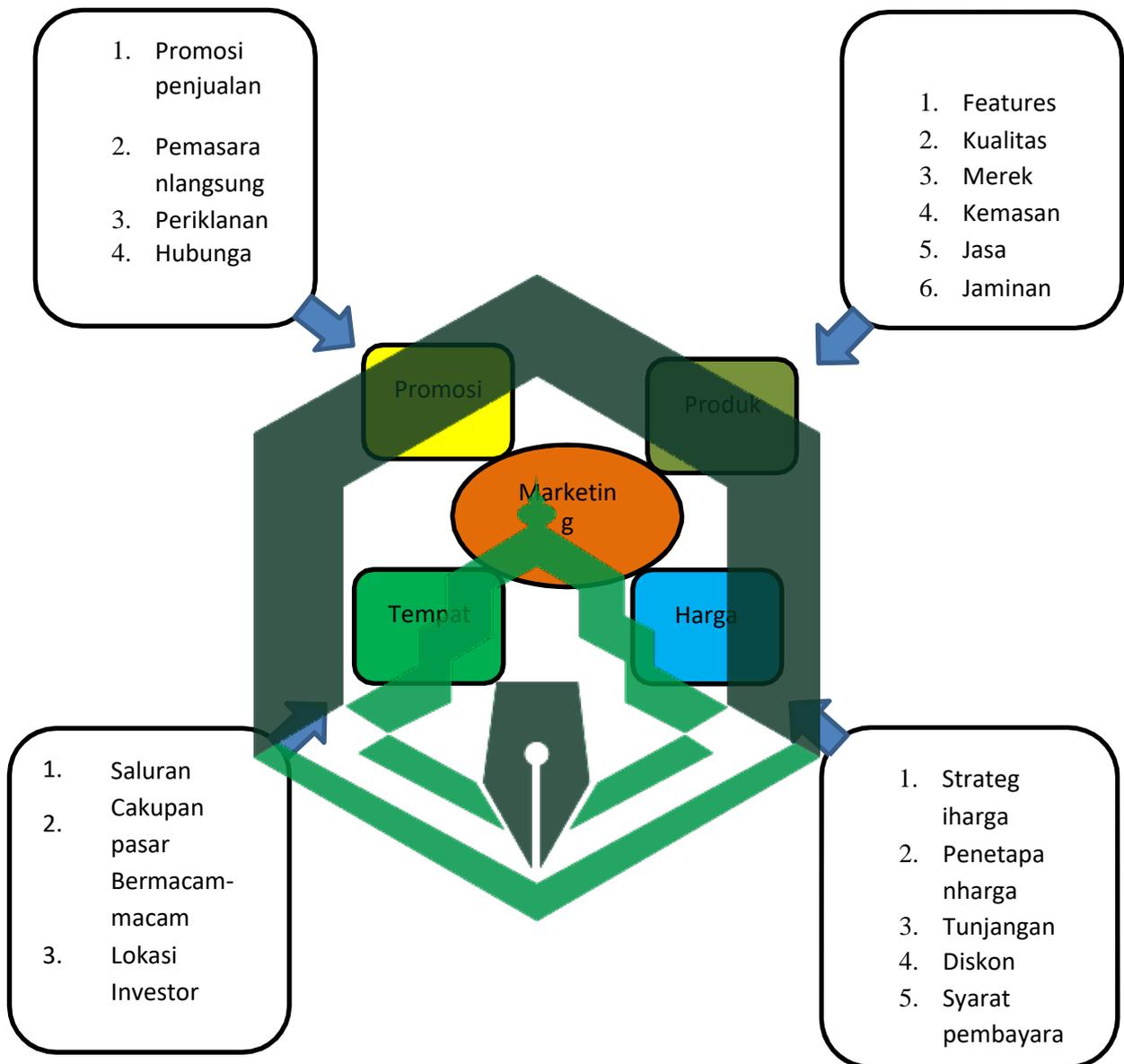
⁵⁰ Hasil wawancara dengan masyarakat Desa Rumaju Ibu Hasrianti pada tanggal 4 Mei 2023

hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu pengusaha dapat melihat kekurangan dan kelebihan dari proses strategi penjualan tanaman hidroponiknya. Tingkat efektivitas pemasaran maupun kualitas produk juga harus tepat sasaran sehingga tidak ada proses operasional yang dilakukan dengan sia-sia. Sederhananya sebegus apapun produk yang ditawarkan perusahaan hidroponik dalam usaha yang dilakukan jika tidak mengetahui atau gagal dalam memelihara dan memasarkan produknya dengan baik maka akan sia-sia juga.

Adapun Diagram dari Strategi Pemasaran dari pengembangan Usaha Tanaman Hidroponik di Desa Ramuju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1
Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hidroponik



2. Posisi Matriks BCG pada RGH

Tingkat pertumbuhan pasar pada umumnya dibedakan berdasarkan klasifikasi tinggi dan rendah. Sedangkan posisi relatif kompetitor dibedakan berdasarkan pangsa pasar. Metode matriks BCG ini digunakan untuk mengetahui posisi tingkat pertumbuhan pasar RGH berdasarkan pangsa pasar. Matriks BCG dapat ditentukan oleh 2 faktor yaitu: tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*), ditunjukkan pada sumbu vertical dan pangsa pasar relatif (*Relative Market Share*) yang ditunjukkan pada sumbu horizontal.

a. Tingkat Pertumbuhan Pasar

Untuk mengetahui pertumbuhan pasar maka data yang dibutuhkan adalah data volume penjualan RGH pada bulan Agustus-Desember 2021 dan Januari-September 2022 dan data volume penjualan pada tahun yang sama dari salah satu pesaingnya dipasar Niaga Bajo yaitu Green City Farm. Data volume penjualan produk RGH tahun 2021 dan 2022 dapat dilihat di tabel.

Table 4.2. Volume Penjualan Sayuran Hidroponik RGH dan Green City Farm tahun 2021

No	RGH			Green City Farm	
	Bulan	Penjualan (rp)	%	Penjualan (rp)	%
1	Agustus	2.565,000	22,93	2.576.00	25,20
2	September	2.282,000	20,40	1.918.000	18,76
3	Oktober	3.244.000	29,01	1.582.000	15,47
4	November	1.473.000	14,46	1.554.000	15,20
5	Desember	1.618.000	14,46	2.590.000	25,34
	Total	11.182.000	100,00	10.220.000	100,00

Jumlah penjualan RGH pada bulan oktober sebesar Rp.3.244.000,00 dengan persentase 29,01 %. Sedangkan dari Green City Farm pada bulan Desember berjumlah Rp.2.590.000,00 dengan persentase 25,34 %. Secara keseluruhan selama tahun 2020 dengan rentang waktu dari bulan Agustus hingga bulan Desember, RGH memiliki pendapatan yang lebih besar dibanding pesaingnya. Namun hal ini tidak bertahan lama, pada tahun 2021 terjadi fluktuasi dalam penjualan, seperti yang dilihat pada tabel.

Table 4.3. Volume Penjualan Sayuran Hidroponik RGH dan Green City Farm tahun 2022

No	RGH			Green City Farm	
	Bulan	Penjualan (rp)	%	Penjualan (rp)	%
1	Januari	1.195.00	9,42	3.507.00	23,98
2	Februari	1.610.00	12,69	1.841.000	12,58
3	Maret	888.000	7,00	1.764.000	12,06
4	April	1.515.00	11,94	1.358.000	9,28
5	Mei	1.333.00	10,51	1.526.000	10,43
6	Juni	1.606.000	12,66	1.295.00	8,85
7	Juli	1.833.00	14,45	1.414.00	9,66
8	Agustus	1.769.00	13,95	937.000	6,65
9	September	929.000	7,32	945.000	6,46
	Total	12.678.000	100,00	14.623.000	100,00

Pada tabel , volume penjualan dari RGH mengalami penurunan hingga Rp. 880.000,00 dengan penjualan maret dengan nilai tertinggi pada bulan juli sebesar Rp. 1.833,00 sedangkan pesaingnya Green City Farm mencapai penjualan tertinggi pada bulan januari sebanyak Rp. 3.507,00 dan yang terendah Rp. 945.000 pada bulan September.

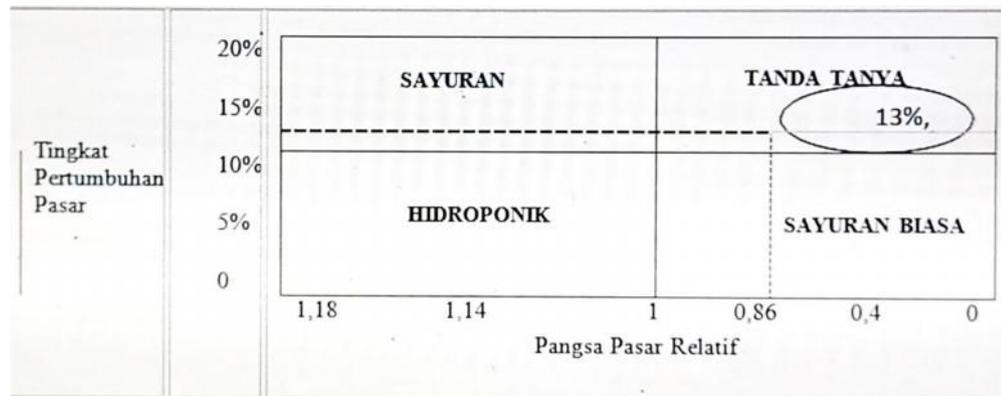
Berdasarkan perhitungan menggunakan matriks BCG pada penelitian Taqiullah (2018) yang mendapatkan hasil 15% untuk tingkat pertumbuhan pasar (TPP) nya, dinilai memiliki tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi. Sedangkan pada RGH adalah sebesar 13% yang berarti RGH memiliki persentase pertumbuhan pasar yang sangat tinggi.

b. Pangsa Pasar Relatif

Analisis pangsa pasar relatif menunjukkan besarnya pasar dari volume penjualan sayur hidroponik pada RGH dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Green City Fram. Pangsa pasar relatif ini merupakan bagian dari penjualan industri total sebuah perusahaan di sebuah pasar tertentu.

Data yang digunakan dalam mencari pangsa pasar relative yaitu data volume RGH tahun 2020 dan tahun 2021, dan data pesaingnya yaitu Green City Fram pada tahun yang sama pula berdasarkan perhitungan Matriks BCG pada tabel 11 dan 12 maka diketahui hasil perhitungan RHG disbanding dengan pesaingnya 0,6. Menunjukkan bahwa RHG memiliki pasar yang lebih rendah dibanding pesaing, karena pangsa pasar relatifnya lebih kecil dari 1. Hal ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Enriko (2014) memiliki hasil 0,31 yang menunjukkan bahwa PPR yang lebih kecil dari satu.

Jadi RGH memiliki pertumbuhan pasar sebesar 13% dan pangsa pasar sebesar 13% dan pangsa relative sebesar 0,86. Maka posisi RGH dalam matriks dapat dilihat:



Berdasarkan posisi posisi matriks RHG pada tahun 2021 dan tahun 2022, terletak pada posisi tanda Tanya atau *question marks* RHG menentukan akan memperkuat divisi yang ada dengan menjalankan strategi intensif (pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau tetap menjualnya.

Berdasarkan matriks BCG maka strategi yang perlu dilakukan RHG adalah strategi build yaitu keadaan yang menunjukkan posisi RHG dalam kondisi pasar yang rendah akan tetapi memiliki pertumbuhan pasar yang tinggi (ketidak pastiaan). Kondisi seperti ini memerlukan modal yang cukup tinggi namun pertumbuhan yang cukup rendah. Penghasilan (uang) yang umumnya tak sebanding dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Pada posisi *question marks* ini, RHG adalah strategi build atau membangun, yaitu meningkatkan investasi pada produk atau unit bisnis agar dapat meningkatkan pangsa pasar. Serta mempertahankan keunggulan dari produk sendiri agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Adapun yang dapat dilakukan oleh RGH berdasarkan hasil analisis strategis

Matriks BCG, diantaranya sebagai berikut:

a. Menambah Tenaga Kerja

Menambah tenaga kerja dan meletakkan pada posisi yang tepat sesuai dengan posisi yang dibutuhkan RGH seperti administrasi, promotor, agar dapat memperluas jaringan pemasaran.

b. Kualitas Produk

Meningkatkan jumlah produksi sayur hidroponik dengan membrtikan kualitas yang baik terhadap bentuk kepedulian terhadap pola hidup sehat.

c. Pemanfaatan Media Internet

Memanfaatkan media internet untuk mempromosikan keunggulan prodak dan membuat katalog sayur hidraponik RHG untuk menarik minat pembeli,dan memudahkan dalam proses jual beli.

C. Pembahasan

1. Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hidroponik di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu

a. Strategi Produk

Strategi Produk yang digunakan pengusaha hidroponik di Desa Rumaju dalam mengembangkan usahanya itu memang benar-benar memperhatikan kualitas sayurannya dengan pemeliharaan yang baik dan pemberian larutan nutrisi serta pupuk yang tepat dan sesuai dengan takarannya, tetapi perlu juga di tandai dengan adanya pemberian merek dan label (tanda pengenal) dikemasan sayuran.

Berdasarkan hasil observasi peneliti strategi produk yang perlu

dilakukan oleh pengusaha hidroponik dalam mengembangkan usahanya yaitu adanya pemberian merek dan label (tanda pengenal) dikemas sayuran. Pemberian merek bertujuan untuk dapat memberikan identitas atau ciri khas terhadap produk usaha sayuran. Label bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan usaha sayuran hidroponik, sehingga bertujuan untuk memperjelas informasi kepada konsumen agar produknya lebih dikenali.

Strategi produk adalah bagian penting dari pemasaran, desain, atau peran terkait produksi. Strategi produk yang kuat adalah alat penting di setiap perusahaan yang digerakkan oleh produk karena alasan utamanya adalah:

Panduan siklus hidup produk, sebelum produk masuk ke pasar, strategi produk memberi nilai utamanya bagi pelanggan dan bagaimana mulai reputasi dan membangkitkan minat. Sepanjang pengembangan dan peluncuran, strategi produk memandu bagaimana merespon tantangan dan perubahan permintaan. Ini juga menetapkan tujuan akhir bagi produk untuk memenuhi dan menyediakan kerangka kerja untuk menetapkan tujuan masa depan. Jika strategi produk tidak menghasilkan dampak yang diharapkan, kita dapat meninjau strategi untuk area perbaikan.

b. Strategi Harga

Strategi harga yang digunakan pengusaha hidroponik dalam mengembangkan usahanya yaitu dengan melihat kualitas sayurannya lalu menyesuaikan dengan harga.

Berdasarkan hasil observasi peneliti strategi harga yang perlu dilakukan

oleh pengusaha hidroponik yaitu pemilihan tujuan penetapan harga. Sebelum menetapkan harga berdasarkan tujuan tertentu, pengusaha hidroponik harus memperhatikan kualitas produk sayurannya karena memberikan harga yang tinggi harus sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan, karena percuma harga tinggi kalau tidak sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan.

Umumnya, perusahaan akan menggunakan perhitungan sesuai dengan biaya produksi, iklan, tenaga kerja, kemudian menambahkan sejumlah persentase tertentu sehingga mereka akan mendapatkan keuntungan. Harga sendiri merupakan komponen marketing yang dapat menentukan pendapatan usaha. Oleh sebab itu, menentukan harga dengan tepat akan menciptakan permintaan atau demand secara optimal dari sisi konsumen serta partner bisnis. Dapat dikatakan bila penetapan harga menjadi faktor kunci perusahaan agar bisa mendapatkan keuntungan. Seperti yang telah disinggung sebelumnya penetapan harga menjadi strategi yang sangat penting untuk perkembangan bisnis.

c. Strategi Tempat

Strategi tempat yang dilakukan oleh pengusaha hidroponik dalam mengembangkan usaha hidroponik di Desa Rumaju yaitu tempat pengolahannya menggunakan lahan pribadi yang berdekatan dengan rumah mereka.

Berdasarkan hasil observasi peneliti yang perlu dilakukan oleh pengusaha hidroponik dalam mengembangkan usahanya yaitu mereka memang memilih tempat mengelolah atau membuat usaha hidroponik yang tidak jauh dari rumahnya agar bisa setiap hari mengkontrol dan melihat perkembangan sayurannya, agar

konsumen juga tidak kesulitan dalam melakukan transaksi dengan petani hidroponik.

Lokasi merupakan tempat terjadinya kegiatan operasi pada suatu perusahaan. Lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat mencapai tujuan perusahaan dan dengan letak lokasi yang strategis akan memaksimalkan laba. Lokasi yang strategis yaitu tempat yang mudah dijangkau oleh para konsumen dan konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Lokasi yang strategis merupakan bagian yang sangat penting, dengan adanya lokasi strategis maka usaha dan bisnis akan mengalami kemajuan karena mudah dijangkau dan tempat tersebut sangat cocok untuk jenis usaha yang didirikan.

Tujuan dari strategi lokasi itu sendiri adalah memaksimalkan keuntungan atau memaksimalkan benefit dari lokasi usaha yang telah terpilih. Yang termasuk benefit lokasi yaitu efisiensi waktu, biaya minimum, citra perusahaan, kredibilitas, dan profit. Untuk memutuskan suatu lokasi bisnis harus berpikir 5, 10, atau 20 tahun yang akan datang yang bersifat jangka panjang. Kelangsungan hidup usaha akan lebih penting disbanding dengan laba yang besar.

d. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan oleh pengusaha hidroponik dalam mengembangkan usaha hidroponik di Desa Rumaju yaitu masih melakukan promosi secara *word of mouth* atau dari mulut ke mulut.

Berdasarkan hasil observasi peneliti yang perlu dilakukan pengusaha hidroponik harus mengikuti perkembangan zaman, dimana mereka perlu mencoba mempromosikan produknya dalam bentuk publikasi. Yang bertujuan untuk

mempengaruhi secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk tersebut melalui media massa atau media online. Strategi publikasi juga dapat berupa penjualan secara online yaitu dengan pembuatan konten yang menarik dan mengunggah foto produk sayuran hidroponik di berbagai sosial media.

Strategi promosi adalah suatu rencana atau pendekatan yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan memasarkan produk, layanan, atau brand kepada target pasar. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran dan minat ataupun kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga produk atau layanan menghasilkan peningkatan penjualan dan keberhasilan bisnis.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ini, maka kesimpulan yang dapat diambil sesuai dengan tujuan penelitian adalah:

Strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha hidroponik di desa rumaju kecamatan bajo kabupaten luwu yaitu ada 4 strategi meliputi: Strategi Produk (*product*) meningkatkan kualitas produk. Strategi harga (*price*) yang dilakukan pengusaha hidroponik yaitu menyesuaikan harga dengan para pesaing dan menyesuaikan sesuai dengan kualitas produknya. Strategi tempat (*place*) yaitu pengusaha hidroponik menggunakan lahan pribadi masing-masing hal ini bertujuan untuk agar pengusaha lebih mudah mengawasi proses pengolahan dan proses pertumbuhan tanaman sayuran serta memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi. Strategi promosi (*promotion*) yaitu berhubungan baik kepada pelanggan, melakukan Kerjasama dengan salah satu toko-toko dan melakukan promosi melalui media sosial.

Berdasarkan hasil analisis Matriks BCG posisi RGH terletak pada posisi tanda tanya atau *question marks* RGH menentukan akan memperkuat divisi yang ada dengan menjalankan strategi intensif (pengembangan pasar dan pengembangan produk). Berdasarkan matriks BCG strategi yang perlu dilakukan RGH adalah strategi build atau membangun yaitu meningkatkan investasi pada produk atau unit bisnis agar dapat meningkatkan pangsa pasar serta

mempertahankan keunggulan-keunggulan produk agar dapat bersaing dengan produk lainnya.

B. Saran

Setelah melakukan observasi, penulis menemukan beberapa masalah terkait pengelolaan pengembangan dari kegiatan usaha hidroponik yang ada di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu:

1. Kurangnya komunikasi, kurangnya komunikasi antara pemerintah desa dan pelaku usaha berdampak terhadap pengetahuan masyarakat tentang usaha hidroponik dalam sehingga masyarakat kurang pengetahuan tentang sayur sehat.
2. RGH masih kurang menjejaki sasaran pasar yang ada, sehingga pemasaran komoditinya terbatas pada masyarakat setempat saja.
3. Mungkin ada baiknya lebih memperluas lagi tempat penanamannya agar bisa menambah produk sayur yang lain juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Akiang, Minju, Rissa Ayustia dan Aloysius Hari Kritianto, “Studi Kelayakan Bisnis Hidroponik Tinjauan Aspek Finansial (Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Shanti Bhuana, Bengkayang, Kalimantan Barat)”, *Management Sustainable Development Journal (MSDJ)* vol. 2, no. 2 (2020): 1. <https://doi.org/10.46229/msdj.v2i2.186>.
- Aji, Prasetio, *Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2015)
- Fauziah, Riani, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Produksi pada PT. Putri Doro Thea*, (Cirebon: IAIN Syekh Nurjati, 2015), Skripsi
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2019)
- Irianto, Heru, “Analisis Tekno-Ekonomi Sayuran Hidroponik Skala Rumah Tangga”, (Institut Teknologi Indonesia, 2021): 31. <http://repository.iti.ac.id/jspui/handle/123456789>
- Jabani Muzayyanah, Siti Chodijah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*, *DINAMIS- Journal of Islamic Management And Bussines* Vol. 1, No. 1 April 2018, h. 28-29
- Kaller, Philip Kolter Kelvin Lane, *Manajemen Pemasaran*, (Solo: Macanan Jaya Cemerlang, 2007)
- Nurhayati, Immas dan Rachmatullaily Tina Kartika Rinda, “Prospek Usaha Sayuran Hidroponik di Tengah Pandemi Covid-19: Studi Kasus pada Yayasan Indah Berbagi”, *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)* vol. 12, no. 1 (Februari 2021). <http://dx.doi.org/10.32832/jm-uika.v12i1.4043>.
- Rachmat. *Manajemen Strategi*. (Bandung: CV. Pustaka Setia)
- Rangkuti, F. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama)
- Rukin, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan 1, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2019)
- Rosliani, *Budidaya Tanaman Hidroponik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015)

- Sahira, Gita, Siti Mutia Septina dan Samsul Arifin, “Analisis Usaha Budidaya Hidroponik Bayam Air “Syafa Farm” di Rancaekek Kabupaten Bandung”, *Atlantis Press Kemajuan dalam Ilmu Sosial, Pendidikan dan Penelitian Humaniora* vol. 536, (2021):204.
<https://doi.org/102991/assehr.k.210312.031>.
- Sayidah, Nur, *Metode Penelitian: Disertai Dengan Contoh Penerapannya dalam Penelitian*, Edisi 1 (Tanam Sidoarjo: Zifatma Jawara, 2018)
- Siti, Istiqomah, *Menanam Hidroponik*, (Jakarta: Azka press, 2016)
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, cet. 20 (Bandung: CV Alfabeta, 2014)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* cet. II (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 1998)
- Sedarmayanti, M. *Manajemen Strategi*. (Bandung: PT. Refika Aditama)
- Setiawan, Hendra, *Kiat Sukses Budidaya Cabai Hidroponik*, cet.1 (Yogyakarta: Bio Genesis, 2017) 2-3.
- Solihin, Ismail, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Permadi, Hendro, Yuliana, Indira Sukma Wardhani, Nabeta De Nastiti dan Sefrin Maulana Prasetyo, “Workshop Pembuatan Hidroponik Wick System Sebagai Upaya Ketahanan Pangan Masyarakat Desa Kasri”, *Jurnal Graha Pengabdian* vol. 2, no. 3 (Agustus 2020): 204-210.
<https://dx.doi.org/10.17977/um078v2i32020p202-21>



LAMPIRAN 1

(PEDOMAN WAWANCARA)

Lampiran: Susunan Wawancara

Adapun pertanyaan yang akan diberikan kepada pemilik usaha hidroponik.

1. Sejak kapan didirikannya usaha RGH hidroponik?
2. Bagaimana kualitas produk sayuran hidroponik yang dihasilkan?
3. Bagaimana dengan harga yang ditawarkan kepada pelanggan?
4. Bagaimana kondisi tempat usaha sayuran hidroponik?
5. Bagaimana mempromosikan hasil panen sayuran?
6. Strategi apa yang diterapkan bapak untuk pengembangan usahanya?
7. Bagaimana proses pemeliharaan sayuran hidroponik?
8. Dipasarkan kemana saja hasil panen produk sayuran?
9. Apakah bapak pernah mengalami kegagalan panen?
10. Apa saja keuntungan dari tanaman hidroponik?

Adapun daftar pertanyaan yang diberikan kepada masyarakat.

1. Bagaimana tanggapan ibu dengan adanya usaha yang ada di desa rumaju ini?
2. Bagaimana kualitas sayuran yang ada di RGH?
3. Bagaimana dengan harga yang ditawarkan
4. Bagaimana tempat usaha RGH ini?
5. Bagaimana ibu mengetahui

LAMPIRAN 2

**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU**
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. Opu Daeng Risaju No. 1, Belopa Telpon : (0471) 3314115

Nomor : 151/PENELITIAN/07.04/DPMPTSP/IV/2023
Lamp : -
Sifat : Biasa
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada
Yth. Ka. Desa Rumaju
di -
Tempat

Berdasarkan Surat : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo tanggal 04 April 2023 tentang permohonan Izin Penelitian.
Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Sidratil Mansur
Tempat/Tgl Lahir : Belopa 28 Juni 1999
Nim : 18 0401 0100
Jurusan : Ekonomi Syariah
Alamat : Dsn. Belopa
Desa Sampang
Kecamatan Bajo

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANAMAN HIDROPONIK DI DESA RUMAJU
KECAMATAN BAJO KABUPATEN LUWU**

Yang akan dilaksanakan di **KANTOR DESA RUMAJU**, pada tanggal **11 April 2023 s/d 11 Juni 2023**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.


1 2 0 2 3 1 9 3 1 5 0 0 0 1 5 1



Diterbitkan di Kabupaten Luwu
Pada tanggal 11 April 2023
Kepala Dinas


Drs. ANDI BASO TENRIESA, MPA, M.Si
Pangkat : Pembina Utama Muda IV/c
NIP : 19661231 199203 1 091

Tembusan :
1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
3. ;
4. Mahasiswa (i) Sidratil Mansur;
5. Arsip.

LAMPIRAN 3

Dokumentasi Bersama Pemilik Usaha Hidroponik



RIWAYAT HIDUP



Sidratil Mansur, lahir di Balabatu pada tanggal 28 juni 1999, penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Mansur dan ibu Suhera. Saya ini, penulis bertempat di Desa balabatu Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu.

Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2012 di SDN 37 Balabatu. Kemudian, di tahun yang sama menempuh Pendidikan di SMP Negeri 1 Bajo hingga tahun 2015. Pada tahun 2015 melanjutkan Pendidikan di SMA Negeri 1 Bajo/SMA 5 Luwu. Setelah lulus SMA di tahun 2018, pada tahun itu juga penulis melanjutkan Pendidikan di bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Palopo.

sidratilmansur0169_18@iainpalopo.ac.id