

**PENGEMBANGAN USAHA JAJANAN TRADISIONAL DESA
LAGI – AGI CAMPALAGIAN KABUPATEN POLEWALI
MANDAR**

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*



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2020**

**PENGEMBANGAN USAHA JAJANAN TRADISIONAL DESA
LAGI – AGI CAMPALAGIAN KABUPATEN POLEWALI
MANDAR**

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:

- 1. Dr. Mahadin Shaleh, M. Si.**
- 2. Ilham, S. Ag., M.A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2020**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dayang Khairulnisa
NIM : 15 0401 0135
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

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

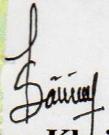
Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 28 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan




Dayang Khairulnisa
NIM 1504010135

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Penembangan Usaha Jajanan Tradisional Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar* yang ditulis oleh Dayang *Khairulnisa* Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 15 0401 0135 mahasiswa Program Studi *Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*, yang telah dimunaqasyahkan pada hari Rabu tanggal 9 September 2020 Miladiyah bertepatan dengan 21 Muharram 1442 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 27 Oktober 2020

TIM PENGUJI

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Fasiha, S.El., M.El. | Penguji I | (.....) |
| 4. Irma T., S.Kom., M.Kom. | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Ilham, S.Ag., M.A. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui:

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

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

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, S.El., M.El.
NIP 19810213 200604 2 002

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 menganugrahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Desa Lagi – Agi Kecamatan Capalagian Kabupaten Polewali Mandar” Setelah melalui proses yang panjang.

Salawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Ucapan terima kasih yang tiada tara kepada ayahanda Bakri dan dan ibunda Hapia selaku kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian, dan kasih sayang serta doa yang tentu tak bisa penulis balas. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam bidang pendidikan 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. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I, Dr. Rustan S., M.Hum., Wakil Rektor II Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M. dan Wakil Rektor III Dr. Hasbi, M.Ag. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, MM. Wakil Dekan I, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, SE.I.,M.A. Wakil Dekan II, Tajdjuddin, S.E., M.Si, AK.CA. Wakil Dekan III, Dr. Takdir, S.H., M.H. serta penasehat akademik penulis Dr. Muh. Tahmid Nur, M.A. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. selaku pembimbing I dan Ilham, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Fasiha, M.El. selaku penguji I dan Irma T, S.Kom., M.Kom. selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan koreksian kepada peneliti guna menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen IAIN Palopo yang sejak awal perkuliahan telah membimbing dan memberi pengetahuan kepada peneliti.
6. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Dr. Fasiha, M.El. beserta staf dosen IAIN Palopo yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan yang berharga.

7. Kepada perpustakaan beserta stafnya yang telah banyak membantu khususnya dalam pengumpulan literatur-literatur yang berkaitan dalam pembahasan skripsi ini.
8. Kepada Ibu Hj. Aminah Selaku pemilik toko Mega Resky yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
9. Kepada Arfah Jabal Nur, S.Pt. dan Saidah, S.Pt. selaku wali dalam proses belajar selama tujuh tahun mejalani pendidikan terimah kasih atas perhatian, nasehat, motivasi serta dorongan semangat dan doa yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada semua keluarga yang sabar memberi doa dan motivasi serta dukungannya selama penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2015 Ekonomi Syariah D yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
12. Sahabat-Sahabat SS Ulfa Arianti Sahrur, Nur Sri Ningsih, Puput Aprilia A., Nurul Mutia Ramadhani, Audriani Safitri dan Nursari yang selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
13. Sahabat-Sahabat Kecil, Nurlela Sari dan Eka Sri Handayani yang selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

14. Sahabat-Sahabat KKN Kecamatan Masamba Angkatan XXXIV tahun 2018, terutama sahabat posko Kelurahan Bone Tua, Mukrimah, Nuning Yunara, Musdalifa, Sahidayani, Satriani, Nurul Ulyah, Tria Azizah, Nurzikrah Aini dan Muhammad Isra. Yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulisan ini dapat terselesaikan.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan ekonomi dan semoga usaha bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang terbuka. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Aamiin.

Palopo, 28 Agustus 2020

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (Bunyi)	Simbol	Nama (Bunyi)
	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
	Ba	B	Be
	Ta	T	Te
	Sa		Es dengan titik di atas
	Ja	J	Je
	Ha		Ha dengan titik di bawah
	Kha	Kh	Ka dan Ha
	Dal	D	De
	Zal	Z	Zet dengan titik di atas
	Ra	R	Er
	Zai	Z	Zet
	Sin	S	Es
	Syin	Sy	Es dan Ye
	Sad		Es dengan titik di bawah
	Dad		De dengan titik di bawah
	Ta		Te dengan titik di bawah
	Za		Zet dengan titik di bawah
	'Ain	'	Apostrof terbalik
	Ga	G	Ge
	Fa	F	Ef
	Qaf	Q	Qi
	Kaf	K	Ka
	Lam	L	El
	Mim	M	Em
	Nun	N	En
	Waw	W	We
	Ham	H	Ha
	Hamzah	'	Apostrof
	Ya	Y	Ye

Hamzah () yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

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

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

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (Bunyi)	Simbol	Nama (Bunyi)
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dhammah	U	U

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

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (Bunyi)	Simbol	Nama (Bunyi)
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	kasrah dan waw	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : kaifa bukan kayfa
 هَوْلَ : haula bukan hawla

3. Penulisan Alif Lam

Artikel atau kata sandang yang dilambangkan dengan huruf (alif lam ma'arifah) ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

: al-syamsu (bukan asy-syamsu)

: al-zalزالah (bukan az-zalزالah)

: al-falsalah

: al-bil du

4. Maddah

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

Aksara Arab		Aksara Latin	
Harakat Huruf	Nama (Bunyi)	Simbol	Nama (Bunyi)
	fathah dan alif, fathah dan waw	Ā	a dan garis di atas
	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
	dhammah dan ya	Ū	u dan garis di atas

Garis datar di atas huruf a, i, u bisa juga diganti dengan garis lengkung seperti huruf v yang terbalik, sehingga menjadi â, î, û. Model ini sudah dibakukan dalam font semua sistem operasi.

Contoh :

: mâta

: ramâ

يَمُوتُ

: yamûtu

5. Ta Marbûtah

Transliterasi untuk ta marbûtah ada dua, yaitu ta marbûtah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah (t). Sedangkan ta marbûtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h). Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbûtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbûtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

: ta'mur na

: al-nau'

: syai'un

: 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 pembendaharaan bahasa Indonesia tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas, misalnya kata hadis, sunnah, khusus dan umum. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Dikecualikan dari pembakuan kata dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kata al-Qur'an. Dalam KBBI digunakan kata Alquran, namun dalam penulisan naskah ilmiah dipergunakan sesuai asal teks Arabnya yaitu al-Qur'an, dengan huruf a setelah apostrof tanpa tanda panjang, kecuali jika merupakan bagian dari teks Arab.

Contoh :

Fi al-Qur'an al-Karim

Al-Sunnah qabl al-tadwîn

9. Lafz Aljalâlah ()

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mu âf ilaih (frasa nominal) ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh :

دِينُ اللَّهِ dīnullah

بِاللَّهِ billâh

Adapun ta marbûtah di akhir kata yang disandarkan kepada laf al-jalâlah ditransliterasi dengan huruf (t).

Contoh :

هُمُّ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem alfabet Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut diberlakukan ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan Pedoman Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan. Huruf kapital antara lain 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 ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan.

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

swt.,	: subhānah wa ta'ālā
saw.,	: sallāllāhu 'alaihi wa sallam
Q.S	: Qur'an, Surah
BNPT	: Badan Nasional Penanggulangan Terorisme
Depdikbud	: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan
KTSP	: Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan
SMU	: Sekolah Menengah Umum
MAN	: Madrasah Aliyah Negeri
UU	: Undang-undang
PAI	: Pendidikan Agama Islam
Kemendagri	: Kementerian Dalam Negeri
Kemenag	: Kementerian Agama

Kemenpora : Kementerian Pemuda dan Olahraga
Kemenristek : Kementerian Riset dan Teknologi
Pemda : Pemerintah Daerah



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR AYAT	xvi
DAFTAR HADIS	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Teori	7
B. Deskripsi Teori	10
1. Pengembangan	10
2. Pengembangan Usaha	12
3. Tahapan Pengembangan Usaha	13
4. Aspek Dalam Pengembangan Usaha	16
5. Upaya Pengembangan Usaha	17
6. Unsur – Unsur Pengembangan Usaha	19
7. Strategi Pengembanan Usaha	21
8. Strategi Pemasaran dala m Mengembangkan Usaha	23
9. Pengembangan Usaha Perspektif Alquran dan Hadits	25
10. Makanan Tradisionla	27
C. Kerangka Pikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
B. Fokus Penelitian	31
C. Definisi Istilah	32
D. Desain Penelitian	32
E. Data dan Sumber Data	33

F. Instrumen Penelitian	34
G. Tehnik Pengumpulan Data	35
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	36
I. Teknik Analisis Data	38
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	39
A. Deskripsi Data	39
B. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	64
A. Simpulan	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat QS al-An'Am/6: 162-163	26
---	----



DAFTAR HADIS

Hadis tentang Bermuamalah	26
---------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Foto Tempat penelitian
- Lampiran 2 Foto Proses pembuatan Jajanan Tradisional Mandar
- Lampiran 3 Foto Proses pengemasan Jajanan Tradisional Mandar
- Lampiran 4 Foto Proses Melakukan Wawancara dan pencatatan data konsumen
- Lampiran 5 Pedoman Wawancara
- Lampiran 6 Surat Izin Meneliti
- Lampiran 7 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 8 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 9 Persetujuan Penguji
- Lampiran 10 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 11 Nota Dinas Verifikasi
- Lampiran 12 Cek Turnitin
- Lampiran 13 Riwayat Hidup



ABSTRAK

Dayang Khairulnisa, 2020. *“Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Desa Lagi – Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar”*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Mahadin Shaleh dan Ilham.

Skripsi ini membahas tentang pengembangan usaha tradisional Desa Lagi –Agi Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar. Penelitian dilakukan pada bulan januari sampai bulan february 2019, yang beralokasi di toko “Mega Resky”, Kawasan Desa Lagi – Agi Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui Pemasaran dalam usaha jajanan tradisional Desa Lagi- Agi, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar; Untuk mengutahui prospek pengembangan usaha jajanan tradisional Desa Lagi – Agi, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif yang mana teknik pengumpulan datanya menggunakan tiga teknik yaitu observasi lapangan, wawancara dengan pemilik usaha jajanan tradisional Desa Lagi - Agi dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, Data primer diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha (*owner*), karyawan dan wawancara pada pengunjung/pelanggan sebanyak 17 orang, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari toko “Mega Resky”. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Usaha Mega Resky tidak menjalin kerja sama dengan mitra dagang yang lain seperti mini market moderen yang ada di Kabupaten Polewali Mandar dengan alasan rumitnya persyaratan dan daya tahan produknya yang tidak lama karena tidak menggunakan bahan pengawet sehingga besar kemungkinan baran kembali yang dapat menimbulkan kerugian.

Kata kunci : Pengembangan, Usaha, Strategi Pemasaran.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan merupakan kebutuhan dasar (pokok) yang sangat penting bagi kehidupan manusia baik secara fisiologis, psikologis, sosial maupun antropologis. Pangan selalu terkait dengan upaya manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kesehatannya di muka bumi. Makanan juga bisa menjadi identitas sebuah bangsa ataupun peradaban. Makanan sangat banyak ragam dan jenisnya, dari yang tradisional hingga modern.

Di Indonesia banyak sekali macam-macam makanan khas nusantara atau sering kita sebut dengan makanan khas kuliner. Keanekaragaman suku bangsa akan budaya, bahasa, agama, dan istiadat yang berbeda-beda itulah yang menciptakan aneka ragam masakan, makanan, dan minuman yang menjadi ciri khas masing-masing daerah. Kuliner menjadi salah satu daya tarik tersendiri di negeri ini. Di setiap daerah di tanah air mempunyai makanan khas, yang jenisnya sangat banyak yang tersebar di seluruh nusantara.

Makanan tradisional merupakan makanan yang dikonsumsi oleh suatu masyarakat tertentu dengan cita rasa yang khas. Salah satu daerah yang sangat terkenal akan jajanannya adalah daerah Provinsi Sulawesi Barat. Ironisnya di daerah Sulawesi Barat, banyak sekali bermunculan makanan jajanan cepat saji dan cafe-cafe, hotel dan tempat wisata yang tidak lagi menyajikan makanan tradisional yang merupakan warisan nenek moyang Mandar. Berkembangnya jumlah

wisatawan di Sulawesi Barat harus menjadi perhatian penting bagi pemerintah dan pelaku usaha untuk mengenalkan lebih dalam terkait kuliner tradisional mandar.

Makanan jajanan atau kuliner tradisional mandar tergolong jenis kue basah. Makanan tersebut biasa disebut makanan kecil yang bisa dijadikan alternatif camilan. Biasa disantap di pagi atau sore hari. Makanan jajanan tersebut umumnya empuk, lembut, dan tidak bertahan lama (hanya bertahan beberapa hari). Biasanya terbuat dari tepung terigu, sagu, gula, bahkan ada yang berbahan santan atau ketan. Makanan jajanan tradisional mandar memiliki banyak jenis contohnya baje, kasippi, bolu cukke, dadar balanda, teng – teng, beruas, baje bandong dan lain – lain.

Jajanan tradisional khas Mandar dapat dinilai memiliki banyak manfaat seperti menimbulkan minat rasa penasaran sehingga ingin belanja untuk dijadikan sebagai bahan buah tangan ataupun cemilan ketika ingin berkunjung ke suatu tempat ataupun juga hanya ingin mencoba merasakan rasa dari sebuah produk jajanan khas tradisional mandar yang telah lama hadir di tanah mandar, tepatnya di salah satu wilayah Kabupaten Polewali Mandar (Sulawesi Barat). Untuk wilayah tersebut terdapat beberapa tempat usaha maupun toko yang menjual jajanan khas mandar yang sudah ada di berbagai Kecamatan Campalagian. Selain itu harga jual jajanan tradisional mandar sangat terjangkau untuk kalangan masyarakat, harganya lebih rendah dibandingkan produk jajanan yang dikemas lebih modern.

Berangkat dari fenomena diatas, maka banyak masyarakat mandar yang tertarik dan mulai menggeluti industri makanan jajanan khas tradisional mandar.

Hal tersebut sejalan dengan apa yang dijelaskan oleh Jauch and Glueck bahwa industri makanan merupakan salah satu peluang usaha yang paling banyak diminati dan dikembangkan oleh para produsen, karena makanan merupakan kebutuhan primer. Jika dibandingkan dengan kebutuhan yang lain, seperti rumah, pakaian, mobil, elektronik, dan sebagainya maka makanan merupakan kebutuhan pokok manusia dimana manusia tidak akan bisa hidup atau tidak tentram hidupnya jika kebutuhan makanannya tidak terpenuhi. Sebagai akibat dari perkembangan industri tersebut, maka mulai maraklah usaha waralaba makanan dan minuman di Indonesia. Kondisi ini tentunya telah menimbulkan peningkatan persaingan diantara para produsen baik produsen lokal maupun produsen internasional.¹

Salah satu toko yang menjual jajanan tradisional khas mandar yaitu toko Mega Resky di Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar. Pengembangan usaha ini dinilai sangat kurang maksimal mulai dari organisasi yang kurang profesional, penguasaan teknologi dan pemasaran yang lemah, belum diterapkan sistem manajemen yang sesuai, serta tidak jelasnya strategi yang akan dijalankan dalam mengembangkan usaha makanan jajanan tradisional khas Mandar. Selain itu, permasalahan lain yang dihadapi oleh toko Mega Resky adalah kurangnya dana dalam mengembangkan usaha, sehingga prospek usaha di tersebut sangat lambat dan keuntungan yang diperoleh tidak maksimal.

Perkembangan usaha makanan jajanan tradisional khas mandar menarik untuk diteliti karena banyak konsumen yang berdatangan untuk membeli produk

¹Peowadarminta, Glueck, William F dan Jauch, Lawrence R. “ Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan, (Jakarta: Erlangga, 2012), 37.

tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Mandar”.

B. Batasan Masalah

Batasan Masalah pada penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran seperti yang dilakukan pada Toko Mega Resky (Usaha Jajanan Tradisional Mandar), Kemudian melakukan identifikasi dengan melihat seperti apa pengimplementasian marketing sebagai konsep manajemen pemasaran. penulis memberikan rekomendasi strategi – strategi baru menggunakan marketing khususnya promotion dengan cara personal selling agar lebih kepada peningkatan penjualan pada Toko Mega Resky.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran usaha jajanan tradisional mandar di toko Mega Resky Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar?
2. Bagaimana prospek pengembangan jajanan tradisional mandar di toko Mega Resky Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar?

D. Tujuan Masalah

1. Untuk dapat mengetahui strategi pemasaran dalam usaha jajanan tradisional Mandar di toko Mega Resky Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.
2. Untuk dapat mengetahui prospek pengembangan jajanan tradisional mandar di toko Mega Resky Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan ada dua macam, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas peluang usaha jajanan tradisional mandar untuk mendapatkan laba atau keuntungan dalam bekerjasama dengan pasar lain untuk memasarkan suatu produk, serta dapat mensejahterakan masyarakat dalam pengembangan usaha tersebut.

2. Manfaat Praktis

Bagi pengusaha jajanan tradisional, hasil dari penelitian diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan kualitas dalam pengemasan produknya, agar dapat menambah daya tarik para konsumen. Serta para konsumen dapat mendukung untuk menciptakan kemasan yang lebih bervariasi lagi;

a. Bagi pasar modern

Pasar modern dengan adanya kerjasama dengan pengusaha jajanan tradisional sebagian besar akan mendapatkan dan akan meningkatkan laba atau keuntungan dari penjualan hasil dari kerjasama tersebut.

b. Bagi konsumen

Pada umumnya akan dapat pula merasakan kenikmatan serta kepuasan bagi konsumen yang ingin menjadikan sebagai bahan buah tangan (cemilan), atau biasa di sebut dengan ole-ole ketika bepergian atau berkunjung ke rumah keluarga, teman, dan sebagainya.

c. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk meningkatkan serta menambah wawasan, pengetahuan dan kemampuan berpikir mengenai penerapan teori yang telah didapatkan sebelumnya.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis akan mengemukakan hasil penelitian sebelumnya dengan masalah yang di angkat, dimana penulis belum menemukan hal yang sama atau serupa dengan penelitian ini, akan tetapi penulis menemukan beberapa skripsi yang terkait dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu:

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pariang Simajuntak, dkk dengan judul penelitian *Prospek Pengembangan Usaha Dodol Pepaya Pada Home Industri Desa Tebak Monok Kecamatan Kepahiang Kabupaten Kepahiang* dengan menggunakan metode analisis ketersediaan bahan penunjang dan analisis SWOT. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa ketersediaan bahan penunjang untuk pengolahan dodol papaya “Dua Saudara” berupa tepung ketan, gula pasir, gula merah, dan kelapa tercukupi. Strategi pengembangan dapat dilakukan dengan strategi agresif yaitu dengan meningkatkan penjualan untuk memperbesar keuntungan dengan cara meningkatkan akses pasar yang lebih luas. Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Pariang Simajuntak, dkk dengan judul “*Prospek Pengembangan Usaha Dodol Pepaya Pada Home Industri Desa Tebak Monok Kecamatan Kepahiang Kabupaten Kepahiang*” sedangkan untuk peneliti meneliti tentang “*Pengembangan Usaha Jajanan*”

Tradisional” untuk persamaan dari penelitian ini adalah mengenai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang akan dikembangkan.¹

2. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Hendras Setianingrum yang berjudul *Perkembangan Industri Kecil Tempe Kripik Dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Kelurahan Ngantru Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek* dengan menggunakan metode kualitatif diperoleh hasil dari penelitian ini adalah pengembangan industry kecil yang dilakukan dengan pemerintah melalui koperasi, namun industry kecil namun masih menunjukkan hasil yang belum maksimal.³ Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Hendras Setianingrum dengan judul *Perkembangan Industry kecil tempe kripik dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Trenggalek Kabupaten Trenggalek*, sedangkan peneliti meneliti tentang Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Mandar yang mengutamakan pengembangan dalam pemasaran Sedangkan dalam persamaan dari penelitian ini yaitu mengenai Perkembangan usaha Kecil.
3. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Oli Lintang yang berjudul *Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik* dengan menggunakan metode kualitatif diperoleh dari hasil dari penelitian ini adalah penerapan komunikasi pemasaran dilakukan oleh pelaku

¹Pariang Simajuntak, dkk, *Prospek Pengembangan Usaha Dodol Pepaya Pada Home Industri Desa Tebak Monok Kecamatan Kepahiang Kabupaten Kepahiang*”, Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu, AGRITEPA, Vol. 1, No, 1, Juni 2014.

³Hendra Setianingrum, “*Perkembangan Industri Kecil Tempe Kripik dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Ngantru Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek*”, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya

UMKM dengan menggunakan strategi periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan berita mulut kemulut, sedangkan penerapan yang efektif adalah strategi periklanan dan berita dari mulut kemulut⁴. Adapun perbedaan dan persamaan dari penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh Oli Lintang dengan judul *Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik*, sedangkan peneliti meneliti tentang Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Mandar yang mengutamakan pengembangan dalam pemasaran. Juga terdapat pula persamaan dari penelitian ini yaitu pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah.

4. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Clara Lita Rosari yang berjudul *Profil Industri Rumah Tangga Kue Tradisional Kampung Tegal Kemuning, Danurejan, Yogyakarta* dengan menggunakan metode kualitatif diperoleh dari hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa dalam aspek produksi memiliki kelemahan dalam sarana dan prasarana dan kelebihan dari biaya dan waktu⁵. Adapun perbedaan dan persamaan dari penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh Clara Lita Rosari dengan fokus terhadap Profil Industri Rumah Tangga Kue Tradisional Kampung Tegal Kemuning, Danurejan, Yogyakarta, sedangkan fokus dalam penelitian ini yaitu tentang pengembangan usaha makanan tradisional Mandar yang mengutamakan

⁴Oli Lintang, *Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik*, 2016.

⁵Clara Lita Rosari, *Profil Industri Rumah Tangga Kue Tradisional Kampung Tegal Kemuning, Danurejan, Yogyakarta*, Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negri Yogyakarta. 2017.

pengembangan dalam pemasaran. Adapun persamaan dari penelitian ini ialah mengenai industri rumah tangga kue tradisional.

B. Deskripsi Teori

1. Pengertian Pengembangan

Pada bagian ini peneliti mendeskripsikan beberapa pengertian yang di kemukakan oleh para ahli terkait dengan arti kata pengembangan. Yang pertama pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan perubahan secara bertahap.⁶ Selain itu, Peowadarminta menjelaskan bahwa pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Kegiatan pengembangan meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang diikuti dengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai.⁷

Mawardi menjelaskan bahwa pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.⁸

⁶Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, (Jakarta: Kencana, 2012), 218-219.

⁷Peowadarminta, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Ed.3, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 3.

⁸Suwantoro, *Pengembangan Usaha*, (Jakarta: PT. Erlangga 2008), Edisi 12. Jilid 1, 6.

Menurut Suwantoro pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna.⁹ Pada penelitian AY Lubis, menurut Hafisah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.¹⁰ Sedangkan menurut Mangkuprawira menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa depan. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.¹¹

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengembangan adalah suatu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu untuk mencapai keunggulan bersaing yang diwujudkan dalam bentuk program pengembangan. Dalam hal ini pengembangan yang dimaksud adalah strategi yang terkait dengan pengembangan makanan tradisional Mandar dan prospek usaha tersebut agar mampu bersaing dengan makanan- makanan tradisional dari daerah lain, atau setidaknya mampu menjadi tuan rumah di Provinsi Mamuju.

⁹Suwantoro, *Prinsip-prinsip Pengembangan Usaha*, (Jakarta: PT. Erlangga 2008), Edisi 12. Jilid 1, 6.

¹⁰AY Lubis, *Pengembangan Usaha*, (repository.usu.ac.id>bitstream, pdf,2012), 9.

¹¹Mangkuprawira, *Pengembangan Usaha*, (Yogyakarta: Pedagogia, 2012), 53.

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 pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.¹² Pengembangan usaha sangat diperlukan guna mencapai tujuan usaha yang salah satunya adalah keberlangsungan. Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan dan usaha yaitu suatu kegiatan bisnis yang mengorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹³

Menurut Mulyadi Nitisusantro, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha dan ia juga menjelaskan bahwa pengembangan usaha dapat didefinisikan sebagai suatu aktifitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.¹⁴

¹²Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 66.

¹³Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014, 99.

¹⁴Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 271.

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.¹⁵

Dari penjelasan di atas, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut, baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas.

b. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahaptahap pengembangan usaha sebagai berikut:

- 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

¹⁵Ismail Sholihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Peraktis Dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2014), 27.

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.¹⁶

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.

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 dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

- 1) 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.
- 2) 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.

¹⁶Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), 153.

- 3) 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.¹⁷

c. Aspek – Aspek Yang Diperhatikan Dalam Mengembangkan Usaha

Dalam mengembangkan usaha tentunya terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, hal yang harus diperhatikan dalam mengembangkan usaha terdiri dari aspek strategi, manajemen pemasaran, dan penjualan, seperti:

- 1) Aspek strategi, diantaranya:
 - a) Meneliti jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan (yang ada dan / atau diharapkan) oleh konsumen.
 - b) Menciptakan pasar baru.
 - c) Menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen.
- 2) Aspek manajemen pemasaran, diantaranya:
 - a) Menembus dan menguasai pangsa pasar.
 - b) Mengolah situasi / peluang pasar yang ada dengan teliti.
 - c) Memasarkan produk dengan jaringan yang luas seperti impor produk ke luar negeri.
 - d) Membuat strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen membeli produk kita, seperti memasang iklan , brosur, dan lain-lain.

¹⁷M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Kanisius, 2015), 2.

- 3) Aspek penjualan, diantaranya:
 - a) Memberikan saran tentang perancangan dan menegakkan kebijakan penjualan dan proses tindak lanjut penjualan.
 - b) Banyak volume produk yang akan dijual.
 - c) Tingkat keamanan dalam proses penjualan barang.
 - d) Menjual produk dengan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang baik.¹⁸

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa aspek strategi, pemasaran dan penjualan merupakan tiga aspek utama yang harus dipertimbangkan oleh seroang pengusaha dalam mengembangkan usahanya, sehingga perkembangan usaha diharapkan dapat terwujud.

d. Upaya-Upaya Pengembangan Usaha

Pada bagian ini, peneliti mendeskripsikan beberapa upaya – upaya yang dapat dilakukan oleh pengusaha dalam mengembangkan usahanya.

- 1) Pendekatan makro untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi tumbuh dan perkembangannya usaha kecil.
- 2) Menghilangkan monopoli, terutama pada industri. Juga menghilangkan kolusi yang mendorong munculnya monopoli.
- 3) Mengembangkan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha besar dan didasarkan saling menguntungkan kedua bela pihak.
- 4) Usaha kecil juga perlu meningkatkan efisiensi usaha. Hal ini mengingat persaingan usaha makin tajam, terlebih jika akan menembus pasar dunia.

¹⁸Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), 153.

- 5) Bagi sektor usaha kecil yang belum memiliki asosiasi perlu dibentuk asosiasi. Sedangkan bagi sektor usaha yang sudah memiliki, perlu memperkuat asosiasinya. Hal ini dilakukan untuk memperkuat usaha kecil dalam posisi tawar menawarnya dan posisi persaingan.¹⁹

Marihot Tua Efendi Hariandja juga menjelaskan bahwa pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas atau proses yang bertujuan untuk menumbuhkan usaha yang dilakukan. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

1) Perluasan Skala Usaha

Beberapa cara umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain:

- a) Menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah modal untuk investasi.

Ketika memperluas produksi, seorang wirausaha harus memperhitungkan mengenai prospek pemasarannya.

- b) Menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan.

Pengembangan jenis ini baik dilakukan untuk menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.

- c) Menambah lokasi usaha ditempat lain.

Perluasan skala usaha juga harus memperhatikan beberapa aspek, yaitu produktivitas modal dan tenaga kerja, biaya tetap dan biaya variabel, biaya rata-rata, skala produksi yang paling menguntungkan. Ketika

¹⁹Marbun, *Manajemen Perusahaan Kecil*, (Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo), 56.

skala usaha sudah berkembang dititik tertinggi, pengembangan skala usaha harus dihentikan. Sebagai gantinya usaha dapat dikembangkan dengan menambah cakupan usaha.

2) Perluasan Cakupan Usaha

Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilakukan dengan mengembangkan jenis usaha baru diwilayah usaha yang baru, serta dengan jenis produk yang baru dan bervariasi.²⁰

e. Unsur – Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada dua unsur yaitu:

1) Unsur yang berasal dari dalam (Pihak Internal):

- a) Adanya niat dari si pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
- b) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang / produk, dan lain-lain.
- c) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

2) Unsur dari pihak luar (Pihak Eksternal)

- a) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
- b) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.

²⁰Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Pengembangan Usaha*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia), 2002, 168.

- c) Mengikuti kondisi lingkungan sekitar yang baik, kondusif untuk usaha.
- d) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui.

Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula.

- e) Cakupan jajaran produk. Suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat saja. Hal ini juga bisa mendorong perekonomian yang pada gilirannya akan memberi untung pada konsumen. Namun sebaliknya sebuah jajaran produk yang sedikit memungkinkan anda untuk menggali potensi produk tersebut dengan lebih dalam, mungkin termasuk banyak alternatif untuk jenis produk yang sama. Variasi produk yang sedikit juga bisa dibandingkan dengan keahlian yang seksama. Sedangkan kreatifitas merupakan salah satu unsur yang penting yang perlu di jadikan sebagai salah satu karakter dalam mengelola bisnis. Kreativitas akan memberikan banyak kontribusi bagi pengembangan sebuah bisnis usaha. Usaha bisnis sangat perlu dikelola secara kreatif oleh pemiliknya dalam segala aspek , mulai dari ide dan produksinya.²¹

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengembangan sebuah usaha maka perlu memperhatikan dua unsur pengembangan yakni pihak eksternal dan internal.

²¹http://blog-pinta.blogspot.co.id/2013/06/kewirausahaan_4953.html diakses pada tanggal 3 Januari 2020.

f. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping 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 konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.²²

Strategi memiliki hirarki tertentu. Pertama adalah strategi tingkat korporat. Strategi korporat, menggambarkan arah pertumbuhan dan pengelolaan berbagai bidang usaha dalam sebuah organisasi untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa yang dihasilkan. Kedua adalah strategi tingkat unit usaha (bisnis). Strategi unit usaha biasanya menekankan pada usaha peningkatan daya saing organisasi dalam satu industri atau satu segmen industri yang dimasuki organisasi yang bersangkutan. Ketiga strategi tingkat fungsional. Strategi pada tingkat ini menciptakan kerangka kerja bagi untuk manajemen fungsional seperti produksi dan operasi, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran ,dan penelitian dan inovasi (*Research and innovation*).²³

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran usaha atau

²²Muhammad H Mubarak, *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis Dalam Meraih Keunggulan kompetitif*, Idea Press Yogyakarta, 2009), 40-42.

²³Racmat, drus, *Akuntansi dan Pengusaha Kecil. Akuntansi, Edisi 07*, (Bandung: cv Pustaka Setia, 2014), 142.

bisnis dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Berikut ini beberapa strategi yang dapat yang dijelaskan oleh Muhammad dalam mengembangkan usaha, yaitu:

1) Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun di wilayah area geografis pasar yang baru.

2) Strategi pengembangan produk

Perusahaan berusaha bertaruh, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru.

3) Strategi inovasi

Strategi inovasi merupakan strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atas produk atau jasa baru.²⁴

²⁴Muhammad, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil*, (Jakarta: PT.Salemba Empat, 2017), 23.

Selain itu beberapa teori terkait dengan pengembangan usaha dijelaskan oleh Husein Umar, strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu:

1) Strategi integrasi vertikal (*vertical integration strategy*)

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan/atau para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

2) Strategi intensif (*intensive strategy*)

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

3) Strategi diversifikasi (*diversification strategy*)

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

4) Strategi bertahan (*defensive strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung - ujungnya adalah kebangkrutan.²⁵

3. Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan untuk

²⁵ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 31.

memperoleh hasil yang optimal.²⁶ Strategi pemasaran dapat diartikan suatu proses menganalisis kesempatan - kesempatan, memilih tujuan-tujuan, mengembangkan siasat (strategi), merumuskan rencana - rencana, menjalankan pelaksanaan dan pengawasan. Dengan kata lain strategi yang dimaksud yakni bagaimana seseorang manajer pemasaran mampu melihat kesempatan pasar dan merancang strategi yang cocok dalam memasarkan produknya.

Menurut Chandra mendefinisikan Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu.²⁷ Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Disamping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan kondisi/keadaan pada saat itu. Hasil penilaian atau evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang sedang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan dimasa yang akan datang.

Strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pemberian merek pada produk, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan lain sebagainya. kegiatan pemasaran sering dikenal dengan sebutan marketing mix juga dikenal singkatan

²⁶Ali Hasan, *Marketing Theory* Bogor (Ghalia Indonesia, 2010), 119.

²⁷Chandra, *Marketing Management Pendekatan pada Nilai-Nilai Pelanggan*, (Malang: Bayumedia, 2004), 23.

4P sebagai singkatan dari *product, price, place, dan promotion*.²⁸ Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan melalui analisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta analisis peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dalam peroperasi.

4. Strategi Pengembangan Usaha dalam Islam

Sejak zama Rasulullah SAW umat islam telah menggeluti dunia usaha dan berhasil. Banyak diantara para sahabat yang menjadikan pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis.²⁹

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI), Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.³⁰ Sedangkan bisnis diartikan sebagai usaha dagang, pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menuntungkan atau memberi manfaat.³¹ namun harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran islam yang telah ditentukan

²⁸Indriyo Gitosudarno, *Management Strategis* (BPEE Yogyakarta, 2001), 198.

²⁹Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002,i

³⁰Departemen Nasional Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, 538.

³¹Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, 15.

batas-batasnya. Oleh karena itu, ajaran islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, antara lain:

1. Niat Baik

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan. Jika niatnya baik, sebaliknya jika niatnya rusak, maka amalannya juga rusak, bagaimana hadits Rasulullah berikut ini: *“Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan”*. (HR.Bukhari)

Apa yang dikatakan Rasulullah itu bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha. Oleh karena itu, semua wirausaha muslim dituntut agar aktivitas ekonomi ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha Allah semata.³² sebagaimana firman Allah Q.S. Al-Am: 162-163 berikut.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ۗ لَا شَرِيكَ لَهُ ۗ
وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ۗ

Artinya: “Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. Tiada sekutu baginya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)” (Q.S. Al-An’Am:162-163)³³

³² Ma’ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin:Antasari Press, 2011, 17.

³³M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian AlQur’an*, Jakarta: Lentera Hati, 2001, 358.

5. Pengertian Makanan Jajanan Tradisional

Menurut Nurdiyansah makanan adalah tradisi, yang menarik dari makanan adalah proses dan peran makanan pada berbagai ritual maupun upacara adat, secara turun temurun, resep-resep kuno dalam mengolah makanan terus diturunkan dari generasi ke generasi.³⁴ Makanan tradisional memiliki arti yang beraneka ragam. Makanan tradisional adalah warisan makanan yang diturunkan dan telah membudaya di masyarakat Indonesia. Sementara menurut Hadisantoso makanan tradisional sebagai makanan yang dikonsumsi oleh golongan etnik dan wilayah spesifik, diolah berdasarkan resep turun menurun, bahan baku berasal dari daerah setempat sehingga makanan yang dihasilkan juga sesuai dengan selera masyarakat setempat.³⁵

Karena makanan bukan hanya sekadar dikonsumsi, tetapi menjadi media dalam menjalin hubungan antara manusia dengan Tuhan atau roh leluhur, sesama manusia, dan dengan alam. Makanan juga bisa dilihat sebagai bentuk dari percampuran lebih dari satu budaya (akulturasi). Selanjutnya makanan tradisional adalah makanan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu, dengan citarasa khas yang diterima oleh masyarakat tersebut. Dalam pembuatan makanan tradisional peranan budaya sangat penting, yaitu berupa bentuk keterampilan, kreativitas, sentuhan seni, tradisi dan selera. Makin tinggi budaya suatu komunitas, makin luas variasi bentuk makanan dan makin kompleks cara pembuatannya serta makin rumit cara penyajiannya. Menurut Soekarto daya tarik

³⁴Nurdiyansah, *Proyek Pengembangan Makanan Jajanan*, Jurnal Keuangan dan Perbankan: Vol. 14, No. 3, September 2010.

³⁵Hadisantoso, *Ilmu Bahan Makanan Bersumber dari Nabati*, (Buku Ajar.Surabaya:Unesa. 2015), 26.

makanan seperti rasa, warna, bentuk, dan tekstur memegang peranan penting dalam menilai makanan siap hidang.³⁶

Pada penelitian Rosalia, Winarno menjelaskan bahwa makanan tradisional dapat diartikan sebagai makanan yang memiliki ciri-ciri daerah dimana seseorang di lahirkan dan tumbuh. Secara lebih spesifik kepekatannya tradisi itu dicirikan sebagai makanan yang dikonsumsi oleh golongan etnik dan dalam wilayah tertentu, diolah mengikuti ketentuan (resep) yang turun temurun, dari bahan-bahan yang diperoleh secara lokal, dan disajikan sesuai tradisi setempat. Dalam perkembangan industri pangan, salah satu bentuk agroindustri adalah berbagai produk pangan olahan, baik dalam bentuk makanan tradisional maupun modern. Produk pangan olahan ini tersedia untuk kepentingan dalam negeri dan untuk tujuan ekspor. Industri pangan yang berkembang meliputi industri pangan besar (pabrik), industri menengah dan kecil, industri makanan jajanan atau rumah tangga.³⁷

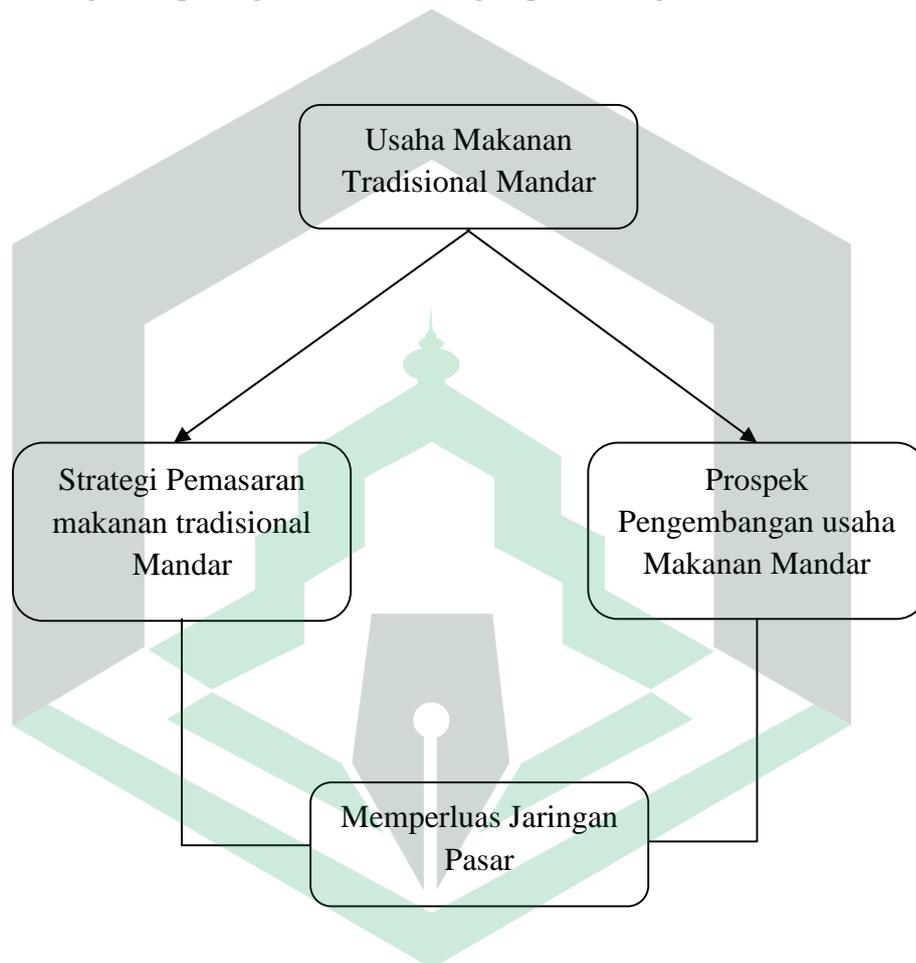
Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan makanan tradisional adalah semua jenis makanan dan jajanan tradisional yang menggunakan bahan baku lokal, pengemasan dan penyajian dengan bahan lokal, diproduksi oleh masyarakat Mandar, sebagai industri rumah tangga, dan mencerminkan identitas masyarakat lokal setempat. Contoh makanan Mandar yang diujikan yaitu baje, kasippi, bolu, dadar balanda, cucur, beruas dan lain lain.

³⁶Soekarto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007), 16.

³⁷Rosalia Indriyati Saptatiningsih, "Pemberdayaan Perempuan Desa Untuk Mengurangi Kemiskinan", Seminar Nasional Universitas PGRI Yogyakarta, (2015), 516.

C. Kerangka Pikir

Dalam kerangka pikir terdapat gambaran untuk yang lebih memperjelas jalan cerita sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan pelaku usaha jajanan tradisional mandar dalam pemasaran dan pengembangan, dapat digambarkan kerangka pikir sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian dengan desain deskriptif yang paling sederhana menyangkut suatu pertanyaan, dimana kita menanyakan suatu hal mengenai pokok permasalahan tertentu seperti besarnya prosesnya, distribusinya, sdb. Penelitian deskriptif memiliki beberapa tujuan yaitu: mendefinisikan dan atau mendeskripsikan suatu pokok-pokok yang diteliti, mengetahui perbedaan antara suatu pokok penelitian dengan penelitian lain yang diteliti, mengetahui pelaksanaan suatu peraturan/rencana penelitian, menguji fakta dengan landasan teori/konsep dilokasi penelitian tertentu¹.

Pendekatan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang merupakan suatu pendekatan yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data dengan pengumpulan data lebih menekankan pada wawancara dan observasi. Data yang terkumpul bercirikan cerita, kata-kata dari responden selain itu peneliti akan lebih banyak berinteraksi dengan fakta yang diteliti.

Penelitian kualitatif memiliki ciri-ciri tertentu sebagaimana menurut Lincoln dan Gubah dalam Moleong yang meluas, 11 ciri penelitian kualitatif yaitu (1)dilakukan pada latar alamiah, (2) manusia sebagai alat instrument, (3)metode kualitatif, (4) analisis data secara deduktif, (5) arah penyusunan teori berdasar dari bawah, (6) bersifat deskriptif, (7) mementingkan proses dari pada hasil, (8) menghendaki ditetapkannya batas dasar fokus, (9) adanya criteria khusus untuk

¹Wahyu Purhantara, *Metode penelitian kualitatif untuk bisnis*. Edisi Pertama . Yogyakarta: Graha Ilmu, 72.

keabsahan data, (10) desain bersifat sementara, (11) hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama.²

Kerja keras, cerdas, kreatif, menyisihkan keuntungan untuk pengembangan usaha, mengelolah karyawan merupakan upaya peningkatan keberhasilan usaha. Oleh karena itu penelitian yang sesuai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif.

Dengan metode deskriptif kualitatif ini akan diperoleh pemahaman dari penafsiran serta realitas yang mendalam mengenai makna dari kenyataan dan fakta yang ada. Karena permasalahan dalam penelitian ini tidak dengan angka-angka tetapi mendeskripsikan, menguraikan, dan menggambarkan tentang persaingan dan layanan pelaku usaha jajanan tradisional dalam pemasaran dan pengembangan. Lebih lanjut peneliti mengadakan pendekatan secara kekeluargaan pada usaha jajanan tradisional lebih terbuka dalam menyampaikan penjelasan dari pertanyaan yang diajukan.

B. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ini bermaksud untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih masa data yang relevan dan mana data yang tidak relevan. Pembatasan yang dalam penelitian lebih didasari oleh tingkat kepentingan yang terdapat pada masalah yang dihadapi dalam penelitian. Penelitian ini akan difokuskan pada implementasi marketing sebagai konsep manajemen strategi pemasaran.

Moleong, J. Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung; PT. Rosdakarya, 4.

C. Definisi Istilah

1. Implementasi

Implementasi adalah tindak lanjut suatu konsep atau realisasi konsep.

2. Manajemen

Manajemen adalah seni mengatur mengelola sesuatu sesuai dengan yang diharapkan.

3. Strategi

4. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

5. Pemasaran

Pemasaran adalah sistem total dan kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan.

D. Desain penelitian

Pada penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus, dengan melakukan wawancara mendalam terhadap pemilik usaha jajanan tradisional mengenai strategi pemasaran yang dilakukan, serta melakukan observasi pada toko Mega Resky.

E. Data dan Sumber Data

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu toko Mega Resky usaha jajanan tradisional mandar yang terletak pada wilayah di desa Lagi – lagi, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar. Lokasi ini dipilih karena sesuai dengan objek yang akan dikaji dalam penelitian. Selain itu lokasi tersebut juga dijangkau sehingga nantinya akan memudahkan peneliti melakukan penelitian.

2. Subjek Penelitian

Adapun subjek yang akan dijadikan sebagai narasumber dalam penelitian yaitu *owner* atau pemilik usaha dan karyawan ditoko Mega Resky di desa Lagi – Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar. Secara keseluruhan jumlah subjek dalam penelitian ini hanya berjumlah 19 orang yang terdiri dari pemilik dan 1 karyawan toko Mega Resky dan 17 orang adalah konsumen atau pelanggan jajanan tradisional.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh langsung dari seorang wirausaha dengan melalui cara observasi, wawancara secara mendalam dengan menggunakan berbagai pertanyaan yang telah ditetapkan oleh peneliti, dengan harapan memperoleh tanggapan yang baik dan jelas atas pertanyaan yang berkaitan dengan masalah pada judul penelitian.

b. Data Sekunder

Penugmpulan data sekunder dengan cara menggunakan cara mencari informasi dan data dari berbagai kepsustakaan sebagai data tambahan serta sebagai pendukung dengan mencari informasi dengan data yang berkaitan dengan jurnal, buku maupun struktur organisasi, Serta dari sumber lain yang berkaitan dengan masalah judul penelitian ini.

F. Instrumen Penelitian

Penelitian Kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus "divalidasi" seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya turun langsung kelapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logistik.

Penelitian naturalisti, peneliti berperan sekaligus sebagai instrumen pengumpulan data, untuk memudahkan sebagai instrumen pengumpulan data, maka beberapa cara peneliti lakukan yaitu;

1. Menyiapkan Daftar pertanyaan sesuai permasalahan dan tujuan penelitian yang hendak dicapai.
2. Mengindentifikasi informan yang hendak diwawancarai.
3. Mempersiapkan alat kelengkapan untuk menulis atau mencatat hal-hal yang dianggap penting dari permasalahan dalam melakukan penelitian.
4. Melakukan dokumentasi sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian pastilah terjadi proses pengumpulan data, untuk mendapatkan kelengkapan suatu informasi agar sesuai dengan fokus penelitian maka yang dijadikan teknik pengumpulan data melalui beberapa metode, meliputi:

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu proses pengamatan langsung pada sebuah objek penelitian yang bertujuan untuk memahami dari berbagai informasi-informasi yang ada serta mengumpulkan data dengan cara mencatat dari suatu hal yang dianggap penting dan sesuai dari pengamatan yang telah dilakukan sebelumnya.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian,kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (interview)³. Adapun tujuan dari melakukan wawancara ialah untuk mengetahui dan mendapatkan berbagai informasi yang jelas dan tepat dari narasumber serta sesuai dengan pertanyaan yang yang di berikan sebelumnya mengenai proses pengembangan dan pemasaran yang dilakukan pada pemilik toko Mega Resky usaha jajanan tradisional di Desa Lagi – agi Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.

³Wahyu Purhantara, *Metode penelitian kualitatif untuk bisnis*. Edisi Pertama . Yogyakarta: Graha Ilmu, 80-81.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara seseorang yang melakukan berbagai moment biasanya dalam suatu kegiatan. Kemudian menyediakan dokumen-dokumen selain itu menyediakan bukti-bukti yang akurat dari sebuah pencatatan sumber-sumber informasi yang didapatkannya. Dokumentasi seperti foto-foto saat meneliti kepada pelaku usaha jajanan tradisional.⁴ Dokumentasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk melengkapi, juga sebagai bukti nyata serta bahan penguat dalam kegiatan yang telah diperoleh dari pengamatan pada usaha jajanan tradisional mandar.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data dalam kualitatif melalui uji *creaadibility* (validitas internal), *Transferability* (validitas eksternal), *dependibility* (reabiitas), dan *compfirmability* (obyektivitas). Namun yang paling utama dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah uji kreadibilitas data. Dalam uji kreadibitas data meliputi;⁵

1. Perpanjangan

Pengamatan berarti peneliti kembali kelapangan, melakukan observasi, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui sebelumnya mauun yang baru.

2. Meningkatkan ketekunan

⁴Amirul Hadi Haryono, *metodeologi Penelitian Pendidikan II*, (Bandung; pustaka setia, 1998), 83.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 458-466.

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan, dengan cara tersebut kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat diperoleh pasti dan sistematis.

3. Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai cara, dan berbagai waktu, dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

- a. Triangulasi sumber, yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam tahap ini peneliti melakukan pengecekan pada toko Mega Resky.
- b. Triangulasi waktu sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber awal mula melakukan aktivitas maka akan lebih mungkin untuk mendapatkan data yang valid sehingga lebih kredibilitas. Untuk itu, dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu situasi berbeda.
- c. Triangulasi tehnik, yaitu untuk menguji kredibilitas dan dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan tehnik yang berbeda. Dalam tahap ini peneliti peneliti melakukan teknik wawancara yang selanjutnya dicek dengan observasi dan dokumentasi. Bila dengan tiga tehnik pengujian

kreadibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif ialah suatu yang dilakukan dengan jalan bekerja menggunakan data, mengorganisirnya, memilahnya menjadi sesuatu agar dapat dikelolah, mencari dan menemukan datanya, kemudian menentukan yang penting untuk dipelajari sehingga dapat memutuskan yang akan diceritakan kepada orang lain.⁶

Adapun analisis data yang dipakai, meliputi:

a. Metode Deduktif

Metode Deduktif adalah cara analisis data dari kesimpulan umum kemudian diuraikan menjadi suatu contoh-contoh yang kongkrit untuk menjelaskan kesimpulan dengan kata lain analisis data dari terkhusus ke umum.

b. Metode Induktif

Metode Induktif ialah kebalikan dari analisis melalui contoh – contoh yang kongkrit dan fakta terlebih dahulu kemudian di uraikan terlebih dahulu agar dapat di rumuskan kedalam sebuah kesimpulan, dengan kata lain analisis data ini mengemukakan dari umum ke khusus.

⁶Lexy J Moeleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 248.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Letak dan Kondisi Desa Lagi-Agi

Desa Lagi-Agi merupakan salah satu wilayah yang terletak di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat. Desa Lagi-Agi terletak di jantung Kota Kecamatan Campalagian. Penduduknya menyebar di lima (5) Dusun yaitu *Dusun Lagi-Agi, banua baru, pajallungan, Rappogading Matoa, dan Lelupan* dengan batas – batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah Selatan berbatasan dengan : Desa Lampoko
Sebelah Utara berbatasan dengan : Desa Parappe
Sebelah Timur berbatasan dengan : Desa Botto
Sebelah Barat berbatasan dengan : Desa Bonde

Desa Lagi-Agi adalah salah satu yang baru terbentuk dan lahir dari hasil pemekaran wilayah desa lampoko. Pada tanggal 25 juli 2008 Lagi-Agi disahkan menjadi sebuah desa persiapan. Yang pemekarannya diresmikan oleh Bupati Polewali Mandar “ *H. A. Ali Baal Masdar*. Setelah melalui proses yang panjang dalam kurun waktu sekitar 1,5 tahun akhirnya Desa persiapan Lagi-Agi resmi menjadi Desa Defenitif berdasarkan surat keputusan Bupati.

Desa Lagi-Agi merupakan daerah yang berada di jantung kota kecamatan campalagian dan sekitar ± 32 km dari ibu kota kabupaten Polewali Mandar, mempunyai luas wilayah $\pm 5,41$ km² yang terbagi atas 5 dusun dengan luas wilayah per dusunnya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 4.1 Jumlah Dusun dan Luas Wilayah per Dusun Desa Lagi-Agi

Dusun	Luas (km ²)
Lagi-Agi	1,16
Banua Baru	1,08
Pajallungan	1,07
Lelupang	1,10
Rappogading Matoa	1,00
Total	5,41

Sumber : Data Desa Lagi Agi Tahun 2019

2. Keadaan Penduduk

Desa Lagi-Agi mempunyai jumlah penduduk ± 2.540 jiwa dengan jumlah keluarga 626 KK yang tersebar di 5 dusun dengan perincian jumlah penduduk per dusun berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk / Dusun Desa Lagi-Agi

Dusun	Jumlah Penduduk (Jiwa)		L+P (jiwa)
	L	P	
Lagi-Agi	449	443	873
Banua Baru	225	183	459
Pajallungan	250	262	476
Lelupang	243	267	501
Rappogading Matoa	107	124	231
Total	1.274	1.275	2.540

Sumber : Data Desa Lagi Agi Tahun 2019.

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan masyarakat di Desa Lagi-Agi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 4.3 Data Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Lagi – agi.

Tingkat Pendidikan (orang)					
TK	SD	SLTP	SLTA	D2	S1
65	539	251	291	4	60

Sumber : Data Desa Lagi Agi Tahun 2019.

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan sebagian besar penduduk masih tergolong rendah dimana tingkat pendidikan SD paling banyak di banding tingkat pendidikan S1.

4. Mata Pencaharian

Sebagian besar mata pencaharian penduduk Desa Lagi-Agi berprofesi sebagai petani. Komoditas pertanian yang dikembangkan masyarakat desa Lagi – agi adalah padi dan kakao, selain itu sebagian masyarakat juga banyak yang menanam tanaman buah-buahan sebagai pekerjaan tambahan seperti buah langsung, mangga dan sejenisnya, disamping itu juga tanaman palawija seperti jagung, ubikayu, sayur-sayuran, sedangkan untuk pekerjaan tambahan lainnya terdapat pula bidang peternakan seperti; ternak sapi, kambing, ayam. Selebihnya bergerak dibidang bisnis serta beberapa diataranya berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Jumlah penduduk berdasarkan jenis pekerjaan yang penulis dapatkan dari Kantor Desa Lagi-Agi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.4 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)
Petani	350
Pedagang / Wirausaha	180
PNS	45

Sumber : Data Desa Lagi Agi Tahun 2019.

5. Sarana dan Prasarana

Desa Lagi-Agi juga memiliki 11 macam sarana dan prasarana yang cukup lengkap dan dapat dipakai untuk keperluan desa maupun untuk pribadi. Berikut untuk rincian secara detail sarana dan prasarana yang ada di Desa Lagi-Agid apat dilihat pada tabel 5.

Tabel 4.5 Sarana dan Prasarana Desa Lagi-Agi

Sarana dan Prasarana	Jumlah
Sekolah Dasar (SD)	4
Taman Kanak-Kanak (TK)	3
Perpustakaan Desa	1
Masjid	9
Taman Pengajian Al-qur'an (TPA)	9
Puskesmas pembantu	1
Kantor Desa	1
Unit Pelaksanaan Teknis Daerah (UPTD)	1
Gedung Serba Guna	1
Apotik	1
Lapangan Bulu Tangkis	7

Sumber : Data Desa Lagi Agi Tahun 2019.

6. Sejarah Singkat

Pada mula berdirinya, usaha ini merupakan industri rumah tangga yang dibentuk oleh ibu Aminah pada tahun 2000. Pada awalnya Ibu Aminah hanya mencoba membuat kue sendiri dan melakukan penjualan kue hanya di depan rumahnya yang kebetulan dipinggir jalan poros campalagian. Seiring dengan waktu produknya mulai direspon dan diterima oleh masyarakat. Hal ini ditandai dengan makin banyaknya masyarakat yang membeli produknya baik itu masyarakat Lokal maupun pendatang dan wisatawan local yang kebetulan melintas di depan tokonya. Peningkatan penjualan produknya ini pun direspon oleh ibu Aminah dengan mencoba untuk mengembangkan usahanya dengan cara menjual produk-produk baru atau melakukan inovasi pada produksi Jajanan tradisionalnya dengan berbagai macam varian rasa dan bentuk. Pada tahun – tahun selanjutnya toko jajanan kue tradisional Ibu Aminah makin dikenal oleh masyarakat dan pendatang/wisatawan local yang berkunjung ke Kabupaten Polewali Mandar atau Daerah disekitar Provinsi Sulawesi Barat bahkan tidak sedikit penduduk dari Provinsi Sulawesi Tengah yang melintas juga singgah untuk membeli kue jajanan tradisional khas mandar untuk dijadikan buah tangan untuk keluarganya di kampung dan untuk dikonsumsi sendiri. Dengan semakin banyaknya permintaan produk jajanan tradisionalnya, ibu aminah berusaha untuk lebih mengembangkan lagi produksinya dengan mengajak ibu rumah tangga disekitar tempat usahanya untuk menjadi mitra usaha dalam hal memproduksi jajanan tradisional khas mandar dengan berbagai macam rasa.

Pada tahun 2012 usaha ini melakukan pemberian nama Mega Rezky disertai dengan pertimbangan agar lebih dikenal di kalangan masyarakat, seiring berkembangnya kebutuhan konsumen, Usaha Mega Rezky ini selain dalam usaha pengelolaan juga melakukan pemasaran dalam produknya. Usaha Mega Rezky termasuk salah satu industri rumahan penjual kue tradisional khas mandar yang masih bertahan hingga saat ini.

7. Tujuan Usaha Mega Rezky

Tujuan usaha Mega Rezky yang ingin dicapai selain ingin memberdayakan ibu rumah tangga untuk membantu meningkatkan penghasilannya, Usaha Mega Rezky juga ingin mempromosikan Daerah Polewali Mandar melalui makanan tradisional yang dikembangkannya agar lebih dikenal ke luar Provinsi Sulawesi Barat dan Seluruh Indonesia secara umum. pemilik usaha pun juga berkeinginan menjadikan Daerah Polewali Mandar sebagai salah satu tempat yang menghasilkan produk makanan tradisional yang bertahan hingga saat ini seperti di daerah lain.

8. Daya Simpan

Seperti yang kita ketahui bahwa barang maupun makanan masing-masing memiliki daya simpan atau masa berlakunya, biasanya disebut dengan istilah kata *expiry date* atau kadaluarsa khususnya pada makanan yang termasuk dalam kategori yang mempunyai waktu yang tidak cukup lama akan ketahanannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pengusaha pada usaha Mega Resky di Desa Lagi-agi terdapat beberapa jawaban dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilokasi penelitian, sebagai berikut:

Selama proses wawancara peneliti mendahulukan kebutuhan dan kondisi informan seperti memperhatikan kesiapan dan kondisi fisiknya untuk bercerita. Hal ini bertujuan agar wawancara antara peneliti dan informan berlangsung lancar dan informasi yang didapatkan valid dan akurat.

Jumlah Informan dalam penelitian ini sejumlah 14 informan, yang dipilih berdasarkan atas kriteria – kriteria dalam penentuan subyek atau informan yaitu pada pedagang makanan tradisional yang ada di desa lagi - agi di kabupaten polewali mandar. Kemudian untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut :

Informan 1

Nama	: Hj. Aminah
Umur	: 40 Tahun
Jenis kelamin	: Perempuan
Pekerjaan Suami	: Kepala Dusun
Pendidikan	: SMA
Asal Daerah	: Campalagian
Jumlah Anggota keluarga	: 6 Orang (4 anak)
Lama Berjualan	: 20 Tahun

Hj. Aminah (40 tahun), wanita ini berprofesi sebagai pedagang kue tradisional didepan rumahnya yang lebih tepatnya terletak dipinggir jalan poros campalagian. Menetap di campalagian sejak beliau masih kecil. Berjualan kue tradisional sudah dilakukan sejak tahun 2000. Beliau berjualan kue tradisional untuk membantu mencukupi kebutuhan keluarganya. Ia memilih berjualan kue tradisional di halaman rumah desa lagi – agi, karena menurutnya berjualan kue adalah bisnis yang tidak mengeluarkan modal yang banyak dan juga tidak menguras tenaga.

Seperti yang diungkapkan:

“Saya lebih pilih berjualan kue karena tidak membutuhkan modal yang besar, cukup dengan membuat toko kecil dan berjualan dan juga tidak banyak menguras tenaga, kita hanya menjaga toko didepan rumah dan menjual sekaligus bisa mengontrol keluarga (suami dan anak)”.¹

1. Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik jajanan tradisional mandar “Mega Resky” di desa Lagi-Agi, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar, strategi pemasaran yang dilakukannya sampai sekarang ini hanya mengandalkan informasi dari mulut kemulut untuk memasarkan produk jajanannya, seperti yang diungkapkan oleh Hj Aminah:

“Mengenai masalah pemasarannya saya hanya mengharapkan yang mengetahui informasi dari orang-orang saja yang baik dari dalam daerah maupun diluar daerah.”²

Produk (product) mengenai masalah kemasan itu sangat berpengaruh terhadap peningkatan daya tarik konsumen apabila kemasan diganti dengan

¹ Aminah, Penjual , *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

² Aminah, Penjual , *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

kemasan yang lebih moderen dari sebelumnya. Seperti yang diungkapkan oleh Hj.

Aminah:

“Berbicara masalah kemasan yang moderen memang bagus, tapi melihat kemampuan perekonomian dari masyarakat juga harus dipertimbangkan akan daya belinya”³

Harga dalam sebuah pemasaran, pastinya kita perlu menentukan harga pada suatu barang yang ingin dipasarkan, menurut informasi dari Hj. Aminah seperti yang diungkapkan:

“Untuk pemberian harga barang dapat mengkondisikan antara isi dalam kemasan dan harga yang tidak mahal dan tidak pula murah, disamping itu kita juga melihat perekonomian yang dialami oleh masyarakat sekitar akan kesanggupan daya belinya.”⁴

Tempat, lokasi atas tempat untuk menarik konsumen adalah memilih tempat yang strategis untuk sarana pemasaran produk. Menurut dari pemilik usaha oleh Hj. Aminah seperti yang diungkapkan:

“Tempat untuk meakukan pemasaran saya hanya menggunakan sebuah toko dan itupun juga hanya satu saja yang tepatnya dipingir jalan poros”⁵

Promosi, usaha termasuk dalam usaha yang bergerak dalam bidang kuliner khususnya makanan tradisional yang tentunya tidak jauh dari kata pemasaran dan sebagai pelaku usaha tentunya memiliki cara atau sistem pemasaran yang berbeda dengan usaha lain untuk memasarkan barang dagangannya. Menurut Hj. Aminah yang diungkapkan:

³ Aminah, Penjual , *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

⁴ Aminah, Penjual , *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

⁵ Aminah, Penjual , *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

“Dalam melakukan pemasaran produk kami hanya memasarkan didalam toko saja dengan cara menunggu dan melayani konsumen yang ingin belanja.”⁶

Menyangkut dalam pemasaran sangat diperlukan media sebagai alat untuk membantu mempromosikan suatu barang sebagai pendukung agar dapat meningkatkan peningkatan penghasilan. Seperti yang diungkapkan Hj. Aminah:

“Mengenai masalah promosi dalam penjualan saya tidak memakai alat eletronik baik hp ataupun semacamnya, alasannya karena kemauan sendiri dan hanya mengharapkan informasi dari mulut kemulut saja.”⁷

Kerjasama agar pemasaran lebih meluas selain untuk meningkatkan pendapatan usaha juga dapat berjalan dengan lancar, dan salah satunya perlu adanya kerjasama antara pedagang, seperti yang diungkapkan oleh Hj. Aminah:

“Menyangkut dengan kerja sama dengan pedagang, saya tidak melakukan itu karena untung yang saya peroleh juga tidak seberapa”⁸

Kerjasama dengan Mini Market Moderen (MMM) untuk memperluas jaringan pemasaran agar dapat diketahui oleh banyaknya kalangan baik lokal maupun diluar kota bahkan sampai diluar negri, ada baiknya kita mencoba untuk mencoba untuk bekerjasama dengan toko-toko moderen seperti Alfamidi, Indomaret, Alfamart ataupun sejenisnya. Menurut Hj. Aminah:

“Masalah Kerjasama dengan pasar moderen tentunya tidak bisa karena barang yang saya jual adalah barang yang tidak akan tahan lama ketahanannya

⁶ Aminah, Penjual, Wawancara, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

⁷ Aminah, Penjual, Wawancara, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

⁸ Aminah, Penjual, Wawancara, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

(expayer) disamping itu juga pasar moderen memapaki sistem barang kembali dan pastinya menimbulkan kerugian”⁹

Karyawan, terkait masalah karyawan selain mengurangi pengangguran juga membantu meningkatkan penghasilan serta membantu berjalannya sebuah usaha. Seperti yang diungkapkan oleh Hj. Aminah:

“Kalau masalah karyawan saya hanya mempunyai satu karyawan untuk untul menjual”¹⁰

Penghasilan atau kondisi keuangan terkait dengan penghasilan yang diperoleh dalam sehari sangat berpengaruh dalam pengembangan usaha. Menurut informasi dari Hj. Aminah:

“Berbicara masalah penghasilan dalam perbulannya dapat dikatakan tidak menentu seberapa dalam per harinya dikarenakan juga masalah pergantian musim buah dan musim waktu libur”¹¹

Pelayanan, dalam melakukan sebuah usaha terutama dalam pemasaran disebuah usaha pasti memerlukan pelayanan untuk konsumen atau pelanggan agar pelanggan mendapatkan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen dan juga dapat menarik pelanggan yang lebih banyak lagi. Menurut Hj. Aminah:

“Kalau masalah pelayanan, seperti yang kita ketahui sebelumnya bahwa pembeli adalah raja, otomatis kita melayani dengan sikap sopan dan ramah terhadap pelanggan.”¹²

⁹ Aminah, Penjual , *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

¹⁰ Aminah, Penjual , *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

¹¹ Aminah, Penjual , *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

Adapun 10 informan yang dijadikan bahan pertimbangan yang dilakukan untuk mengetahui saran atau masukan mengenai kemasan produk jajanan tradisional mandar pada usaha Mega Resky, sebagai berikut:

Informan 1

Nama	: Asti
Umur	: 23 Tahun
Jenis kelamin	: Perempuan
Pekerjaan	: Mahasiswa
Asal	: Makassar
Tujuan	: Mamuju
Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?	

Jawab; “Lebih bagus kalau dipercantik lagi kemasannya seperti kotak yang berwarna, bergambar sesuai isinya supaya bagus juga dilihat seperti cemilan yang bermerek sehingga kita juga bisa tau ole-ole yang dikampung mandar seperti ini ternyata, dan juga bagus dibawa-bawa (tidak kelihatan bia sa sekali)”¹³

¹² Aminah, Penjual, *Wawancara*, di campalagian, tanggal 30 januari 2019

¹³ Asti, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 1 Februari 2019

Informan 2

Nama : Ekang

Umur : 30 Tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Pegawai Negri Sipil (PNS)

Asal : Topoyo

Tujuan : Sidrap

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

Jawab; “Bagusmi begini tapi alangkah lebih bagusnya kalau dirubah dari bungkusannya sebelumnya supaya tidak monoton (tidak ada peningkatan) sama sekali dari dulu sampai sekarang”¹⁴

¹⁴ Ekang, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 2 Februari 2019

Informan 3

Nama : Nurmiati
 Umur : 39 Tahun
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : IRT
 Asal : Majene
 Tujuan : Pare-pare

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

Jawab; "Sudah bagus"¹⁵

Informan 4

Nama : Felli Fadilah
 Umur : 22 Tahun
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : IRT
 Asal : Pambusuang
 Tujuan : Pinrang

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

Jawab; Sudah bagus"¹⁶

¹⁵ Nurmiati, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 3 Februari 2019

Informan 5

Nama : Ikbal
 Umur : 52 Tahun
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Pekerjaan : Pegawai PLN
 Asal : Campalagian
 Tujuan : Maros

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

Jawab; “Sudah bagus”¹⁷

Informan 6

Nama : Rahamia
 Umur : 44 Tahun
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : IRT
 Asal : Majene
 Tujuan : Polewali

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

Jawab; “Sudah bagus”¹⁸

¹⁶ Felli Fadilah, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 3 Februari 2019

¹⁷ Ikbal, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 4 Februari 2019

Informan 7

Nama : M. Ali
 Umur : 54 Tahun
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Pekerjaan : Nelayan
 Asal : Pampusuang
 Tujuan : Kendari

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

Jawab; “Sudah bagus”¹⁹

Informan 8

Nama : Zulfikar
 Umur : 38 Tahun
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Pekerjaan : Dokter
 Asal : Campalagian
 Tujuan : Pare-pare

¹⁸ Rahamia, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 5 Februari 2019

¹⁹ M.Ali, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 5 Februari 2019

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

Jawab; “Menurut saya, kemasannya ada baiknya lebih dikemas lagi pakai kemasan yang lebih moderen lagi sehingga lebih menarik kelihatan, juga lebih pede bawa kemana – mana apalai kalau dijadikan ole-ole untuk keluarga maupun kerabat dan semacamnya.”²⁰

Informan 9

Nama	: Baso
Umur	: 40 Tahun
Jenis kelamin	: Laki-laki
Pekerjaan	: Supir Mobil
Asal	: Majene
Tujuan	: Makassar
Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?	
Jawab; “ Sudah bagus” ²¹	

²⁰Zulfikar, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 6 Februari 2019

²¹Baso, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 6 Februari 2019

Informan 10

Nama : Efendi

Umur : 39 Tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Polisi

Asal : Makassar

Tujuan : Palu

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

Jawab; “Bagusnya lagi kalau bungkusannya seperti yang ada dikota-kota seperti dimakassar apalagi sekaran jaman modern yang kekinian istilah gaulnya”²²

Informan 11

Nama : Azis

Usia : 25 Tahun

Jenis : Pria

Pekerjaan : wiraswasta

Asal : Makassar

Tujuan : Mamuju

²²Efendi, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 6 Februari 2019

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

“Sebaiknya bungkusannya agar lebih baik lagi kelihatannya”²³

Informan 12

Nama : Musdalifah

Usia : 28 Tahun

Jenis : Wanita

Status Pekerjaan : IRT

Asal : Soppeng

Tujuan : Majene

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

“Sudah bagus karna yang dibutuhkan cuma isinya”²⁴

Informan 13

Nama : Irma

Usia : 23 Tahun

Jenis : Wanita

Status Pekerjaan : Guru TK

Asal : Polewali

²³Azis, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 7 Februari 2019

²⁴Musdalifah, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 7 Februari 2019

Tujuan : Pasangkayu

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

“Ada baiknya jikalau bungkusannya lebih cantik agar terlihat menarik”²⁵

Informan 14

Nama : Fajar

Usia : 26 Tahun

Jenis : Pria

Status Pekerjaan : Avsec

Asal : Somba

Tujuan : Makassar

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

“Bagusan di permak lagi dengan bungkus kotak”²⁶

Informan 15

Nama : Fahira

Usia : 23 Tahun

Jenis : Wanita

Status Pekerjaan : Pegawai Swasta

²⁵Irma Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 7 Februari 2019

²⁶Fajar, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 7 Februari 2019

Asal : Bulukumba

Tujuan : Malunda

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

“ Bagusmya kalau di bungkus dengan kotak ”²⁷

Informan 16

Nama : Miranti

Usia : 36 Tahun

Jenis : Wanita

Status Pekerjaan : IRT

Asal : Polewali

Tujuan : Pare-Pare

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

“Sudah Bagus”

Informan 17

Nama : Nurliani

Usia : 22 Tahun

Jenis : Wanita

²⁷ Fahira, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 7 Februari 2019

Status Pekerjaan : Mahasiswa

Asal : Wonomulyo

Tujuan : Pinrang

Bagaimana saran mengenai kemasan jajanan tradisional mandar?

“Bagusan di pencantik dengan gaya moderen”²⁸

B. Pembahasan

1. Permasalahan Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Khas Mandar.

Dalam pengembangan suatu usaha diperlukan strategi pemasaran yang efektif karena pemasaran merupakan kunci keberhasilan dalam setiap pelaksanaan usaha, namun pemasaran juga tidak bisa berjalan lancar apabila tidak didukung oleh strategi yang efektif dan efisien. Pemasaran produk jajanan khas mandar yang selama ini dilakukan oleh para pelaku usaha di kec. campalagian Kab. Polewali Mandar hanya menunggu konsumen datang langsung ke toko untuk membeli produk usahanya. Hal ini sesuai dengan pernyataan WY. Stanton, yang menyatakan bahwa pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh system yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli actual maupun potensial.

²⁸ Nurliani, Konsumen, *Wawancara*, di Campalagian, tanggal 7 Februari 2019

Mengingat besarnya potensi yang dimiliki, usaha jajanan tradisional ini masih membutuhkan upaya - upaya yang lebih nyata untuk lebih mengembangkan bisnis ini.

Terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha jajanan tradisional khususnya jajanan tradisional khas mandar yang kebanyakan masih merupakan industri rumah tangga. Adapun beberapa masalah yang penulis anggap masih perlu mendapat perhatian lebih dari pemerintah maupun dari investor khususnya industri rumah tanggan jajanan khas mandar adalah sebagai berikut:

1. Terbatasnya pengetahuan para pelaku usaha jajanan tradisional mandar untuk mengelola usahanya secara profesional, misalnya dari segi pengemasan. Pada umumnya kemasan jajanan tradisional khas mandar masih belum tersentuh oleh kemasan yang baik padahal kemasan merupakan salah satu nilai tambah sebuah produk.
2. Industri Rumah Tangga Jajanan tradisional khas mandar sebenarnya memiliki prospek yang cukup baik untuk dikembangkan, hanya saja para pelaku usaha kurang memiliki pengetahuan tentang manajemen bisnis yang baik atau terlalu banyak pertimbangan dalam hal membangun kemitraan pemasaran serta keraguan untuk berurusan dengan birokrasi dan regulasi yang dianggapnya rumit.
3. Masih kurangnya akses ke lembaga pembiayaan dikarenakan ketidaktahuan atau tidak mampu untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh lembaga keuangan sehingga mengakibatkan para

pengusaha jajanan tradisional selalu terjebak dalam permasalahan klasik yaitu keterbatasan modal untuk mengembangkan usahanya.

2. Upaya Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Khas Mandar

Dalam upaya pengembangan usaha jajanan tradisional khas mandar ada beberapa langkah nyata yang mungkin penting untuk segera dilakukan sebagai potensi spesifik lokal yang dimiliki Kabupaten Polewali Mandar :

- a) Perlunya Peran Serta Pemerintah khususnya Pemerintah Kabupaten Polewali Mandar dalam menginventarisasi jajanan tradisional khas polewali mandar sebagai salah satu usaha untuk menjaga kelestarian dan keberlangsungan produksi jajanan tradisional khas mandar sehingga dapat dikenal luas diluar wilayah kabupaten polewali mandar. Selain itu inventarisasi jajanan tradisional khas mandar bertujuan untuk menyeleksi jajanan tradisional khas mandar apa saja yang memiliki prospek yang bagus untuk lebih dikembangkan secara profesional.
- b) Melakukan Pembinaan dan bimbingan kepada para pelaku usaha jajanan tradisional khas mandar dalam hal standarisasi mutu, kualitas dan higienitas produk. Selain itu, perlunya diajarkan kepada pelaku usaha jajanan tradisional khas mandar untuk melakukan pengemasan yang menarik dan aman.
- c) Agar produk jajanan tradisional khas mandar bisa tetap eksis dan peningkatan daya saing usaha jajanan tradisional khas mandar yang pada umumnya adalah industry rumah tangga perlu adanya bimbingan tentang

manajemen usaha yang lebih efisien dan efektif agar usaha jajanan tradisional khas mandar ini tidak hanya menjadi bisnis rumahan.

- d) Kemudahan akses pembiayaan juga merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan usaha jajanan tradisional khas mandar, karena modal usaha masih merupakan permasalahan klasik yang selalu dikeluhkan oleh para pengusaha jajanan tradisional khas mandar yang masih merupakan industry rumah tangga.

Salah satu penyebab masih bertahannya usaha Mega Rizki dalam memproduksi dan memasarkan jajanan tradisional khas mandar sampai saat ini lebih dikarenakan kesetiaan konsumen terhadap jajanan tradisional khas mandar. Para konsumen ini merasa lebih puas terhadap produk yang dihasilkan oleh industry rumah tangga Mega Rizki karena rasa dan kualitas yang baik serta harga yang masih terjangkau. Hal inilah yang menyebabkan kesetiaan konsumen dan cenderung menjadi pelanggan tetap terhadap produk – produk jajanan khas mandar yang dihasilkan oleh usaha Mega Rizki sehingga secara tidak langsung hal ini merupakan salah satu media promosi dari mulut ke mulut untuk menyebarluaskan produk jajanan tradisional khas mandar usaha Mega Rizki.

BAB V

PENUTUP

A. *Simpulan*

1. Bagaimana strategi pemasaran usaha Jajanan Tradisional Mandar di Toko Mega Resky di Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar Pemasaran dalam usaha yang dilakukan oleh toko Mega Resky belum sepenuhnya melakukan Strategi pemasaran yang sebagaimana mestinya, sedangkan dalam pemasaran yang umum terdapat cara atau strategi yang dapat dilakukan.
2. Bagaimana Prospek pengembangan jajanan Tradisional Mandar di Toko Mega Resky di Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar ini masih berdiri dan beroperasi dengan sendiri tanpa melakukan kerjasama dengan pasar-pasar lainnya untuk pengembangan usaha memiliki strategi tertentu untuk memperluas jaringan pemasaran.

B. *Saran*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha jajanan tradisional mandar di toko “Mega Resky” di desa Lagi-Agi, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar pada dasarnya memiliki potensi yang besar untuk berkembang lagi dengan memaksimalkan strategi pemasaran dan membuka beberapa cabang usaha di daerah lain yang strategis serta membina kerjasama dengan mini market moderen sehingga jajanan tradisional mandar bisa lebih dikenal lagi secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).
- Abdullah, Ma'ruf, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin:Antasari Press, 2011.
- Budiarta, Kustoro, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009).
- Chandra, *Marketing Management Pendekatan pada Nilai-Nilai Pelanggan*, (Malang: Bayumedia, 2004).
- Drus, Racmat, *Akuntansi dan Pengusaha Kecil. Akuntansi, Edisi 07*, (Bandung: cv Pustaka Setia, 2014).
- Departemen Nasional Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Gitosudarno, *Management Strategis* (BPEE Yogyakarta, 2001).
- H Mubarak, Muhammad, *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis Dalam Meraih Keunggulan kompetitif*, Idea Press Yogyakarta, 2009).
- Hasan, Ali , *Marketing Theory* Bogor (Ghalia Indonesia, 2010).
- Hadi Haryono, Amirul, *metodeologi Penelitian Pendidikan II*, (Bandung; pustaka setia, 1998).
- Hadisantoso, *Ilmu Bahan Makanan Bersumber dari Nabati*, (Buku Ajar.Surabaya:Unesa. 2015).
- Indriyati Saptatiningsih, Rosalia, "Pemberdayaan Perempuan Desa Untuk Mengurangi Kemiskinan", Seminar Nasional Universitas PGRI Yogyakarta, (2015).
- Ismail Yusanto, Muhammad *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Lintang, Oli, *Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik*, 2016.

- Lita Rosari, Clara, *Profil Industri Rumah Tangga Kue Tradisional Kampung Tegal Kemuning, Danurejan, Yogyakarta*, Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta. 2017.
- Lubis, AY, *Pengembangan Usaha*, (repository.usu.ac.id>bitstream, pdf,2012).
- Muhammad, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil*, (Jakarta: PT.Salemba Empat, 2017).
- Marbun, *Manajemen Perusahaan Kecil*, (Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo).
- Mangkuprawira, *Pengembangan Usaha*, (Yogyakarta: Pedagogia, 2012).
- Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Nitisusantro, Mulyadi, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Moeleong, Lexy J Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010).
- Nurdiyansah, *Proyek Pengembangan Makanan Jajanan*, Jurnal Keuangan dan Perbankan: Vol. 14, No. 3, September 2010.
- Purhantara, Wahyu, *Metode penelitian kualitatif untuk bisnis*. Edisi Pertama . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purhantara, Wahyu, *Metode penelitian kualitatif untuk bisnis*. Edisi Pertama . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Peowadarminta, Glueck, William F dan Jauch, Lawrence R. “Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan, (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Peowadarminta, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Ed.3, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012).
- Simajuntak, Pariang, dkk, *Prospek Pengembangan Usaha Dodol Pepaya Pada Home Industri Desa Tebak Monok Kecamatan Kepahiang Kabupaten Kepahiang*”, Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu, AGRITEPA, Vol. 1, No, 1, Juni 2014.

Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian AlQur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2001.

Setianingrum, Hendra, "*Perkembangan Industri Kecil Tempe Kripik dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Ngantru Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek*", Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Surabaya.

Setyosari, Punaji *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, (Jakarta: Kencana, 2012).

Suwantoro, *Pengembangan Usaha*, (Jakarta: PT. Erlangga 2008), Edisi 12. Jilid 1.

Suwantoro, *Prinsip-prinsip Pengembangan Usaha*, (Jakarta: PT. Erlangga 2008), Edisi 12. Jilid 1.

Sholihin, Ismail, *Pengantar Bisnis Pengenalan Peraktis Dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2014).

Soekarto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007).

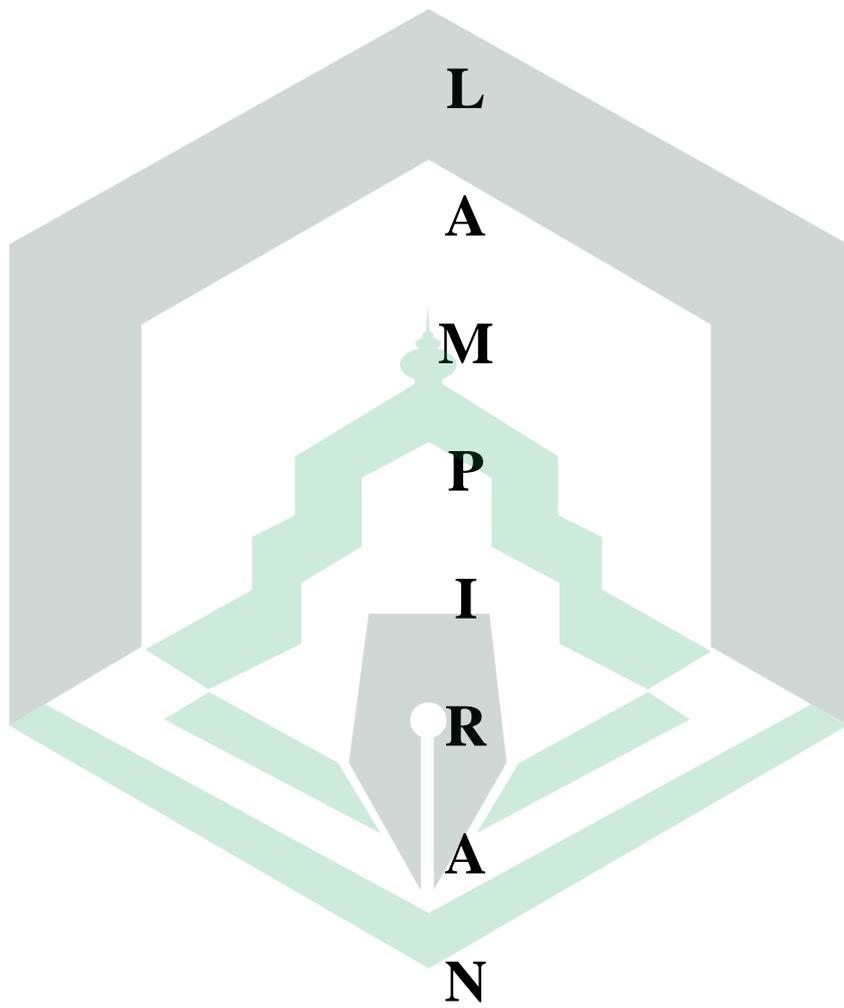
Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012).

Tohar, M., *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Kanisius, 2015).

Tua Efendi Hariandja, Marihot, *Manajemen Pengembangan Usaha*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia), 2002.

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

http://blog-pinta.blogspot.co.id/2013/06/kewirausahaan_4953.html diakses pada tanggal 3 januari 2020



PEDOMAN WAWANCARA

Adapun Pertanyaan-pertanyaan penting yang peneliti ajukan kepada pemilik usaha sebagai bentuk wawancara di lokasi penelitian mengenai masalah penelitian, diantaranya:

Kepada Pemilik Toko Mega Resky

1. Profil Usaha seperti Nama Usaha, Nama Pemilik, Tahun awal mula berjalannya usaha dll?
2. Adakah Surat Izin dari Dinas Kesehatan mengenai dagangan yang diperjual belikan ?
3. Waktu beroperasinya toko atau tempat usaha?
4. Berapa Hasil Penjualan dalam per harinya?
5. Berapa banyak Penjualan per bulan?
6. Daya simpan barang jualan?
7. Apakah usaha ini bekerjasama dengan toko modern seperti Alfa Midi?

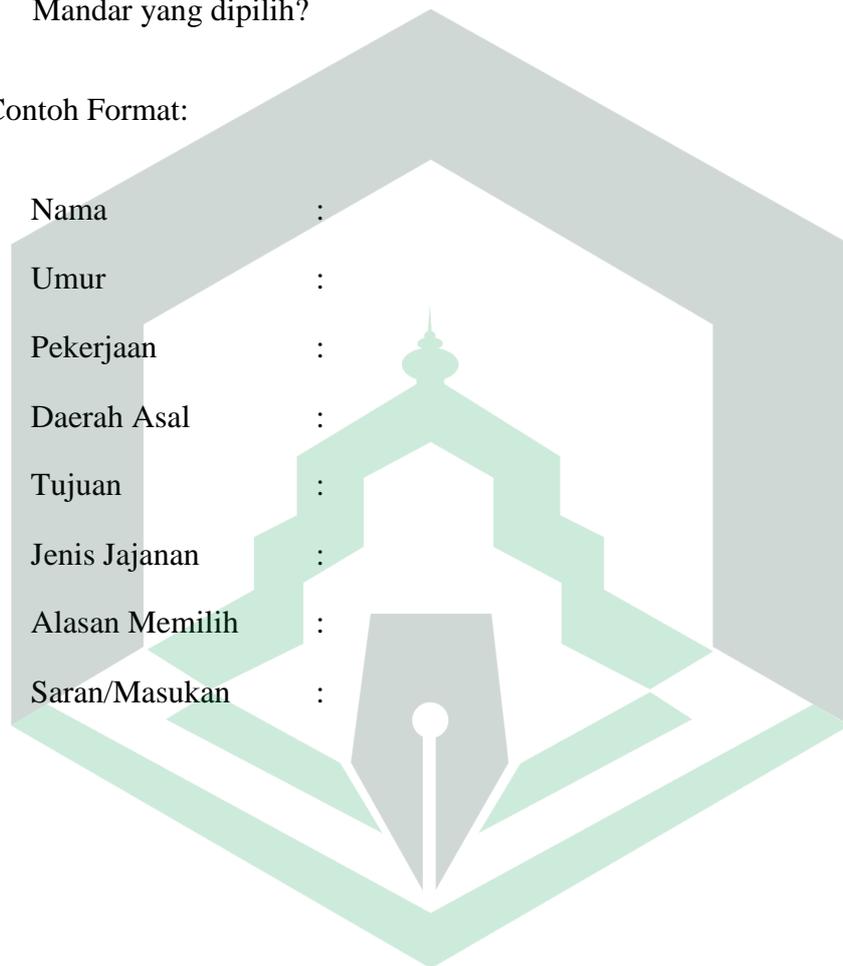
Kepada Kepala Toko Moderen (Alfa Midi)

1. Apakah jajanan tradisional yang dibuat oleh IKM pernah menawarkan barangnya untuk kerjasama untuk melakukan pemasaran?
2. Bagaimana Persyaratan yang ditetapkan oleh Alfa Midi agar IKM dapat melakukan kerjasama dengan Alfa Midi?
3. Apa alasan barang IKM tidak diterima untuk melakukan kerjasama?
4. Kemasan seperti apakah yang di inginkan agar dapat diterima unttuk kerjasama.

Kepada Pelanggan

1. Nama, Umur, Pekerjaan, Daerah Asal, Tujuan?
2. Jenis Jajanan Tradisional Mandar yang dipilih serta alasan?
3. Meminta masukan atau saran mengenai kemasan dari Jajanan Tradisional Mandar yang dipilih?

Contoh Format:



Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Daerah Asal :
Tujuan :
Jenis Jajanan :
Alasan Memilih :
Saran/Masukan :



PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Manunggal NO. 11 Pekkabata Polewali, Kode Pos 91315

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 503/64/IPL/DPMPTSP/II/2019

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 atas Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Izin Penelitian;
 2. Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mamasa Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat Bappeda dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Polewali Mandar;
 3. Memperhatikan :
 - a. Surat Permohonan Sdr (i) DAYANG KHAIRULNISA
 - b. Surat Rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor : B-059/Bakesbangpol/B.1/410.7/01/2019, Tgl. 22 Januari 2019

MEMBERIKAN IZIN

Kepada :

Nama	:	DAYANG KHAIRULNISA
NIM/NIDN/NIP	:	15.0401.0135
Asal Perguruan Tinggi	:	IAIN PALOPO
Fakultas	:	EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jurusan	:	EKONOMI SYARIAH
Alamat	:	KEC. WARU TIMUR PALOPO

Untuk melakukan Penelitian di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar, terhitung bulan Januari 2019 sampai selesai dengan Judul "PENGEMBANGAN USAHA JAJANAN TRADISIONAL MANDAR (KASIPPI DAN GOLLA KAMBU)".

Adapun Rekomendasi ini dibuat dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Pemerintah setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Penelitian kepada Bupati Polewali Mandar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata Pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Definikian Izin Penelitian ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Polewali Mandar
Pada Tanggal, 23 Januari 2019

a.n. BUPATI POLEWALI MANDAR

KEPADA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU



ANDI MASRI MASDAR, S.Sos., M.Si
Pangkat Pembina
NIK 19740206 199803 1 009

Tembusan:

1. Unsur Forkopinda di tempat;
2. Camat Campalagian di tempat

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Desa Lagi – Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.

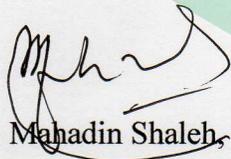
Yang ditulis oleh :

Nama : Dayang Khairulnisa
NIM : 15.0401.0135
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat – syarat akademik dan layak untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

Tanggal: 9 Maret 2020

Pembimbing II



Ilham, S.Ag., M.A

Tanggal: 9 Maret 2020

Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.
Ilham, S. Ag., M.A.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. : -
Hal : Skripsi Dayang Khairulnisa

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum wr.wb

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

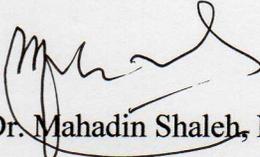
Nama : Dayang Khairulnisa
NIM : 15.0401.0135
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Desa Lagi – Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat – syarat akademik dan layak di ajukan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu"alaikum wr.wb.

Pembimbing I


Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

Tanggal: 9 Maret 2020

Pembimbing II

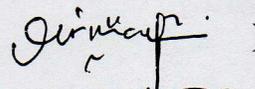
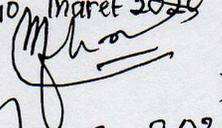
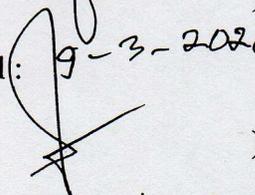

Ilham, S. Ag., M.A.

Tanggal: 9 Maret 2020

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengembangan Usaha Jajanan Tradisional Desa Lagi – Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar yang ditulis oleh Dayang Khairulnisa NIM 15.0401.0135, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk program sarjana Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Kamis 19 September 2019 bertepatan dengan 19 Muharram 1441 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. ()
Ketua Sidang tanggal : 10 maret 2020
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A. ()
Sekertaris Sidang tanggal : 10 maret 2020
3. Dr. Fasiha, M.El. ()
Penguji I tanggal : 10 maret 2020
4. Irma T, S.Kom., M.Kom. ()
Penguji II tanggal : 10 maret 2020
5. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. ()
Pembimbing I tanggal : 9-3-2020
6. Ilham, S.Ag., M.A ()
Pembimbing II tanggal : 09 maret 2020

PENGEMBANGAN USAHA JAJANAN TRADISIONAL DESA LAGI AGI CAMPALAGIAN

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	3%
2	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
3	sinta.unud.ac.id Internet Source	1%
4	scholar.unand.ac.id Internet Source	1%
5	zbook.org Internet Source	1%
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
8	sc.syekhnurjati.ac.id Internet Source	1%
9	id.123dok.com	

RIWAYAT HIDUP



Dayang Khairunnisa, Lahir di Segerang pada tanggal 22 September 1996. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan seorang ayah bernama Bakri dan ibu Hapia. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Andi Kambo No. 76A Kecamatan Wara Timur Kota Palopo. Pendidikan Dasar penulis diselesaikan pada tahun 2008 di SDI Ngapaboa Kecamatan Topoyo, Kabupaten Mamuju Tengah. Kemudian ditahun 2009 menempuh pendidikan di SMP Negeri 3 Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar hingga tahun 2012. Pada tahun 2012 melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Palopo. Setelah lulus di SMKN di tahun 2015, penulis melanjutkan pendidikan dibidang yang ditekuni yaitu prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institus Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

dayang_khairunnisa_mhs@iainpalopo.ac.id

