

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PAKAN KELINCI**

**UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN**

**SKRIPSI**



Oleh:

**AHMAD ZAINUR ROZIKIN**

**NIM 401180142**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2022**

## ABSTRAK

Rozikin, Ahmad Zainur. Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institute Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing :Dwi Setya Nugrahini, M.Pd.

**Kata kunci:** Strategi, Pengembangan Usaha, Pendapatan.

Dalam mengembangkan usaha yang perlu diperhatikan adalah strategi khusus apa yang digunakan dalam mengembangkan usaha. Jika ditinjau dari jenis pengembangannya, maka bisa dibagi menjadi beberapa strategi, yaitu: mengembangkan pasar dari sisi produknya, mengembangkan pasar dari sistem penjualan, mengembangkan sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain, mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis dalam satu industri, dan mengembangkan pasar dengan sinergisme.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha yang dilakukan UMKM Kijen Star Reog Ponorogo. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini ialah penerapan strategi pengembangan usaha pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo yang sudah diterapkan dengan baik adalah strategi integrasi atau penyatuan dan strategi sinergisme. Usaha tersebut sudah bekerjasama dengan pihak-pihak terkait dengan tujuan menunjang kesuksesan bersama. Selain itu strategi mengembangkan pasar dari sisi produknya dan mengembangkan pasar dari sisi penjualannya belum sempurna dan baik. Selain itu, faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo diantaranya faktor pendukung dalam mengembangkan usaha ialah mempunyai sumber daya manusia yang bagus, melakukan perencanaan yang baik, faktor organisasi yang baik, faktor pengelolaan usaha yang baik, dan penjualan hasil produksi yang sempurna. Selain itu, faktor penghambat dalam mengembangkan usaha ialah tidak membuat perencanaan secara tertulis, penentuan lokasi yang tidak tepat, tidak melakukan riset dan analisa pasar, dan tidak mempunyai sikap kreatif dan tidak memiliki inovasi terhadap produknya.

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : AHMAD ZAINUR ROZIKIN

NIM : 401180142

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PAKAN KELINCI UNTUK  
MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi kasus UMKM Kijen Star Reog di Desa  
Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo).

Secara keseluruhan hasil penelitian ini adalah karya saya sendiri, kecuali pada bagian  
tertentu yang harus dilakukan rujukan pada sumbernya.

Ponorogo, 19 Oktober 2022

Pembuat pernyataan



AHMAD ZAINUR ROZIKIN

NIM.401180142



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi dengan atas nama:

No	Nama	Nim	Jurusan	Judul
1	AHMAD ZAINUR ROZIKIN	401180142	EKONOMI SYARIAH	STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PAKAN KELINCI UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya telah disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 19 Oktober 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Luhur Prasetyo, M. E. I  
NIP. 197801122006041002

Menyetujui

Dwi Setya Nugrahini, M. Pd  
NIDN. 2030048902





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

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

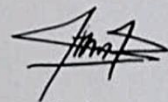
Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Pengembangan Usaha Untuk Meningkatkan Pendapatan  
Umkm Kijen Star Reog Ponorogo  
Nama : Ahmad Zainur Rozikin  
NIM : 401180142  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang ekonomi.

Dewan Penguji:

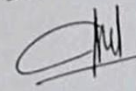
Ketua Sidang  
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.  
NIP 197801122006041002

: (  )

Penguji I  
Iza Hanifudin, M.Ag., Ph.D.  
NIP 1969062419980310002

: (  )

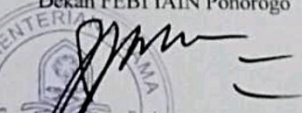
Penguji II  
Dwi Setya Nugrahini, M.Pd.  
NIDN 2030048902

: (  )

Ponorogo, 17/November/ 2022

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo

  
Dr. H. Abdul Hadi Aminuddin, M.Ag.  
NIP. 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Zainur rozikin  
NIM : 401180142  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi/Tesis : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PAKAN KELINCI  
UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 17 Novemt 2022



Penulis

Ahmad Zainur Rozikin

PONOROGO

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Studi Penelitian Terdahulu .....	7
F. Metode Penelitian.....	27
G. Lokasi Penelitian.....	28

H. Data dan Sumber Data.....	29
I. Tehnik Pengumpulan Data .....	29
J. Tehnik Pengolahan Data.....	30
K. Tehnik Analisis Data.....	30
L. Pengecekan Keabsahan Data .....	31
M. Sistematika Pembahasan .....	31
<b>BAB II .....</b>	<b>34</b>
<b>STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA .....</b>	<b>34</b>
A. Pengembangan Usaha.....	34
1. Strategi.....	34
2. Pengembangan.....	34
3. Pengembangan Usaha .....	35
B. Unsur-Unsur Komponen Pengembangan Usaha .....	36
C. Strategi Pengembangan Usaha.....	37
D. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha .....	40
<b>BAB III.....</b>	<b>50</b>
<b>PAPARAN DATA.....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Usaha Pakan Kelinci Kijen Star Reog Ponorogo .....	50
B. Data .....	55
1. Data Strategi Pengembangan Usaha .....	55



2. Data Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha .....	66
3. Dampak Strategi Pengembangan Usaha Pada Pakan Kelinci Terhadap Pendapatan Pengusaha.....	80
<b>BAB IV .....</b>	<b>82</b>
<b>PENERAPAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA.....</b>	<b>82</b>
A. Analisis Identifikasi Strategi Pengembangan Usaha.....	82
B. Analisis Identifikasi Faktor Penghambat dan Pendukung.....	91
C. Analisis Dampak Strategi Pengembangan Usaha Pakan Kelinci Terhadap Pendapatan Pengusaha.....	109
<b>BAB V.....</b>	<b>111</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>111</b>
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>114</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Pendapatan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo	4



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Struktur Organisasi Pabrik Pakan Kelinci Kijen Star Reog Ponorogo	32



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan setiap negara sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan output perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan bertumbuhnya sektor ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pertumbuhan apabila balas jasa riil terhadap penggunaan faktor produksi pada tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya.<sup>1</sup>

Salah satu cara agar pertumbuhan ekonomi dalam sektor masyarakat yaitu dengan membuat usaha. Karena usaha merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.<sup>2</sup> Aktivitas mengelola usaha pada umumnya memiliki tujuan untuk menghasilkan laba demi kelangsungan hidup serta mengumpulkan dana yang cukup bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku usaha itu sendiri.<sup>3</sup>

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap

---

<sup>1</sup> Iqbal Fauzi, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)*, (Skripsi FEBI IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2018), 17.

<sup>2</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), 20.

<sup>3</sup> M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 1.

pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah

usaha besar.<sup>4</sup> Menurut Mulyadi Nitisusantoro, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh 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.<sup>5</sup>

Dalam mengembangkan usaha yang perlu diperhatikan adalah strategi khusus apa yang digunakan dalam mengembangkan usaha. Jika ditinjau dari jenis pengembangannya, maka bisa dibagi menjadi beberapa strategi, yaitu: mengembangkan pasar dari sisi produknya, mengembangkan pasar dari sistem penjualan, mengembangkan sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain, mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis dalam satu industri, dan mengembangkan pasar dengan sinergisme.<sup>6</sup>

Faktor keberhasilan usaha seorang wirausahawan bukan hanya dilihat dari seberapa keras ia bekerja, tetapi seberapa cerdas ia melakukan dan merencanakan strateginya serta mewujudkannya. Jadi lebih baik menjadi pengusaha yang cerdas. Secara singkat faktor pendukung dan penghambat menjadi kunci kuat dalam mewujudkan kesuksesan dalam

---

<sup>4</sup> Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 66.

<sup>5</sup> Mulyadi Nitisusantoro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2010), 271.

<sup>6</sup> Ir. Hendro, M.M, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 515-518.



berwirausaha. Faktor pendukung mulai dari peluang usaha, faktor SDM, faktor keuangan, faktor organisasi, faktor perencanaan, faktor pengelolaan usaha, faktor pemasaran, faktor administrasi dan catatan bisnis. Sedangkan faktor penghambat meliputi wirausahawan jarang membuat perencanaan, tidak mempunyai kontradiktif yang meliputi latar belakang, pendidikan, pengalaman,

dan kesukaan terhadap bisnis yang dilakukan, lokasi yang tidak tepat untuk bisnis, tidak melakukan riset, dan tidak kreatif terhadap usahanya.<sup>7</sup>

Berdasarkan observasi awal oleh peneliti bahwa pabrik pakan kelinci yang bernama UMKM Kijen Star Reog di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo ini merupakan usaha yang bergerak dibidang produksi pakan kelinci atau pelet kelinci. Usaha produksi pakan kelinci ini menawarkan beberapa varian yaitu pakan kelinci untuk breeding dan penggemukan.

Keunggulan dalam produksi pakan kelinci Kijen Star Reog ini adalah adanya dua varian pakan yang digunakan untuk sistem *breeding* dan penggemukan kelinci, untuk kemasan KSR PRO digunakan untuk kelinci masa penggemukan biasanya diterapkan pada kelinci usia satu sampai 5 bulan. Untuk kemasan KSR biasa digunakan kelinci yang berusia dewasa atau indukan dan pejantan. Selain ada beberapa macam pakan kelinci, keunggulan lainnya adalah harga yang relative murah dan kualitas pakan yang bagus jika dibandingkan dengan merek pakan lainnya.

---

<sup>7</sup>Ir. Hendro, M.M, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta:Airlangga, 2019), 47-53.

Sedangkan merek lain komposisi pakan yang digunakan bahan yang tidak alami sehingga efek jangka panjang kesehatan kelinci tidak bagus seperti: jumlah anakan akan cepat menurun, mudah terkena penyakit dan umur yang cepat afkir. Sedangkan pakan kelinci Kijen Star Reog ini kebanyakan menggunakan bahan alami seperti rumput kering, tepung jagung dan serat lainnya. Untuk perbandingan harga cukup murah dibanding merk pakan kelinci lainnya.

Pada saat ini UMKM pakan kelinci Kijen Star Reog di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo mengalami penurunan pendapatan. Sehingga usaha pabrik pakan ini mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha. Maka dari itu peneliti ingin membahas kesenjangan yang terjadi disini dan cara mengatasinya serta mengidentifikasi strategi-strategi apa saja yang sebaiknya dilakukan. Pabrik pakan kelinci KSR untuk mengembangkan usahanya dengan menggunakan strategi pengembangan usaha. Berikut data pendapatan UMKM Kijen Star Reog di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

Data Pendapatan Pabrik Pakan Kelinci KSR di Desa Wotan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo pada bulan Januari 2021 sampai Maret 2022.

P O N O R O G O

**Tabel 1.1 Data Pendapatan pabrik pakan kelinci Kijen Star  
Reog Ponorogo**

NO	BULAN	JUMLAH PRODUKSI	TOTAL HARGA
1	Januari	1200 kg	Rp. 6.600.000
2	Februari	1100 kg	Rp. 6.050.000
3	Maret	1000 kg	Rp. 5.500.000
4	April	1000 kg	Rp. 5.500.000
5	Mei	950 kg	Rp. 5.225.000
6	Juni	900 kg	Rp. 4.950.000
7	Juli	850 kg	Rp. 4.675.000
8	Agustus	700 kg	Rp. 3.850.000
9	September	650 kg	Rp. 3.575.000
10	Oktober	600 kg	Rp. 3.300.000
11	November	500 kg	Rp. 2.750.000
12	Desember	460 kg	Rp. 2.530.000
13	Januari	400 kg	Rp. 2.200.000
14	Februari	350 kg	Rp. 1.925.000
15	Maret	250 kg	Rp. 1.375.000

Sumber: *Wawancara Dari Pemilik Pabrik Pakan Kelinci Kijen Star Reog*

Berdasarkan wawancara diatas yang peneliti lakukan dengan Bapak Eko Prasetya selaku ketua pengelola dan pemilik pabrik pakan kelinci KSR, dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan menurun. Konsumen mayoritas kebanyakan dari anggota asosiasi peternakan kelinci yang anggotanya 50 orang faktor yang mempengaruhi penurunan pendapatan dikarenakan tidak ada edukasi dan peningkatan kualitas produk, kemasan, dan perbaikan sistem penjualan. Selain itu

penjualan pada pakan ini belum menyebar keseluruuh peternak kelinci yang ada di Ponorogo.

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang“Strategi Pengembangan Usaha Pakan Kelinci untuk Meningkatkan Pendapatan. (Studi kasus Pabrik Pakan Kelinci Kijen Star Reog Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo)”.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana penerapan strategi pengembangan usaha pakan kelinci yang dilakukan pada UMKM Kijen Star Reog Ponorogo?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan usaha pakan kelinci UMKM Kijen Star Reog Ponorogo?
3. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha pakan kelinci UMKM Kijen Star Reog Ponorogo?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha yang dilakukan UMKM Kijen Star Reog Ponorogo.
2. Untuk menganalisis faktor penghambat dan pendukung yang dihadapi oleh UMKM Kijen Star Reog Ponorogo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan baik bersifat teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:
  - a. Dapat menambah khazanah keilmuan bagi peneliti secara pribadi

- b. Untuk meningkatkan ilmu pengetahuan sebagai barometer kemajuan kajian bisnis ekonomi
  - c. Sebagai pembelajaran khususnya bagi UMKM Kijen Star Reog Ponorogo
2. Secara praktis penelitian ini digunakan untuk:
- a. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di fakultasekonomi dan bisnis islam
  - b. Sebagai bahan kajian bagi peneliti-peneliti selanjutnya jika mengkaji masalah yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

#### **E. Studi Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan, penelitian ini sudah banyak dilakukan, namun sejauh ini penelitian tentang strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada pabrik pakan kelinci di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo belum ada yang meneliti. Ada beberapa karya tulis yang mendekati bahasan yang akan dikaji oleh penulis.

*Pertama*, skripsi yang ditulis Helen Malinda, tahun 2017 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Analisis strategi pengembangan bisnis UKM guna meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif ekonomi islam”. Jenis penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah Strategi pengembangan usaha di perusahaan Cahaya Bahari dilakukan melalui srategi produk yaitu dengan memberikan kualitas produk bakso yang enak sesuai dengan selera masyarakat dan adanya varian produk bakso. Selain itu perusahaan Cahaya



Bahari menggunakan strategi dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas rasa bakso dan menjaga kebersihan bakso ikan, kemudian jika dilihat dari segi harga perusahaan Cahaya Bahari menetapkan harga yang terjangkau bagi semua kalangan konsumen. Jika dilihat dari strategi pengembangan seperti promosi usaha Cahaya Bahari menetapkan promosi penjualan melalui dua cara dari segi media dan tempat, media seperti penyebaran brosur sedangkan tempat perusahaan melakukan perluasan dan pelebaran lokasi serta memperbanyak karyawan. Strategi pengembangan bisnis UKM Cahaya Bahari dalam meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif Ekonomi Islam, dalam hal ini usaha Cahaya Bahari dalam mengembangkan UKM bakso ikan sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Hal tersebut dapat dilihat dari segi pemakaian produk seperti bahan mentah, dalam hal ini bahan mentah yang dipakai untuk diolah menjadi bakso menggunakan bahan ikan yang masih segar, tepung terigu dan bahan baku lainnya, bahan-bahan tersebut merupakan bahan yang halal dan baik serta tidak membahayakan kesehatan masyarakat.<sup>8</sup>

Dari pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif serta sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan. Perbedaan dalam penelitian ini adalah terletak pada tempat penelitian yang

---

<sup>8</sup>Helen Malinda, *“Analisis strategi pengembangan bisnis ukm guna meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif ekonomi islam pada usaha bakso ikan Cahya bahari Desa Linggar jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung selatan”*, Skripsi (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung”, 2017.

berada di usaha kuliner bakso sedangkan penelitian ini terdapat di pabrik pakan kelinci.

*Kedua*, skripsi yang ditulis oleh Dian Widiastri, tahun 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul “Strategi pengembangan usaha *home industry* rumah lidi desa Karang tengah cilongok Banyumas”. Skripsi tersebut menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian di atas bahwa *home industry* rumah lidi sudah menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik diantaranya: Pertama, meningkatnya akses terhadap akses produktif, teknologi salah satunya yaitu dalam hal memasarkan produk-produk kerajinan sudah melalui online. Kedua, meningkatnya akses pada pasar yaitu dengan bertambahnya pangsa pasar hingga ke luar kota. Ketiga, kewirausahaan yaitu dengan melakukan pelatihan dan pembinaan pembuatan kerajinan dari lidi kepada masyarakat yang gencar digalakan dan diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Keempat, melalui kelembagaan ekonomi dengan menggandeng koperasi di desa karang tengah untuk turut andil mengembangkan *home industry*. Kelima, kemitraan usaha dengan menggaet Dewan Kerajinan Nasional (Dekranasda) dalam hal penjualan produk-produk kerajinan.<sup>9</sup>

Dari pemaparan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian ini adalah sama menggunakan jenis penelitian

---

<sup>9</sup> Dian Widiastri, “*Strategi pengembangan usaha home industry rumah lidi desa Karang Tengah Cilongok Banyumas*”, skripsi (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Lampung), 2020

kualitatif untuk metode yang digunakan sama menggunakan teknik pengumpulan data dan wawancara. Perbedaan dalam penelitian ini adalah usaha home industry rumah lidi sedangkan penelitian ini adalah pabrik pakan kelinci.

*Ketiga*, skripsi Novia Sridewi tahun 2020, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat. Dalam penelitian ini tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa dalam meningkatkan pendapatannya. Rumah Makan Sukma Rasa berlokasi Jalan TGH Lopan Labuapi tepatnya di depan SMK PPN Mataram. Penelitian yang telah dilakukan ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun objek dalam penyusunan penelitian ini yaitu strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat. Hasil penelitian lapangan menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yaitu menambah varian produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), meningkatkan kualitas pelayanan, dan menggunakan konsep penjualan baru. Adapun hambatan-hambatan yang di hadapi oleh Rumah Makan

Sukma Rasa dalam mengembangkan usahanya yaitu kurangnya manajemen operasional, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan tekanan dari luar (pesaing). Jika dilihat dari segi strategi Rumah Makan Sukma Rasa sudah mampu mengembangkan usaha untuk meningkatkan pendapatan.<sup>10</sup>

Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, penelitian tersebut sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode yang digunakan sama menggunakan tehnik pengumpulan data dan wawancara. Perbedaan dalam penelitian ini ialah penelitia ini hanya untuk mengetahui saja dan fokus untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan.

*Ke-empat*, skripsi Mahfudillah Chamim Thohari 2021. Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, fakultas ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Judul Strategi Pengembangan Usaha berbasis home industry di era new normal (studi kasus home industry makanan Arab dikecamatan Pagelaran). Tujuan penelitian ini yaitu : (1) mengetahui konsep pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal, (2) mengetahui implementasi pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal, (3) mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal. Penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif dnegan pendekatan yang

---

<sup>10</sup> Novia Sridewi, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*, skripsi(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram), 2020.

digunakan dengan penelitian atau bisa disebut studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan peneliti sendiri menjadi instrumen kunci dalam penelitian ini. Reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan adalah proses dalam menganalisis data.

Hasil penelitian ini adalah konsep pengembangan usaha berbasis home industri di era new normal yang berupa perbedaan kondisi yang dirasakan oleh masing-masing home industri sehingga kebijakan atau strategi yang digunakan yakni dengan promosi dan penjualan dengan media online, menjaga kualitas makanan, memperbaiki fasilitas home industri, serta menggunakan produk unggulan guna menarik konsumen. Implementasi pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal dengan membuka open order di pagi hari di whatsapp, instagram dengan pengantaran setelah 2 jam order, menambahkan bahan dengan memaksimalkan kualitas produk, fasilitas-fasilitas yang kurang memadai atau bisa ditambahkan guna kenyamanan konsumen dalam berkunjung ketempat home industri, seperti penambahan fasilitas wifi di AM. Al-Barokah. Menggunakan produk yang diunggulkan dapat berupa menu baru atau menu yang sudah lama dipercaya oleh konsumen. Faktor pendukung yang berupa motivasi, kesetiaan konsumen, manajemen keuangan yang baik kemudian faktor penghambatnya adalah akses jangkauan tempat,



kurangnya pengetahuan dalam mengolah media online, dan bahan baku yang mahal dan sulit didapat.<sup>11</sup>

Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, penelitian ini sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan tehnik pengumpulan data sama menggunakan wawancara dan observasi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah tehnik pengumpulan data menggunakan tehnik dokumentasi sedangkan penelitian penulis tidak menggunakannya.

*Ke-lima*, penelitian yang ditulis oleh Edy Suandi Hamid dan Y. Sri Susilo pada tahun 2011 dengan judul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Profil UMKM juga perlu dikenali dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan

---

<sup>11</sup> Mahfudillah Chamim Thohari, “*strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta*”, skripsi (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2021).

UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi.<sup>12</sup>

Dari penulisan diatas dapat disimpulkan bahwa perbedaan dalam penelitian ini adalah analisis yang digunakan berbeda. Persamaan pada penelitian ini adalah metode yang digunakan ialah sama menggunakan deskriptif dan data yang diperoleh sama dengan dari survei lapangan.

*Ke-enam*, skripsi yang ditulis oleh Dian Widiastri, tahun 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul “Strategi pengembangan usaha home industry rumah lidi desa Karang tengah cilongok Banyumas”. Skripsi tersebut menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan tehnik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian diatas bahwa home industry rumah lidi sudah menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik diantaranya: Pertama, meningkatnya akses terhadap akses produktif, teknologi salah satunya yaitu dalam hal memasarkan produk-produk kerajinan sudah melalui online. Kedua, meningkatnya akses pada pasar yaitu dengan bertambahnya pangsa pasar hingga ke luar kota. Ketiga, kewirausahaan yaitu dengan melakukan pelatihan dan pembinaan pembuatan kerajinan dari lidi kepada masyarakat yang gencar digalakan dan diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Keempat, melalui kelembagaan ekonomi dengan menggandeng koperasi di desa karang tengah untuk turut andil mengembangkan home industry.

---

<sup>12</sup> Hamid,Susilo, Jurnal, “judul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta, 2011.

Kelima, kemitraan usaha dengan menggaet Dewan Kerajinan Nasional (Dekranasda) dalam hal penjualan produk-produk kerajinan.<sup>13</sup>

Dari pemaparan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian ini adalah sama menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk metode yang digunakan sama menggunakan tehnik pengumpulan data dan wawancara. Perbedaan dalam peelitian ini adalah usaha home industry rumah lidi sedangkan penelitian ini adalah pabrik pakan kelinci.

*Ke-tujuh*, skripsi Mahfudillah Chamim Thohari 2021. Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, fakultas ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Judul Strategi Pengembangan Usaha berbasis home industry di era new normal (studi kasus home industry makanan Arab dikecamatan Pagelaran). Tujuan penelitian ini yaitu : (1) mengetahui konsep pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal, (2) mengetahui implementasi pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal, (3) mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal. Penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif dnegan pendekatan yang digunakan dengan penelitian atau bisa disebut studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan peneliti sendiri menjadi instrumen kunci dalam

---

<sup>13</sup> Dian Wideasri, "Strategi pengembangan usaha home industry rumah lidi desa Karang Tengah Cilongok Banyumas", skripsi (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Lampung), 2020

penelitian ini. Reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan adalah proses dalam menganalisis data.

Hasil penelitian ini adalah konsep pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal yang berupa perbedaan kondisi yang dirasakan oleh masing-masing home industry sehingga kebijakan atau strategi yang digunakan yakni dengan promosi dan penjualan dengan media online, menjaga kualitas makanan, memperbaiki fasilitas home industry, serta menggunakan produk unggulan guna menarik konsumen. Implementasi pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal dengan membuka open order di pagi hari di whatsapp, instagram dengan pengantaran setelah 2 jam order, menambahkan bahan dengan memaksimalkan kualitas produk, fasilitas-fasilitas yang kurang memadai atau bisa ditambahkan guna kenyamanan konsumen dalam berkunjung ketempat home industry, seperti penambahan fasilitas wifi di AM. Al-Barokah. Menggunakan produk yang diunggulkan dapat berupa menu baru atau menu yang sudah lama dipercaya oleh konsumen. Faktor pendukung yang berupa motivasi, kesetiaan konsumen, manajemen keuangan yang baik kemudian faktor penghambatnya adalah akses jangkauan tempat, kurangnya pengetahuan dalam mengolah media online, dan bahan baku yang mahal dan sulit didapat.<sup>14</sup>

Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, penelitian ini sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan tehnik pengumpulan

---

<sup>14</sup> Mahfudillah Chamim Thohari, "strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta" skripsi (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2021).

data sama menggunakan wawancara dan observasi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah tehnik pengumpulan data menggunakan tehnik dokumentasi sedangkan penelitian penulis tidak menggunakannya.

*Ke-delapan*, penelitian yang ditulis oleh Edy Suandi Hamid dan Y. Sri Susilo pada tahun 2011 dengan judul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Profil UMKM juga perlu dikenali dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Hamid, Susilo, Jurnal, "judul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta, 2011.

Dari penulisan diatas dapat disimpulkan bahwa perbedaan dalam penelitian ini adalah analisis yang digunakan berbeda. Persamaan pada penelitian ini adalah metode yang digunakan ialah sama menggunakan deskriptif dan data yang diperoleh sama dengan dari surve lapangan.

*Ke-sembilan*, skripsi yang ditulis A'zam Hafidlin, tahun 2017 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Analisis strategi pengembangan bisnis UKM guna meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif ekonomi islam”. Jenis penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah Strategi pengembangan usaha di perusahaan Cahaya Bahari dilakukan melalui srategi produk yaitu dengan memberikan kualitas produk bakso yang enak sesuai dengan selera masyarakat dan adanya varian produk bakso. Selain itu perusahaan Cahaya Bahari menggunakan strategi dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas rasa bakso dan menjaga kebersihan bakso ikan, kemudian jika dilihat dari segi harga perusahaan Cahaya Bahari menetapkan harga yang terjangkau bagi semua kalangan konsumen. Jika dilihat dari strategi pengembangan seperti promosi usaha Cahaya Bahari menetapkan promosi penjualan melalui dua cara dari segi media dan tempat, media seperti penyebaran brosur sedangkan tempat perusahaan melakukan perluasan dan pelebaran lokasi serta memperbanyak karyawan. Strategi pengembangan bisnis UKM Cahaya Bahari dalam meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif Ekonomi Islam, dalam hal ini usaha Cahaya Bahari dalam mengembangkan UKM bakso ikan sudah sesuai dengan etika bisnis

dalam Islam. Hal tersebut dapat dilihat dari segi pemakaian produk seperti bahan mentah, dalam hal ini bahan mentah yang dipakai untuk diolah menjadi bakso menggunakan bahan ikan yang masih segar, tepung terigu dan bahan baku lainnya, bahan-bahan tersebut merupakan bahan yang halal dan baik serta tidak membahayakan kesehatan masyarakat.<sup>16</sup>

Dari pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif serta sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan. Perbedaan dalam penelitian ini adalah terletak pada tempat penelitian yang berada di usaha kuliner bakso sedangkan penelitian ini terdapat di pabrik pakan kelinci.

*Ke-sepuluh*, skripsi yang ditulis oleh Rizal Mahendra, tahun 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul “Strategi pengembangan usaha *home industry* rumah lidi desa Karang tengah cilongok Banyumas”. Skripsi tersebut menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan tehnik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Hasil peneltian diatas bahwa home industry rumah lidi sudah menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik diantaranya: Pertama, meningkatnya akses terhadap akses produktif, teknologi salah satunya yaitu dalam hal memasarkan produk-produk kerajinan sudah melalui online. Kedua, meningkatnya akses pada pasar

---

<sup>16</sup>A'zam Hafidlin, “*Analisis strategi pengembangan bisnis ukm guna meningkatkan pendapatan karyawan menurut persfektif ekonomi islam pada usaha bakso ikan Cahya bahari Desa Linggar jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung selatan*”, Skripsi (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung”, 2017.



yaitu dengan bertambahnya pangsa pasar hingga ke luar kota. Ketiga, kewirausahaan yaitu dengan melakukan pelatihan dan pembinaan pembuatan kerajinan dari lidi kepada masyarakat yang gencar digalakan dan diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Keempat, melalui kelembagaan ekonomi dengan menggandeng koperasi di desa karang tengah untuk turut andil mengembangkan home industry. Kelima, kemitraan usaha dengan menggaet Dewan Kerajinan Nasional (Dekranasda) dalam hal penjualan produk-produk kerajinan.<sup>17</sup>

Dari pemaparan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian ini adalah sama menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk metode yang digunakan sama menggunakan tehnik pengumpulan data dan wawancara. Perbedaan dalam penelitian ini adalah usaha home industry rumah lidi sedangkan penelitian ini adalah pabrik pakan kelinci.

*Ke-sebelas*, skripsi Renaldin sadrudin tahun 2020, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat. Dalam penelitian ini tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa dalam meningkatkan pendapatannya. Rumah Makan Sukma Rasa berlokasi Jalan TGH Lopan

---

<sup>17</sup>Rizal Mahendra, “Strategi pengembangan usaha home industry rumah lidi desa Karang Tengah Cilogok Banyumas”, skripsi (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Lampung), 2020

Labuapi tepatnya di depan SMK PPN Mataram. Penelitian yang telah dilakukan ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun objek dalam penyusunan penelitian ini yaitu strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat. Hasil penelitian lapangan menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yaitu menambah varian produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), meningkatkan kualitas pelayanan, dan menggunakan konsep penjualan baru. Adapun hambatan-hambatan yang di hadapi oleh Rumah Makan Sukma Rasa dalam mengembangkan usahanya yaitu kurangnya manajemen operasional, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan tekanan dari luar (pesaing). Jika dilihat dari segi strategi Rumah Makan Sukma Rasa sudah mampu mengembangkan usaha untuk meningkatkan pendapatan.<sup>18</sup>

Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, penelitian tersebut sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode yang digunakan sama menggunakan teknik pengumpulan data dan wawancara. Perbedaan dalam penelitian ini ialah penelitian ini hanya untuk mengetahui saja dan fokus untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan.

---

<sup>18</sup>Renaldin sadrudin, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*, skripsi(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram), 2020.

*Ke-duabelas*, skripsi Ahmad Bahrudin ramdhani 2021. Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, fakultas ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Judul Strategi Pengembangan Usaha berbasis home industry di era new normal (studi kasus home industry makanan Arab dikecamatan Pagelaran). Tujuan penelitian ini yaitu : (1) mengetahui konsep pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal, (2) mengetahui implementasi pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal, (3) mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal. Penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yang digunakan dengan penelitian atau bisa disebut studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan peneliti sendiri menjadi instrumen kunci dalam penelitian ini. Reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan adalah proses dalam menganalisis data.

Hasil penelitian ini adalah konsep pengembangan usaha berbasis home industri di era new normal yang berupa perbedaan kondisi yang dirasakan oleh masing-masing home industri sehingga kebijakan atau strategi yang digunakan yakni dengan promosi dan penjualan dengan media online, menjaga kualitas makanan, memperbaiki fasilitas home industri, serta menggunakan produk unggulan guna menarik konsumen. Implementasi pengembangan usaha berbasis home industry di era new

normal dengan membuka open order di pagi hari di whatsapp, instagram dengan pengantaran setelah 2 jam order, menambahkan bahan dengan memaksimalkan kualitas produk, fasilitas-fasilitas yang kurang memadai atau bisa ditambahkan guna kenyamanan konsumen dalam berkunjung ketempat home industri, seperti penambahan fasilitas wifi di AM. Al-Barokah. Menggunakan produk yang diunggulkan dapat berupa menu baru atau menu yang sudah lama dipercaya oleh konsumen. Faktor pendukung yang berupa motivasi, kesetiaan konsumen, manajemen keuangan yang baik kemudian faktor penghambatnya adalah akses jangkauan tempat, kurangnya pengetahuan dalam mengolah media online, dan bahan baku yang mahal dan sulit didapat.<sup>19</sup>

Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, penelitian ini sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan tehnik pengumpulan data sama menggunakan wawancara dan observasi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah tehnik pengumpulan data menggunakan tehnik dokumentasi sedangkan penelitian penulis tidak menggunakannya.

*Ke-tigabelas*, penelitian yang ditulis oleh Agung Wahyu Arifin pada tahun 2011 dengan judul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Profil UMKM juga perlu dikenali dan

---

<sup>19</sup> Ahmad Bahrudin Ramdhan, “*strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta*”, skripsi (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2021).

dianalisis. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi.<sup>20</sup>

Dari penulisan di atas dapat disimpulkan bahwa perbedaan dalam penelitian ini adalah analisis yang digunakan berbeda. Persamaan pada penelitian ini adalah metode yang digunakan ialah sama menggunakan deskriptif dan data yang diperoleh sama dengan dari survei lapangan.

*Ke-empatbelas*, skripsi yang ditulis oleh Andre Dwi Hendaryanto, tahun 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul “Strategi pengembangan usaha home industry rumah lidi desa Karang tengah cilongok Banyumas”. Skripsi tersebut menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian di atas bahwa home industry rumah lidi sudah menerapkan strategi

---

<sup>20</sup>Agung Wahyu Arifin, Jurnal, “judul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta, 2011.

pengembangan usaha yang baik diantaranya: Pertama, meningkatnya akses terhadap akses produktif, teknologi salah satunya yaitu dalam hal memasarkan produk-produk kerajinan sudah melalui online. Kedua, meningkatnya akses pada pasar yaitu dengan bertambahnya pangsa pasar hingga ke luar kota. Ketiga, kewirausahaan yaitu dengan melakukan pelatihan dan pembinaan pembuatan kerajinan dari lidi kepada masyarakat yang gencar digalakan dan diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Keempat, melalui kelembagaan ekonomi dengan menggandeng koperasi di desa karang tengah untuk turut andil mengembangkan home industry. Kelima, kemitraan usaha dengan menggaet Dewan Kerajinan Nasional (Dekranasda) dalam hal penjualan produk-produk kerajinan.<sup>21</sup>

Dari pemaparan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian ini adalah sama menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk metode yang digunakan sama menggunakan tehnik pengumpulan data dan wawancara. Perbedaan dalam penelitian ini adalah usaha home industry rumah lidi sedangkan penelitian ini adalah pabrik pakan kelinci.

*Ke-limabelas*, skripsi Muhammad Fais Kurniawan 2021. Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, fakultas ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.  
Judul Strategi Pengembangan Usaha berbasis home industry di era new

---

<sup>21</sup>Andre Dwi Hendaryanto, "Strategi pengembangan usaha home industry rumah lidi desa Karang Tengah Cilongok Banyumas", skripsi (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Lampung), 2020

normal (studi kasus home industry makanan Arab dikecamatan Pagelaran). Tujuan penelitian ini yaitu : (1) mengetahui konsep pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal, (2) mengetahui implementasi pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal, (3) mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal. Penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yang digunakan dengan penelitian atau bisa disebut studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan peneliti sendiri menjadi instrumen kunci dalam penelitian ini. Reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan adalah proses dalam menganalisis data.

Hasil penelitian ini adalah konsep pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal yang berupa perbedaan kondisi yang dirasakan oleh masing-masing home industry sehingga kebijakan atau strategi yang digunakan yakni dengan promosi dan penjualan dengan media online, menjaga kualitas makanan, memperbaiki fasilitas home industry, serta menggunakan produk unggulan guna menarik konsumen. Implementasi pengembangan usaha berbasis home industry di era new normal dengan membuka open order di pagi hari di whatsapp, instagram dengan pengantaran setelah 2 jam order, menambahkan bahan dengan memaksimalkan kualitas produk, fasilitas-fasilitas yang kurang memadai atau bisa ditambahkan guna kenyamanan konsumen dalam berkunjung



ketempat home industry, seperti penambahan fasilitas wifi di AM. Al-Barokah. Menggunakan produk yang diunggulkan dapat berupa menu baru atau menu yang sudah lama dipercaya oleh konsumen. Faktor pendukung yang berupa motivasi, kesetiaan konsumen, manajemen keuangan yang baik kemudian faktor penghambatnya adalah akses jangkauan tempat, kurangnya pengetahuan dalam mengolah media online, dan bahan baku yang mahal dan sulit didapat.<sup>22</sup>

Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, penelitian ini sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan tehnik pengumpulan data sama menggunakan wawancara dan observasi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah tehnik pengumpulan data menggunakan tehnik dokumentasi sedangkan penelitian penulis tidak menggunakannya.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.<sup>23</sup>

### **2. Pendekatan penelitian**

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu cara kerja penelitian yang menekankan

---

<sup>22</sup> Muhammad Fais Kurniawan, “strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta” skripsi (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2021).

<sup>23</sup> Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah* , (Ponorogo: STAIN PO PRESS, 2010), 6.

pada aspek pendalaman data demi mendapatkan kualitas dari suatu hasil penelitian. Dengan arti lain, pendekatan kualitatif adalah suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kata, atau kalimat, yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.<sup>24</sup>

#### **G. Lokasi Penelitian**

Tempat penelitian adalah bagian untuk mengemukakan secara detail, spesifik, lengkap, dimana penelitian dilakukan dan alasan logis mengapa memilih lokasi tersebut. Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. Peneliti memilih melakukan penelitian ini karena melihat terdapat pabrik pakan kelinci KSR yang menjual produk pakan kelinci dengan beberapa jenis yaitu KSR PRO dan KSR. Dua jenis tersebut memiliki kegunaan masing-masing yaitu untuk breeding dan penggemukan.

Didalam pabrik pakan kelinci tersebut mengalami permasalahan yaitu penurunan pendapatan dikarenakan adanya penurunan konsumen untuk membeli produk tersebut. Beberapa faktor yang menyebabkan salah satunya ialah faktor alam dan adanya merek pakan lain yang lebih murah sehingga konsumen beralih menggunakan pakan lain. Sedangkan pemasaran yang dilakukan belum luas sehingga konsumen pabrik pakan kelinci KSR ini masih terbilang sedikit.

---

<sup>24</sup> Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 52.

## H. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data penelitian ini menggunakan data primer. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik pabrik dan konsumen. Data untuk penelitian ini adalah:

1. Data mengenai penerapan strategi pengembangan yang diterapkan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan pendapatan.
2. Data pendapatan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo yaitu data terkait dengan bagaimana kesesuaian pendapatan di perusahaan tersebut.

Sumber data merupakan sumber penelitian tempat dari data penelitian yang diambil. Sumber data dalam penelitian ini merupakan subjek darimana data tersebut diperoleh atau segala keterangan atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas. Sumber data dapat berupa benda, gerak, manusia, tempat dan sebagainya. Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu dari pemilik usaha dan pembeli pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

## I. Tehnik Pengumpulan Data

1. Observasi

Secara umum pengertian observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan

pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang dijadikan objek pengamatan. Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo di desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo dengan cara pengamatan untuk mengetahui gambaran umum mengenai strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan dan kendala dalam menerapkannya.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.<sup>25</sup> Wawancara dilakukan kepada pemilik pabrik, karyawan pabrik dan pembeli pakan kelinci UMKM Kijen Star Reog Ponorogo.

### J. Tehnik Pengolahan Data

Data yang diperoleh melalui tiga tahap yaitu pemaparan data berdasarkan pada sistematika yang telah ditetapkan (*display*), memilih dan memilah data yang relevan dengan pembahasan penelitian (*reduction*) dan melakukan penarikan kesimpulan (*conclusion*).

### K. Tehnik Analisis Data

Tekhnik analisis yang digunakan adalah kualitatif bersifat induktif. yaitu suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan cara

---

<sup>25</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara,2016), 143.

mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dalam teknik analisis data ini penulis menggunakan teori strategi pengembangan usaha pada pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo yang akan dibahas dan di tarik kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh orang lain.

#### **L. Pengecekan Keabsahan Data**

Pengecekan keabsahan data merupakan cara penting yang dipengaruhi dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reabilitas) dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan pengalaman sendiri.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi yaitu teknik keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lain.<sup>26</sup>

#### **M. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan serta memahami penelitian ini, maka penulis akan mengelompokkan menjadi 5 bab, dan masing-masing bab terbagi

---

<sup>26</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan ke-11* (Bandung: REMAJA ROSDAKARYA, 2000), 170-178.

menjadi beberapa sub bab. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Menguraikan mengenai judul penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian (jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, teknik pengecekan keabsahan data), dan sistematika pembahasan.

## **BAB II KAJIAN TEORI**

Pada bab ini menguraikan tentang teori yang mendasari berkaitan dengan pembahasan dalam laporan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah. Teori yang dibahas dalam penelitian ini terkait dengan teori pengembangan usaha.

## **BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG LOKASI**

Pemilik pabrik pakan dan konsumen, Menguraikan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, gambaran umum konsumen, data tentang strategi dan kendala yang dihadapi.

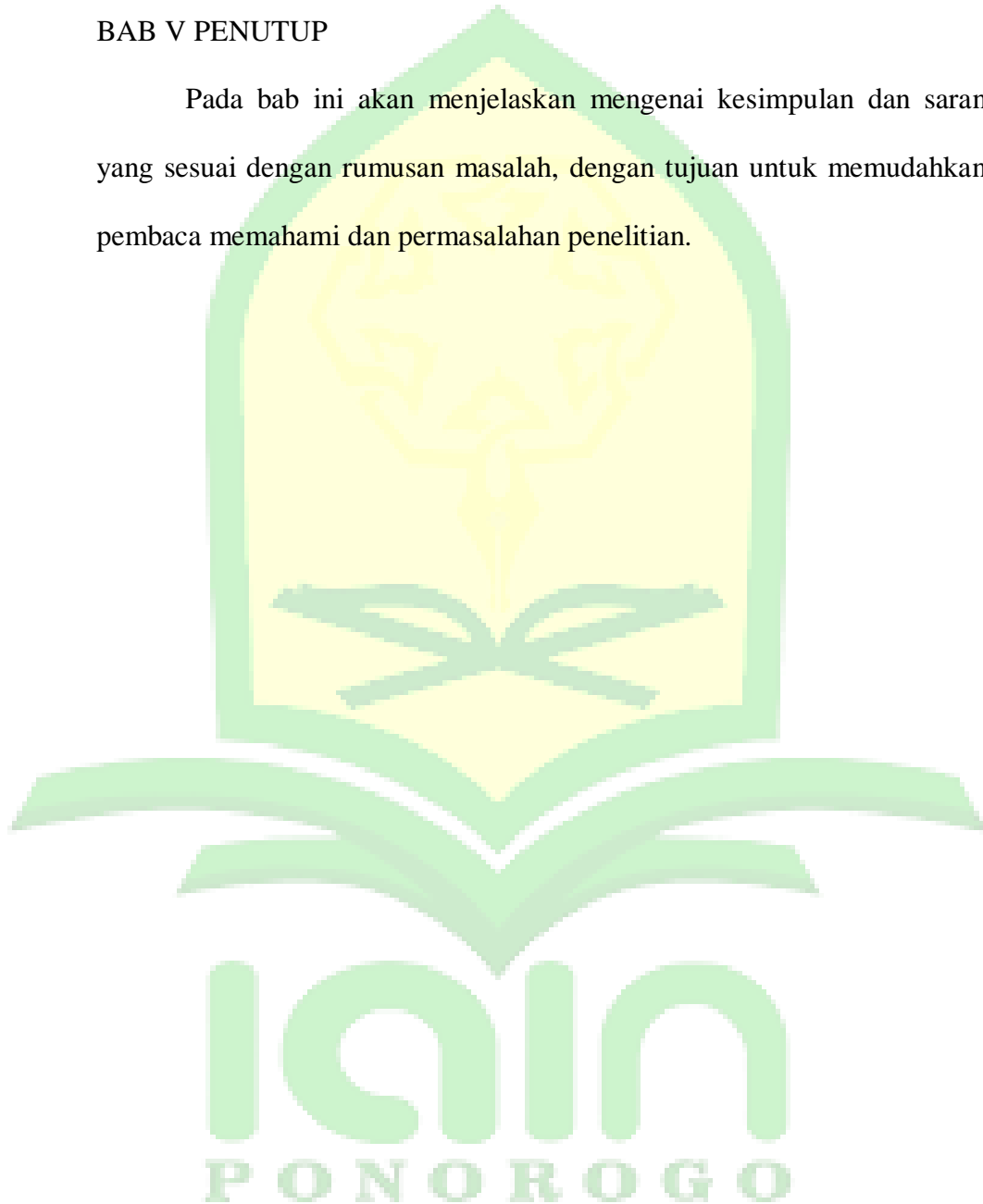
## **BAB IV ANALISIS KOMPONEN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN**

Pada bab ini merupakan proses penafsiran data menggunakan teori dalam rangka menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Pada bab ini memuat hasil penelitian yang berisi tentang penerapan komponen strategi

pengembangan usahadalam meningkatkan pendapatan pada pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

## BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang sesuai dengan rumusan masalah, dengan tujuan untuk memudahkan pembaca memahami dan permasalahan penelitian.





## BAB II

### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA

#### A. Pengembangan Usaha

##### 1. Strategi

Strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang direncanakan, pengalokasian sumber daya, dan interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan yang lain.<sup>1</sup>

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berarti jenderal, oleh karena itu secara harfiah “seni para jenderal”, kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama puncak organisasi, sedangkan secara khusus strategi adalah penemuan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>2</sup>

##### 2. Pengembangan

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan perubahan secara bertahap.<sup>3</sup> Dalam kamus umum Bahasa Indonesia karya Wjv Peorwadarminta dalam buku Pengembangan Media Pembelajaran karya Sukiman, pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Kegiatan pengembangan meliputi tiga

---

<sup>1</sup> Boyd, Walker dan Larreche, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua Jilid Satu (Jakarta: Erlangga, 2000), 29.

<sup>2</sup> George A. Steiner, Jhon B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 1997), 18.

<sup>3</sup> Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan* (Jakarta: Kencana, 2012), 218-219.

tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang diikutidengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai.<sup>4</sup>

Jadi dapat diartikan bahwa pengembangan adalah suatu proses atau usaha untuk melakukan suatu perubahan baik secara perlahan maupun secara bertahap dengan memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

### 3. Pengembangan Usaha

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atauwirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, 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.<sup>5</sup> Menurut Mulyadi Nitisusantro, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbinganpendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkankemampuan dan daya saing sebuah usaha.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup>Sukiman, *Pengembangan Media Pembeajaran*, (Yogyakarta: Pedagogia, 2012), 53.

<sup>5</sup>Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi* (Jakarta: RinekaCipta,2011), 66.

<sup>6</sup>Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2010), 271

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. Unsur-Unsur Komponen Pengembangan Usaha**

Ada beberapa unsur penting dalam pengembangan usaha diantaranya unsur internal dan unsur eksternal.

### **1. Unsur internal**

Adanya keinginan pengusaha untuk mengembangkan dan memperbesar usaha mereka. Memahami teknik menciptakan produk mulai dari jumlah produksi, cara pengembangan dan lainnya. Membuat anggaran untuk mengetahui besarnya pengeluaran juga pemasukan

### **2. Unsur eksternal**

- a. Memperoleh anggaran usaha tidak hanya tergantung pada anggaran dari dalam. Mengikuti perkembangan informasi usaha yang ada
- b. Memahami situasi lingkungan usaha
- c. Harga dan mutu produk
- d. Jangkauan rentetan produk

### C. Strategi Pengembangan Usaha

Jika ditinjau dari jenis pengembangannya, maka bisa dibagi menjadi beberapa strategi, yaitu:

#### 1. Mengembangkan pasar dari sisi produknya

Mengembangkan pasar dari sisi produknya adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah profitabilitas (kemampuan mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima dipasar. Jenis-jenisnya adalah:

- a. Memperbesar variasi produk, misalnya: melalui kemasan botol, sachet, gelas, dan lain-lain.
- b. Melalui kategori produk, misalnya: kategori untuk dewasa, kategori untuk remaja, kategori untuk ibu-ibu, kategori untuk anak-anak, kategori untuk usia di atas 50 tahun, dan lain-lain. Masing-masing kategori produk bisa dibedakan secara dosis, ukuran atau kadarnya, dan hal-hal lain yang disesuaikan dengan kepentingan pemakainya.
- c. Berdasarkan lini produk, misalnya: untuk produk dengan bahan herbal, untuk produk tanpa bahan pengawet, untuk produk dengan yang mengandung DHA atau Omega 3, dan lain-lain.
- d. Berdasarkan fungsinya, misalnya: produk untuk rambut kering, produk untuk rambut berminyak, produk untuk rambut normal, dan lain-lain.

e. Menentukan produk baru dengan pasar yang baru. Dengan pengembangan produk, maka diharapkan penjualan akan meningkat karena pasar yang dibidiknya semakin berkembang dan bervariasi.

2. Mengembangkan pasar dari Sisi sistem penjualannya

Banyak strategi mengembangkan pasar yang dilakukan mengembangkan sistem penjualannya, antara lain:

- a. Mengembangkan sistem distribusi penjualan kedalam (internal), antara lain: Mengembangkan sendiri, seperti: membuka cabang baru dikota-kota besar, membuka outlet, agen, atau sejenisnya atas dana sendiri dan membuka jalur distribusi sendiri.
- b. Mengembangkan melalui kerja sama dengan pihak lain, seperti: Melakukan kerja sama distribusi dengan perusahaan lain, melakukan kerja sama produksi dengan pihak untuk memperbesar kapasitas produksi, mencari agen-agen penjualan dikota-kota besar untuk mengembangkan pasarnya, Joint venture atau kerja sama permodalan membuat distributor dalam meningkatkan penjualan.
- c. Mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis yang lain dalam satu industri. Cara yang tepat untuk memperbesar pasar bila modalnya cukup dan ingin cepat menjadi besar adalah:
  - 1) Akuisisi (mengambil alih bisnis lain)

Dengan mengakuisisi maka secara otomatis pasar dari perusahaan yang diakuisisi menjadi miliknya.

- 2) Mengembangkan pasar dengan cara merger atau menggabungkan dua badan usaha atau lebih.
3. Mengembangkan Pasar Dengan Strategi Integrasi (penyatuan)

Ada dua jenis strategi integrasi, yaitu:

- a. Integrasi vertikal (hulu ke hilir dari *flow* industri)

Penyatuan integrasi vertikal dengan cara membeli perusahaan ke dalam (pemasok, konsultan, produsen, dan lain-lain) atau membeli perusahaan keluar ke arah konsumen (distributor, *wholeseller*, agen, outlet, dan lain-lain). Contohnya adalah perusahaan mie yang membeli perusahaan gandum, perusahaan *Hypermarket* yang membeli perusahaan jaringan mini market, dan lain-lain.

- b. Integrasi horizontal (antarproduk, antarkategori)

Penyatuan integrasi perusahaan-perusahaan yang produknya tidak sama tetapi menunjang kesuksesan bisnisnya. Contohnya adalah perusahaan sepatu membeli perusahaan alat-alat olahraga, dan lain-lain.

4. Mengembangkan Pasar Dengan Sinergisme

Melakukan pengembangan pasar dengan cara mengadakan perjanjian kerja sama antara dua perusahaan yang berbeda pasar dengan tujuan *swap market* atau tukar pasar dan memperkuat satu sama lainnya karena keduanya mempunyai keistimewaan. Perusahaan yang satu ingin memasarkan produknya ke pasar dan

perusahaan yang lainnya ingin menambah calon pelanggan. Contohnya adalah bank dan asuransi, rumah sakit dengan asuransi, dealer mobil dengan asuransi, dan lain-lain.<sup>7</sup>

#### **D. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha**

Keberhasilan atau kegagalan dalam berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor perkembangan atau keberhasilan usaha bukan hanya dilihat dari seberapa keras pengusaha tersebut bekerja, tetapi dilihat dari seberapa cerdas pengusaha melakukan dan merencanakan strateginya serta mewujudkannya. Berikut faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha.

##### **1. Faktor Pendukung**

###### **a. Faktor peluang**

Banyak peluang emas tetapi belum tentu tepat untuk Anda karena peluang emas yang tepat itu mengandung keselarasan, keserasian, dan keharmonisan antara siapa aku, bisnis apa yang dimasuki, pasarnya bagaimana, kondisi, situasi, dan perilaku pasarnya sehingga Anda bisa menemukan peluang emas yang tepat buat Anda.

Peluang emas seringkali hanya berjangka waktu pendek atau hanya sekedar momentum saja. Hal ini yang membuat bisnis sering berusia seumur jagung karena peluang emas itu bersifat momentum saja. Peluang yang tepat yang bisa membuat anda

---

<sup>7</sup> Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 515-518.



berhasil adalah peluang yang berskala industri dan bisa tumbuh besar.

b. Faktor Organisasi

Ibarat sebuah pohon yang memiliki batang yang kokoh dan kuat, organisasi usaha itu harus terstruktur dengan baik. Organisasi usaha juga tidak statis tetapi dinamis, kreatif, dan berwawasan ke depan. Organisasi sangat penting buat karyawan dan Anda. Adapun hal-hal yang perlu diketahui dan dilaksanakan oleh karyawan adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis pekerjaan yang harus dilakukan.
- 2) Batasan uraian tugas, wewenang, hak, dan tanggung
- 3) Hubungan pekerjaan dengan teman-temannya.

c. Faktor Manusia (SDM)

Hanya ada lima faktor kesuksesan operasional sebuah usaha dan lainnya adalah strategi dan perencanaan yang matang. Berikut faktor operasional:

- 1) Yang merencanakan dengan matang itu membutuhkan SDM yang berkualitas. Hal ini berarti faktor pertama yang penting adalah SDM atau manusia yang merencanakan, yaitu *strategic planner*.
- 2) Melakukan pelaksanaan yang sesuai dan tepat dengan perencanaan serta kreatif dalam mengatasi masalah dan itu membutuhkan SDM yang handal sebagai manajer yang hebat.

- 3) Mengawasi suatu pekerjaan sesuai dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan. *Controller* yang hebat mencakup *quality control*, *financial control* serta *supervisor*.
- 4) Mengembangkan serta usaha itu membutuhkan orang yang hebat dalam memasarkan dan menjual.
- 5) Faktor kepemimpinan usaha *leadership* juga merupakan salah satu faktor penting yaitu gaya kepemimpinan. Tidak ada *leader*, maka tidak ada pengikut, begitu pula sebaliknya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa lima faktor yang menentukan keberhasilan operasional sebuah usaha. Oleh sebab itu, manusia menjadi sentral kesuksesan sebuah usaha.

d. Faktor keuangan

Jangan pernah berfikir bahwa bisnis tanpa keuangan yang lancar itu bisa berhasil. Arus kas itu bagaikan aliran darah dalam tubuh kita. Faktor keuangan juga sangat penting bagi kelangsungan usaha. Contohnya adalah:

- 1) Pengendalian biaya dan anggaran.
- 2) Pencairan dana modal kerja, dana investasi, dan dana lainnya.
- 3) Perencanaan dan penetapan harga produk, biaya (perinciannya), rugi laba, dan lain-lain.
- 4) Perhitungan rasio keuangan sehingga risiko keuangan bisa dikendalikan dengan baik, seperti rasio kecukupan modal, rasio likuiditas, rasio hutang vs modal, dan lain-lain.

5) Struktur biaya seperti margin (batas) kontribusi, laba berbanding penjualan, biaya berbanding penjualan, dan lain-lain. Oleh sebab itu, perlu dibuat dan diterapkan: Semua data dicatat dalam pembukuan, pisahkan antara harta pribadi dan keuangan usaha, catat semua uang masuk dan uang keluar, periksa keabsahan semua bukti-bukti pengeluaran dan pemasukan uang, buat *break down* gaji yang baik (termasuk pemiliknya), dan buatlah anggaran dari semua aspek keuangan dan bandingkan dengan realisasinya, lalu analisa.

e. Faktor Perencanaan

Anda harus memahami bahwa bekerja tanpa rencana berarti berjalan tanpa tujuan yang jelas. Jadi sudah pasti rencana adalah faktor penting dalam sebuah usaha. Contohnya ialah:

- 1) Perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang, dan strategi jangka pendek.
- 2) Perencanaan operasional dan program-program pemasaran.
- 3) Perencanaan produk.
- 4) Perencanaan informasi teknologi.
- 5) Perencanaan pendistribusian produk.
- 6) Perencanaan jumlah produk yang akan dijual.

f. Faktor pengelolaan usaha

Semua faktor di atas adalah *soft plan success factors* atau faktor-faktor keberhasilan usaha, tetapi kita juga membutuhkan

*action your plan as well as*. Itulah pengelolaan usaha yang mencakup:

- 1) Menyusun organisasi.
- 2) Mengelola SDM.
- 3) Mengeola asset
- 4) Membuat jadwal usaha dan kegiatan
- 5) Menetapkan jumlah tenaga kerja
- 6) Mengatur distribusi barang
- 7) Mengendalikan persediaan barang
- 8) Mengendalikan mutu produk.

Dalam mengelola usaha, ada faktor penting yang dibutuhkan oleh wirausahawancerdas, yaitu 3 faktor penting operasional. Ketiga faktor penting itu adalah:

- 1) *Quality*: Mutu produk, mutu operasional, dan mutu pelayanan harus bagus.
- 2) *Time*: Waktu penyelesaian produk, waktu pekerjaan, waktu perbaikan juga penting dan menunjang mutu produk
- 3) *Cost*: Jangan lupa, mutu yang bagus perlu biaya tetapi biaya yang tinggi belum tentu menghasilkan mutu yang baik.

Ketiga faktor operasional tersebut, yaitu *quality*, *cost*, dan *time* (QCT) harus harmoni, seimbang, sesuai tujuan dan target serta bersinergi. Tanpa itu tidak akan dihasilkan produk yang baik.

g. Faktor Pemasaran dan Penjualan

Dalam konteks ini, penjualan dan pemasaran adalah lokomotif bagi gerbong-gerbong lainnya seperti keuangan, personalia, produksi, distribusi, logistik, pembelian, dan lain-lain. Jadi, faktor pemasaran dan penjualan memainkan peranan penting bagi kelancaran usaha. Banyak usaha yang gagal karena hanya mementingkan gerbong-gerbongnya saja dan lupa bahwa lokomotifnya belum berjalan dengan baik. Ingat! Ilmu penjualan adalah *the embryo of entrepreneurial skill* (cikal bakal kemampuan kewirausahaan).

h. Faktor Administrasi

Tanpa pencatatan dan dokumentasi yang baik dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi, maka strategi, taktik, perencanaan, pengembangan, program-program, dan arah perusahaan menjadi tidak berjalan sesuai harapan karena hanya dilakukan berdasarkan feeling atau perasaan Anda saja. Hal ini berbahaya dan akan menjadi penghalang kesuksesan wirausaha Anda.

i. Catatan Bisnis

Banyak usaha yang sulit dan tidak berkembang hanya disebabkan karena wirausahawan tidak tahu sejauh mana bisnisnya. Catatan usaha atau bisnis akan membantu kita mengetahui sejauh mana kita menjalankan usaha. Contoh catatan bisnis, yaitu:

- 1) Keuangan: neraca, laporan rugi laba, laporan perubahan modal, dan lain-lain.
- 2) SDM dan personalia: jenis posisi dan bagian, jumlah karyawan, golongan profil, dan tingkat produktivitas.
- 3) Pemasaran: omzet, kontribusi produk, pasar, area, wilayah, konsumen, lokasi, pembelian, penjualan, dan lain-lain.
- 4) Produksi: stok, jumlah produksi, posisi produksi, kualitas, dan lain-lain.

## 2. Faktor Penghambat

Wirausahawan yang cerdas selalu bangkit dari setiap kegagalan yang dialaminya, apabila wirausahawan itu berhenti mencoba lagi, wirausahawan tersebut gagal dalam usaha (pekerja juga sering gagal tetapi tidak menanggung resiko kerugian). Oleh sebab itu, penghambat usaha atau kegagalan usaha muncul karena berbagai hal. Penghambat usaha yaitu:

### a. Tidak atau jarang membuat perencanaan usaha secara tertulis

Tidak atau jarang membuat perencanaan usaha secara tertulis Ada orang yang bertanya kepada seorang wirausahawan sukses di saat ia mendirikan toko kelontongnya seperti berikut ini: "Pak, apakah usaha sekelas warung ini harus membuat perencanaan usaha (*bussiness plan*)?" Jawab wirausahawan sukses itu: "Bila warung Anda ingin besar dan berharap bisa menjadi

besar lagi, maka rencanakan bisnis Anda. Semakin ke depan rencana Anda maka akan semakin baik."

Jadi, apapun bisnis Anda, rencanakan dengan baik. Banyak usaha yang tiba-tiba tutup karena tidak mempunyai rencana yang jelas. Ia membiarkan usahanya berjalan sesuai keadaan sehingga seperti layaknya kapal yang berlayar tanpa arah sehingga terombang-ambing di tengah lautan. Keuntungan rencana usaha adalah:

- 1) Sebuah rencana usaha akan membuat energi kita terpusat pada satu tekad untuk mewujudkannya dengan segala upaya.
- 2) Bisa mengukur kinerja usaha kita.
- 3) Menjadi pedoman dalam langkah-langkah usaha.
- 4) Dengan rencana usaha, kita bisa mencari rekan bisnis dan investor karena punya perencanaan ke depan.

Setiap perjuangan dan kegagalan usaha akan meningkatkan keahlian, pengalaman, kekuatan, kepekaan, kemampuan, kreativitas, dan keyakinan diri. Itulah awal kesuksesan Anda.

b. Lokasi yang tidak tepat untuk bisnis

Lokasi adalah salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan dan kegagalan sebuah usaha. Pemilihan lokasi yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Pilih lokasi dengan tingkat lalu lintas tinggi. Semakin ramai lalu lintasnya, maka potensi berkembangnya semakin tinggi.
  - 2) Pilih lokasi di tempat kerumunan (crowded place) karena peluang tumbuh akan muncul di saat keramaian itu ada (mall, pasar, dan lain-lain).
  - 3) Pilih lokasi yang parkirannya luas.
  - 4) Pilih lokasi yang daerahnya terkenal.
  - 5) Pilih lokasi yang punya tren ramai dan bagus.
  - 6) Pilih lokasi mudah dilihat dan diakses orang.
- c. Tidak melakukan riset dan analisis pasar

Bisnis yang tidak melakukan riset berarti bisnis yang asal-asalan atau cenderung nekat sehingga mudah sekali jatuh karena tidak ada *link* atau relasi dengan pasarnya. Bisnis macam ini akan sulit berkembang.

- d. Tidak ada kreatif dan inovatif

Pasti, *innovative or die* akan ditawarkan oleh pasar kepada usaha Anda. Kesulitan, hambatan, cobaan, tantangan dan kegagalan akan menjadi makanan sehari-hari. Jadi, bila ingin tetap bertahan, maka:

- 1) Harus kreatif, guna mengatasi masalah yang ada menjadi sebuah manfaat.
- 2) Harus inovatif, agar usaha kita memiliki ciri khas, keunikan, nilai tambah, perbedaan (*differentiation*) yang jelas dari



pesaing dan juga akan membuat bisnis Anda mudah diingat oleh pelanggan.

Oleh karena itu, kreativitas dan sikap inovatif adalah cara jitu untuk keluar dari tekanan persaingan. Tanpa kreativitas dan inovasi, bisnis Anda mudah jatuh dan cenderung untuk bertarung harga sehingga menyebabkan tingkat keuntungan akan semakin kecil.<sup>8</sup>



---

<sup>8</sup>Ibid., 47-54.

### **BAB III**

#### **PAPARANDATA**

##### **A. Gambaran Umum Usaha Pakan Kelinci Kijen Star Reog Ponorogo**

###### **1. Sejarah UMKM pakan kelinci Kijen Star Reog**

Berawal dari peternak kelinci di sekitar Kecamatan Jenangan dan Kecamatan Pulung yang cukup banyak sehingga membuat sebuah Asosiasi yang dinamakan Kijen Star Reog. Untuk anggota dari Asosiasi ini sendiri terdiri dari 50 anggota yang tersebar diseluruh kecamatan Jenangan dan Pulung.

Terbentuknya Asosiasi ini ialah peternak diseluruh Ponorogo ini mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil ternaknya, sehingga peternak merasa bingung dengan adanya pemasaran yang sulit. Oleh karenanya para peternak disektor utara dan timur ini membuat sekelompok besar yang dinamakan Asosiasi Kijen Star Reog. Untuk sekretariat Asosiasi ini terletak didesa Plalangan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo.

Seiring berjalannya waktu peternak di Asosiasi Kijen Star Reog ini menghasilkan jumlah ternaknya yang cukup besar sehingga pakan kelinci di Asosiasi ini mengalami kekurangan dalam pengadaan pakan. Sebelum mempunyai pabrik pakan kelinci sendiri, Asosiasi ini bekerja sama dengan pabrik pakan yang terletak di kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo. Dalam kebutuhan pakan kelinci ini Asosiasi

Kijen Star Reog menghabiskan pakan sebanyak 10 kwintal dalam jangka waktu satu bulan tetapi tidak semua anggota memakai pakan kelinci tersebut karena kendala dari pendistribusian.

Dalam perjalanan menggunakan pakan tersebut hewan ternak semua peternak mengalami masalah yaitu hewan tidak sehat, mudah terkena penyakit dan kesehatan bagi induk kelinci kurang bagus, sehingga kerjasama antara Asosiasi dengan pabrik pakan kelinci yang berada di Kecamatan Ngebel dihentikan. Banyak kerugian yang didapat dengan adanya masalah tersebut. Oleh karena itu, Asosiasi ini membuat pakan sendiri yang dibentuk oleh semua usulan anggota Asosiasi. Ada beberapa anggota yang ditugaskan untuk membuat pakan kelinci dengan membeli sebuah mesin yang digunakan untuk membuat pakan kelinci.

Pada tahun 2019 Asosiasi ini sudah memiliki pabrik pakan kelinci yang dinamakan UMKM pakan kelinci Kijen Star Reog. Didalam pembuatan pakan ini ada 5 karyawan yang mempunyai tugas masing-masing dalam pembuatan pakan kelinci, 3 sebagai produksi dan 2 orang sebagai tenaga belanja dan pendistribusian pakan. Lokasi pabrik pakan kelinci terletak di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.<sup>1</sup>

## 2. Jam kerja Pabrik Pakan Kelinci

---

<sup>1</sup> Eko Prasetyo, *Observasi*, 15 Mei 2022.

Jam kerja di UMKM pakan kelinci Kijen Star Reog ialah jam 08.00 WIB-16.00 WIB. Jam tersebut digunakan dalam pembuatan atau produksi pakan kelinci. Jam pengiriman dalam pabrik ini ialah kondisional tetapi yang sering ialah diwaktu sore atau malam hari.

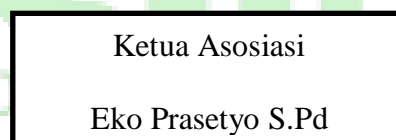
### 3. Portofolio Pabrik pakan kelinci

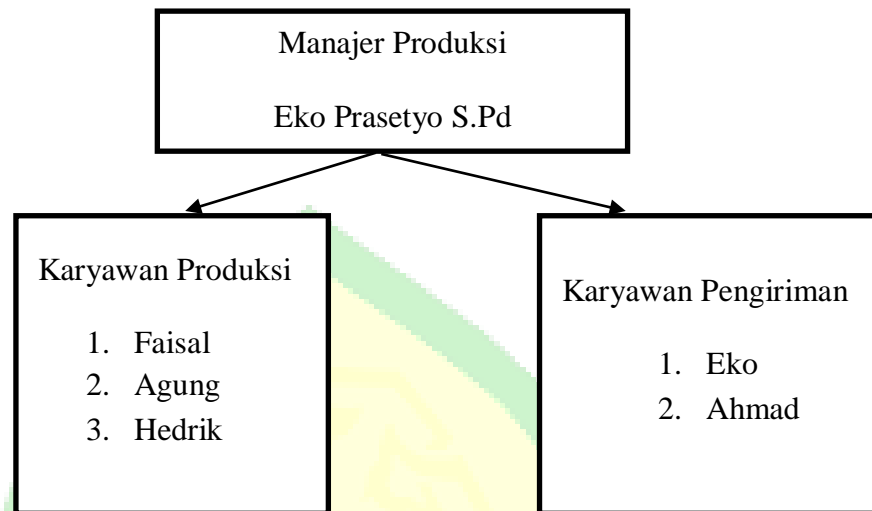
Definisi portofolio bisa berbeda-beda tergantung pada bidang-bidang masing-masing. Pada umumnya portofolio adalah kumpulan dokumentasi pencapaian seseorang, lembaga, kelompok, organisasi, dan perusahaan. Tujuan adanya portofolio adalah untuk mengumpulkan dokumentasi perkembangan dan progres suatu proses dalam mencapai target yang dibuat. Sedangkan dalam bidang bisnis adalah kumpulan dokumentasi produk dan bisnis yang berhubungan dengan perusahaan. Dalam usaha pabrik pakan kelinci ini ada 2 varian atau 2 jenis produk yang dihasilkan yaitu KSR PRO dan KSR.

Untuk KSR PRO digunakan untuk kelinci penggemukan dan KSR digunakan untuk kelinci induk dan pejantan. Semua mempunyai manfaat masing-masing bagi hewan kelinci.

### 4. Struktur Organisasi Pabrik Pakan Kelinci

Dibawah ini merupakan struktur Organisasi:





Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pabrik Pakan Kelinci Kijen Star Reog Ponorogo

## 5. Job Deskripsi

### a. Ketua Asosiasi

Sebagai ketua Asosiasi bertanggung jawab atas kegiatan produksi pakan kelinci tersebut.

### b. Manajer Produksi

- 1) Mengawasi proses produksi dan penyaluran penjualan
- 2) Berperan secara langsung dalam penjualan, mengatur saluran permintaan dan penawaran
- 3) Mempersiapkan rencana penjualan dan produksi.

### c. Karyawan Produksi

- 1) Memproduksi pakan
- 2) Menyediakan bahan-bahan atau komposisi yang akan digunakan untuk membuat pakan kelinci.

3) Melakukan transaksi barang dan pengemasan hasil produk

d. Karyawan Pengiriman

1) Dibagian pengiriman ini karyawan bertugas hanya mengirim hasil produksi ke distributor

2) Karyawan pengiriman bertugas membeli bahan-bahan yang akan dibuat produksi

5. Mekanisme Produksi

a. Dikarenakan produksi pakan ini tidak menyediakan bahan sendiri dan bahan harus membeli dari pabrik lain maka, pabrik pakan kelinci ini melakukan pembelian bahan pokok seperti bekatul, pollard, dan bima.

b. Setelah itu melakukan penakaran bahan pokok supaya mendapatkan hasil yang diinginkan.

c. Proses pencampuran bahan baku yang dibutuhkan dengan kapasitas 1 kwintal dalam satu kali produksi.

d. Setelah itu adonan dimasukkan kedalam mesin pembuatan pellet dengan jangka waktu 2 jam dalam kapasitas 1 kwintal.

e. Setelah selesai, pellet dilakukan pengeringan dengan cara memanfaatkan terik matahari dan dilakukan pengovenan jika dibutuhkan.

f. Setelah melakukan pengeringan lalu terakhir ditahap pengemasan dengan kemasan 5 kg dan 10 kg.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Obervasi, 15 Mei 2022.

## B. Data

### 1. Data Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha perlu dilakukan riset pemasaran, survei dan analisis pasar, target, pembeli dan perilaku pembeli. Jika ditinjau dari strategi pengembangan usaha, maka bisa dibagi menjadi beberapa strategi yaitu:

#### a. Strategi mengembangkan pasar dari sisi produknya

Untuk mengetahui strategi mengembangkan pasar dari sisi produk yang digunakan di pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo maka peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola.

Pakan kelinci kita masih menggunakan kemasan plastik polos yang di dalamnya dimasukkan kertas sebagai penanda kategori dan komposisi setiap pakan, yang terdiri dari kemasan 5 kg dan 10 kg. Kami juga menyediakan dua jenis pakan kelinci yaitu jenis pakan KSR dan KSR PRO dan memiliki manfaat tertentu seperti misalnya KSR PRO berguna untuk hewan kelinci yang berusia 0-3,5 bulan yang digunakan untuk meningkatkan bobot dari kelinci. Kami menjual pakan kelinci dengan jangka waktu kadaluarsa yang cukup pendek yaitu sekitar 1 bulan saja dikarenakan semua produk menggunakan bahan alami tanpa mencampur banyak bahan kimia sebagai pengawet hal itu kami lakukan untuk menjaga kualitas dari pakan itu sendiri misalnya menggunakan bahan dari temulawak, kunyit dan jahe yang berguna untuk menjaga kesehatan kelinci dan menambah nafsu makannya. Namun kami tidak bisa menyediakan pakan dengan jumlah besar dikarenakan mesin yang masih kurang.<sup>3</sup>

Selain itu, menurut Bapak Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

---

<sup>3</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara* 15 Mei 2022.

Kami menjual produk masih menggunakan kemasan plastik biasa dan masa penggunaan pakan kelinci hanya maksimal tiga bulan pemakaian itu dikarenakan kami tidak menggunakan bahan pengawet apapun demi menjaga kualitas produk. Untuk kategori pakan kami memiliki dua jenis pakan dengan manfaat yang berbeda misalnya khusus untuk meningkatkan bobot kelinci maka bisa menggunakan produk KSR PRO.<sup>4</sup>

Sedangkan menurut Bapak Hendrik selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

Kami menjual pakan kelinci dengan menggunakan kemasan plastik, sehingga nama merek atau logo kemasan kita masih menggunakan cetakan kertas. Logo tersebut berisi nama produk, jenis, dan komposisi pakan yang digunakan. Pakan yang kami jual mempunyai manfaat khusus bagi hewan kelinci yaitu jenis pakan KSR berguna untuk indukan dan pejantan dan KSR PRO untuk penggemukan yang berguna untuk menaikkan berat badan kelinci atau penggemukan. Namun yang menjadi masalah bagi kami yaitu jangka penggunaan pakan yang terbilang pendek hanya berkisar satu bulan saja.<sup>5</sup>

Selain itu menurut Bapak Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci mengatakan: “Kami sebagai karyawan hanya mengikuti pihak pengeola pabrik pakan kelinci, dalam produksi pakan kami dalam pengemasannya menggunakan kemasan 5 kg dan 10 kg. kedua jenis kemasan ini masih menggunakan kemasan plastic dan logo kemasan ini menggunakan bahan kertas”.<sup>6</sup>

Selain itu, menurut Bapak Priyo selaku konsumen pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo: “Produk yang dijual dari

---

<sup>4</sup>Faisal, *Wawancara* 15 Mei 2022.

<sup>5</sup>Hendrik, *Wawancara* 15 Mei 2022.

<sup>6</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.



pabrik pakan kelinci tersebut mempunyai ciri khas tersendiri dari sisi tekstur, bau, dan manfaat. Sisi lain dari pakan ini adalah mempunyai komposisi yang menggunakan bahan alami. Namun yang disayangkan yaitu jangka pemakaian pakan yang terbilang pendek”.<sup>7</sup>

Menurut Bapak Amir selaku konsumen pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

Saya menggunakan pakan kelinci dari pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo ini cukup lama. Selain itu, pakan tersebut tidak ada efek samping terhadap kesehatan hewan kelinci karena menggunakan bahan alami dengan komposisi yang pas. Untuk masalah yang harus diatasi oleh pengelola yaitu jangka pemakaian pakan yang harus diperpanjang namun tanpa harus mengurasi kualitas produk, karena pakan yang ada saat ini hanya bertahan selama 1 bulan saja sedangkan kami baru bisa panen kelinci di umur 3 bulan.<sup>8</sup>

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dilapangan, maka disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha dari sisi produk belum bisa berjalan secara maksimal sebagaimana mestinya hal itu dapat dilihat dari penyediaan produk yang belum bisa memenuhi permintaan pasar, Pengemasan yang belum bisa menarik konsumen, dan jangka pemakaian produk yang pendek.

b. Strategi Mengembangkan Pasar dari sisi penjualan

Banyak strategi mengembangkan pasar yang dapat dilakukan untuk mengembangkan sistem penjualannya, antara lain: mulai dari saluran distribusi, dan kerja sama dengan pihak lain.

---

<sup>7</sup>Priyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>8</sup>Amir, *Wawancara* 15 Mei 2022.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

Kami selaku produsen utama pembuatan pakan ini mendistribusikan produk ke konsumen yang sudah menjalin kerjasama dengan kami yakni dengan syarat kami membuat perjanjian dimana hasil panen dari kelinci mereka harus dijual kepada kami, dengan cara itulah kami membangun kerjasama dengan konsumen agar usaha ini tetap bertahan. Sedangkan untuk cabang kami belum punya dikarenakan dibutuhkan modal yang besar jika ingin membuat cabang, seperti menyiapkan SDM dan menyediakan mesin yang mumpuni.<sup>9</sup>

Selain itu, menurut Bapak Faisal selaku karwayan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

Pabrik pakan ini bekerja sama dengan peternak kelinci dalam menjual produk kami, pabrik pakan ini tidak memiliki cabang atau anak cabang sehingga pabrik ini terpusat di Desa Plaosan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. Jadi kami membuat pakan dan menjualnya kepada anggota asosiasi kami yang berjumlah sekitar 50 orang.<sup>10</sup>

Selain itu, menurut Bapak Hendrik selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan:

Kami sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menjual hasil produksi bekerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti penjual daging kelinci. Kami menyalurkan hasil ternak kepada penjual daging kelinci yang digunakan dalam pemenuhan kebutuhan kuliner, contohnya sate kelinci dan rica-rica kelinci yang berada di daerah wisata Karanganyar Jawa Tengah. Kami sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menjual hasil produksi bekerjasama dengan anggota asosiasi yang kami

---

<sup>9</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>10</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

miliki yakni para pembudidaya kelinci, untuk cabang kami belum punya.<sup>11</sup>

Selain itu, menurut Bapak Agung sebagai karyawan pabrik pakan kelinci mengatakan.

Dalam penjualan pakan kelinci ini kami hanya menjual kepada peternak kelinci yang ada di dalam asosiasi Kijen Star Reog Ponorogo saja. Memang kami belum bekerjasama dengan penjual pakan hewan atau *petshop* dikarenakan belum mampu memenuhi kebutuhan. Sedangkan kebutuhan yang ada kami belum mampu menyediakan secara penuh”.<sup>12</sup>

Selain itu, menurut Bapak Priyo selaku konsumen pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo: “Menurut saya penjualannya sudah bagus dimana mereka menjual produknya ke kami dan kami sebagai anggota cukup menjual hasil panen ke mereka sehingga kami tidak kesulitan mencari pembeli ketika panen. Untuk cabang saya rasa mereka belum punya karena untuk memenuhi kebutuhan kami saja mereka sudah kesulitan”.<sup>13</sup>

Menurut Bapak Amir selaku konsumen pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo: “Menurut saya distribusinya sudah bagus karena pembeli tetap produknya sudah ada yakni kami sebagai anggota asosiasi namun untuk cabang saya rasa belum ada karena selama saya menjadi konsumen saya tidak pernah liat atau dengar usaha ini memiliki cabang”.<sup>14</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dalam penerapan strategi pengembangan usaha dari sisi penjualan kurang baik karena usaha

---

<sup>11</sup>Hendrik, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>12</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>13</sup>Priyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>14</sup>Amir, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

ini tidak memiliki cabang atau toko dalam menjual produknya. Penjualan yang belum besar karena menjual produk hanya kepada anggota asosiasi saja serta kekurangan alat untuk memproduksi pakan secara skala besar.

c. Strategi Mengembangkan Pasar Dengan Strategi Integrasi (penyatuan)

Strategi mengembangkan usaha dengan caramengembangkan pasar dengan strategi integrasi adalah salah satu cara untuk dapat mengembangkan usaha, pada pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo tersebut melakukan mengembangkan pasar dengan strategi integrasi dapat dilihat dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola.

Kami dalam memproduksi pakan kelinci bekerjasama dengan pihak penyedia bahan baku yang berada di daerah Siman Kabupaten Ponorogo. Disana kami membutuhkan bahan-bahan yang kita gunakan untuk membuat pakan kelinci tersebut yang berada dilokasi Siman Kabupaten Ponorogo dan harganya murah. Selain dari sana, kami juga bekerjasama dengan masyarakat sekitar dalam pengadaan bahan baku seperti rumput atau hijauan yang digunakan bahan utama pembuatan pakan kelinci. Kami tidak hanya menjual pakan kelinci saja akan tetapi kami menjual kandang kelinci jenis galvanis dan bekerja sama dengan pabrik pembuatan kandang kelinci galvanis yang berada di daerah Kediri Jawa Timur.<sup>15</sup>

Selain itu menurut Bapak Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci mengatakan.

Kami sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menjual hasil produksi bekerjasama dengan

---

<sup>15</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

pihak-pihak terkait seperti penjual daging kelinci. Kami menyalurkan hasil ternak kepada penjual daging kelinci yang digunakan dalam pemenuhan kebutuhan kuliner, contohnya sate kelinci dan rica-rica kelinci yang berada di daerah wisata Karanganyar Jawa Tengah. Kami sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menjual hasil produksi bekerjasama dengan anggota asosiasi yang kami miliki yakni para pembudidaya kelinci, untuk cabang kami belum punya.<sup>16</sup>

Selain itu, menurut Bapak Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

Untuk kerjasama penyediaan bahan baku saya rasa sudah dijalani karena kebutuhan bahan baku saya sendiri yang mengambilnya kepada penyedia barang, untuk rerumpunan saya mengambilnya satu minggu sekali dan untuk bahan lainnya sekitar satu bulan sekali. Kami juga menjual peralatan kelinci seperti rumah dan aksesoris lainnya.<sup>17</sup>

Selain itu menurut Bapak Hendrik selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo: “Untuk bahan baku kami masih menggunakan bantuan dari orang lain seperti masyarakat sekitar yang ditugaskan buat mencari rumput sedangkan untuk bahan lainnya seperti bekatul, bima, bungkil kedelai, bungkil sawit, bungkil jagung dan mineral yang diambil selama 1 bulan sekali”.<sup>18</sup>

Selain itu menurut Bapak Priyo selaku pembeli pakan kelinci pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Setahu saya, saya melihat usaha pakan kelinci tersebut sudah bekerjasama dengan pihak penyedia bahan baku untuk memproduksi pakan kelincinya. Selain itu usaha ini sudah

---

<sup>16</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>17</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>18</sup>Hendrik, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

bekerjasama dengan pihak penyedia kandang kelinci. Setahu saya pabrik tersebut berada didaerah kota Kediri Jawa Timur”.<sup>19</sup>

Selain itu hasil wawancara dengan Bapak Amir selaku pemebeli pakan kelinci di pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

Setahu saya, pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo ini sudah bekerjasama dengan pihak penyedia bahan baku yang digunakan untuk pembuatan pakan kelinci. Selain itu juga mereka memanfaatkan masyarakat sekitar untuk mencari rumput dan hijauan untuk bahan dasar pembuatan pakan kelinci. Selain itu juga mereka juga bekerjasama dengan doctor hewan lalu menawarkan kepada kami konsultasi gratis dalam pemeliharaan hewan kelinci secara baik dan benar. Mulai dari pemberian pakan dan cara untuk mengawinkan kelinci betina dan kelinci jantan secara baik dan benar.<sup>20</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo adalah sudah baik. Karena, pabrik ini sudah bekerjasama dengan penyedia bahan baku. Pabrik tersebut bekerjasama dengan penyedia bahan baku ini karena disana bahan yang dibutuhkan sudah lengkap dan harganya lebih murah dibandingkan tempat lainnya serta lokasinya dekat dengan pabrik oleh karena itu membantu efesiensi waktu pengolahan pakan kelinci. Selain itu pabrik ini bekerjasama dengan pihak dokter hewan yang berguna untuk menggali informasi terhadap bagaimana cara memelihara kelinci secara baik dan benar.

---

<sup>19</sup>Priyo, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

<sup>20</sup>Amir, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

Selain itu usaha ini bekerjasama dengan pabrik kandang kelinci dan penjual daging kelinci.

d. Strategi Mengembangkan Pasar Dengan Sinergisme

Strategi pengembangan usaha yang tepat untuk mengembangkan usaha atau memperbesar pasar ialah mengembangkan pasar dengan cara sinergisme. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo maka peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Eko selaku pengelola.

Kami belum mampu bekerjasama dengan kelompok peternak kelinci, karena pabrik kita belum maksimal dalam melayani pembeli dalam hal kapasitas atau kebutuhan. Kami hanya bekerjasama dengan sesama peternak kelinci yang berada didalam anggota Asosiasi Kijen Star Reog Ponorogo saja. Tetapi dalam menjual dan memasarkan hasil budidaya kelinci peternak sudah menjalin kontrak atau kerjasama dengan pihak yang membutuhkan daging kelinci atau daging kelinci. Selain itu kami juga bekerjasama dengan pihak dokter hewan yang berguna untuk memberikan informasi tentang pemeliharaan hewan kelinci secara baik dan benar.<sup>21</sup>

Selanjutnya, hasil wawancara dengan Bapak Hendrik selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

Kami sebagai karyawan dalam menjual pakan kelinci masih bekerjasama dengan anggota asosiasi, kami belum menyediakan atau melayani kebutuhan peternak kelinci secara luas dikarenakan produksi kita masih sedikit, ada tujuan mengarah kesana tetapi dalam kondisi seperti ini belum mampu menyediakan. Sedangkan untuk mengembangkan pasar dalam sisi sinergisme perlu dibutuhkan kesediaan bahan baku dan kemampuan mesin dalam mengerjakan kebutuhan

---

<sup>21</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

peternak atau memproduksi pakan kelinci dengan skala besar. Tetapi dalam mengembangkan usaha dengan cara sinergisme kami juga bekerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti penjual daging kelinci yang berada di daerah Karanganyar Jawa Tengah.<sup>22</sup>

Selain itu, dari hasil wawancara dengan Bapak Faisal sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan.

Kami memiliki teman kerjasama yang dimana saling menguntungkan kedua pihak yakni distributor daging yang berada di Karanganyar dimana semua daging yang kami ambil dari peternak saya jual kepada mereka (distributor Karanganyar), dan mereka selalu mengambilnya karena merupakan keuntungan bagi mereka juga dimana mereka tidak perlu capek mencari daging dengan jumlah banyak.<sup>23</sup>

Selain itu menurut Bapak Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Kami, selain mengambil kelinci ke peternak dan menjual lagi kepada distributor daging kelinci yang berada di Karanganyar, kami juga menjual kepada distributor hewan kelinci yang berada di daerah Mojokerto yang diperuntukkan kebutuhan kuliner di daerah Pacet Kabupaten Mojokerto Jawa Timur”.<sup>24</sup>

Selain itu, menurut Bapak Priyo pembeli pakan kelinci mengatakan bahwa: “Setahu saya, bahwa usaha ini sudah bekerjasama dengan pihak penjual daging kelinci yang berada di daerah Karanganyar Jawa Tengah, kerja sama tersebut meliputi

---

<sup>22</sup>Hendrik, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>23</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>24</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.



penjualan hewan kelinci atau daging kelinci yang berasal dari kami (peternak kelinci)".<sup>25</sup>

Selain dari Bapak Priyo sebagai pembeli pakan kelinci, Bapak Amir menambahkan bahwa: "Setahu saya, usaha ini sudah bekerja sama dengan pihak penjuak daging kelinci, penjual kandang kelinci, dan bekerjasama dengan dokter hewan. Adanya dokter hewan tersebut dikarenakan para pembudidaya hewan kelinci ini mengalami permasalahan disisi persilangan atau perkawinan kurang baik".<sup>26</sup>

Dari hasil wawancara diatas yang dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogosudah baik dalam sisi mengembangkan usaha sinergisme. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pabrik ini sudah bekerjasama dengan perusahaan lain antara lain distributor penyedia bahan baku pembuatan pakan kelinci, penjual daging kelinci, dan penjual kandang kelinci serta bekerjasama dengan pihak dokter hewan dalam menangani bagaimana cara memelihara hewan kelinci secara baik dan benar.

Selanjutnya hasil penelitian diatas yang dilakukan penulis melalui wawancara dengan pengelola, karyawan, dan pembeli dari sisi mengembangkan pasar dari produknya, mengembangkan pasar dari sistem penjualan, mengembangkan pasar dengan strategi integrasi atau

---

<sup>25</sup>Priyo, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

<sup>26</sup>Amir, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

penyatuan, dan mengembangkan usaha dengan sinergisme, yang belum dilakukan dengan baik ialah mengembangkan pasar melalui produknya dan mengembangkan pasar dengan sistem penjualannya. Hal tersebut dikarenakan pabrik ini dalam pengemasan produknya masih menggunakan kemasan biasa dari bahan plastik yang menggunakan logo dari kertas. Selain itu, dari mengembangkan usaha dari sisi penjualannya masih mengandalkan dari anggota asosiasi itu sendiri belum tersebar luas kepada semua petarak kelinci atau pembudidaya kelinci di Ponorogo khususnya.

## 2. Data Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha

Faktor keberhasilan usaha seorang wirausahawan bukan hanya dilihat dari seberapa dia bekerja keras, tetapi seberapa dia cerdas melakukan dan merencanakan strateginya serta mewujudkannya. Berikut data faktor pendukung pengembangan usaha yang dilakukan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo:

### 1. Faktor Pendukung Pengembangan Usaha

#### a) Faktor peluang

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

Dalam peluang usaha pakan kelinci kami ini berjalan sudah 4 tahun lamanya, sedangkan setiap tahunnya pabrik pakan kelinci ini tidak berkembang. Pada 1 tahun terakhir usaha ini menurun yang dikarenakan mesin operasional tidak memadai dan sering

terjadi kerusakan. Terjadinya kerusakan pada mesin tersebut mengakibatkan produksi yang kita hasilkan juga menurun.<sup>27</sup>

Selain itu menurut Bapak Faisal sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan,

Pabrik pakan kelinci ini sebenarnya memiliki peluang yang sangat besar, melihat dari potensi peternak yang cukup banyak diseluruh kota Ponorogo dan kompetitor yang tidak banyak maka mempunyai masa depan yang baik. Untuk setiap tahun perkembangan usaha ini tidak berkembang dengan pesat, adanya pembeli pakan kelinci yang menunggak untuk pembayaran dan menghambat operasional pabrik ini maka dari itu usaha ini sulit untuk berkembang pesat.<sup>28</sup>

Selanjutnya menurut Bapak Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Selama saya bekerja disini belum ada perubahan secara signifikan, pabrik pakan kelinci ini sulit untuk berkembang karena melihat dari konsumen atau pembeli hanya melibatkan anggota asosiasi saja, sedangkan peternak yang berada di Ponorogo cukup banyak”.<sup>29</sup>

Selain itu menurut Bapak Priyo selaku pembeli pakan kelinci di pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Untuk peluang yang didapatkan pada pabrik pakan kelinci sebenarnya cukup besar, karena melihat dari produk yang ditawarkan cukup banyak. Mulai dari pakan kelinci sendiri, kebutuhan kelinci, penyaluran hasil ternak dan masih ada lainnya”.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>28</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>29</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>30</sup>Priyo *Wawancara*, 16 Mei 2022.

Selanjutnya hasil penelitian diatas yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa hasil wawancara dengan pengelola, karyawan, dan pembeli pakan kelinci dari sisi faktor peluang usaha ini sudah baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha tersebut mempunyai peluang yang bagus, adanya peternak kelinci yang banyak maka usaha tersebut mudah untuk berkembang. Tetapi dalam menjalankan usahanya pabrik ini mengalami kesulitan dalam memproduksi pakan kelinci karena mesin pakan kelinci yang tidak memadai dan sering terjadi kerusakan.

b) Faktor Manusia (SDM)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Didalam sumber daya manusia kita mempunyai karyawan sebanyak 5 orang 3 orang sebagai tenaga produksi dan 2 orang sebagai tenaga pengiriman dan menyediakan bahan pokok. Mereka mempunyai keahlian didalam bidangnya sendiri”.<sup>31</sup>

Selain itu, menurut Bapak Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Sedangkan sumber daya manusia atau karyawan pada usaha ini, kami sebagai karyawan sudah bekerja dengan baik dalam pembuatan pakan kelinci ini, mulai dari pembuatan, pengemasan, dan pengiriman

---

<sup>31</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

kami melayani pembeli atau peternak kelinci dengan baik melihat apa yang mereka butuhkan”.<sup>32</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh saudara Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo,

Dari faktor sumber daya manusia atau karyawan semua teman-teman saya dalam mengerjakan pekerjaannya sudah cukup baik. Semua pekerjaan dikerjakan sesuai dengan tugas masing-masing. Mulai dari pembelian bahan baku atau belanja bahan, membuat pakan kelinci atau memproduksi pakan kelinci, pengemasan pakan kelinci, dan sampai pengiriman usaha kami sudah mempunyai tenaga ahli dalam bidangnya.<sup>33</sup>

Seperti halnya yang disampaikan oleh saudara Priyo selaku pembeli pakan kelinci di pabrik Kijen Star Reog Ponorogo: “Dari faktor sumber daya manusia yang kami lihat sebenarnya usaha ini memiliki tenaga pekerja yang kompeten, dilihat dari hasil produksi atau pakan yang dihasilkan begitu baik secara langsung hewan kelinci kita bertumbuh subur dan kesehatan hewan kelinci kita juga baik. Selain itu usaha ini memiliki tenaga khusus dalam hal pembuatan resep pakan kelinci”.<sup>34</sup>

Berdasarkan data penelitian diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pabrik pakan kelinci Kien Star Reog Ponorogo dalam faktor sumber daya manusia sudah cukup baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha ini sudah memiliki tenaga ahli dan karyawan berkompeten dalam

---

<sup>32</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>33</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>34</sup>Priyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

bidangnya. Selain itu, usaha tersebut mempunyai karyawan dengan jumlah 5 orang yang mempunyai tugas masing-masing.

c) Faktor Organisasi

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa,

Didalam faktor organisasi saya sebagai pihak pengelola pabrik pakan kelinci ini mempunyai hak yaitu mengatur segala kegiatan didalam usaha ini, mulai dari mengatur pekerjaan, menjalin hubungan yang baik antara karyawan dengan saya, menjalin komunikasi sesama karyawan supaya harmonis dan baik serta saya mengatur aturan yang saya tetapkan kepada usaha ini supaya berjalan dengan lancar.<sup>35</sup>

Selain itu, menurut Bapak Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Faktor organisasi menurut kami, kami sudah menjalin hubungan antar pihak pengelola dan sesama karyawan dengan baik dengan tujuan dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan dengan baik dan sempurna untuk pembuatan pakan kelinci ini”.<sup>36</sup>

Hal itu juga disebutkan oleh pembeli pakan kelinci dengan saudara Amir, mengatakan bahwa: “Dari faktor organisasi perusahaan ini menurut saya sudah cukup baik karena semua karyawan dan pengelola saling kontribusi dalam hal penjualannya,

---

<sup>35</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>36</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

dilihat dari cara bagaimana mereka mengirim dan melayani pembeli dengan baik”.<sup>37</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo sudah baik dalam faktor organanisasi.Faktor organisasi pada pabrik ini pihak pengelola sudah mempunyai strategi khusus dalam mengatur semua kegiatan usaha mulai dari produksi pakan, mengatur kinerja karyawan, dan menjaga keharmonisan karyawan dengan pihak pengelola yang berguna untuk menjalin komunikasi baik.

d) Faktor perencanaan

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Faktor perencanaan yang kami buat yaitu bagaimana usaha kita ini berjalan dengan lancar, hanya itu saja rencana yang kami buat dengan karyawan kami.Kami hanya berjalan sebagaimana mestinya, kalau pun ada permintaan dari luar kami baru melakukan atau baru melayani permintaan tersebut.Jadi, kami bergulir apa adanya”.<sup>38</sup>Selanjutnya menurut saudara Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Dari faktor perencanaan usaha ini menurut kami sudah cukup baik dalam hal memproduksi pakan

---

<sup>37</sup>Amir, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>38</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

kelinci mulai dari merencanakan jenis produk dengan hasil usaha ini membuat dua jenis pakan kelinci yaitu pakan *breeding* dan penggemukan”.<sup>39</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh dipenulis, maka dapat disimpulkan bahwa usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo disisi faktor perencanaan belum baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha ini dalam melakukan atau mengerjakan produksi pakan kelinci hanya berjalan mengikuti alur dan permintaan dari pembeli saja tidak ada target dalam penjualan, tidak mempunyai langkah bagaimana kedepan agar lebih baik.

e) Faktor Pengelolaan usaha

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo: “Dari faktor pengelolaan usaha kami sudah terstruktur dengan baik mulai dari menyusun organisasi, mengatur SDM yang kompeten, membuat jadwal kerja mulai jam 10 pagi hingga jam 4 sore, selain itu kami sudah menetapkan karyawan dengan jumlah 5 orang dengan tugas masing-masing”.<sup>40</sup>

Selain itu, dari hasil wawancara dengan Bapak Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa,

---

<sup>39</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>40</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.



Menurut kami sebagai karyawan, dalam menjalankan usaha ini pihak pengelola sudah mengelola pabrik ini secara baik. Mulai dari membuat mutu produk atau kualitas produk, mulai waktu kerja kita, dan harga produk yang kita hasilkan dengan mempertimbangan semua aspek mulai dari kualitas produk, operasional kita dan pengeluaran kita terhadap pembuatan pakan kelinci ini.<sup>41</sup>

Bedasarkan penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo disisi faktor pengelolaan usaha sudah cukup baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pihak pengelola sudah membuat dan merencanakan dalam menjalankan usahanya mulai dari kualitas produk, keefesiensi harga dan jam kerja dalam membuat pakan kelinci tersebut.

f) Faktor pemasaran dan penjualan

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Selain itu faktor pemasaran kita mengandalkan anggota asosiasi yang anggotanya 50 orang atau 50 peternak kelinci. Untuk kebutuhan pakan kelinci dari anggota asosiasi tersebut kami sepenuhnyaa belum mampu melayani dikarenakan faktor pendistribusian dan produksi kami belum cukup”.<sup>42</sup> Selain itu menurut saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci mengatakan bahwa: “Sementara ini penjualan

---

<sup>41</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>42</sup>Eko Praseto, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

kami hanya mengandalkan anggota asosiasi saja belum menyebarluas kepada peternak kelinci yang ada di masyarakat luas. Adanya masalah terhadap produksi dan menyebabkan penjualan pakan kelinci kami menurun”.<sup>43</sup>

Menurut Bapak Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Sementara itu dalam penjualan pakan menurut saya sudah cukup. Karena melihat hasil produksi kita hanya segitu saja cukup melayani peternak kelinci yang didalam Asosiasi Kijen Star Reog Ponorogo”.<sup>44</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo di faktor penjualan belum baik. Hal ini dikarenakan penjualan pakan ini hanya terfokus kepada anggota asosiasi saja dan permintaannya yg tidak banyak. Selain itu, faktor mesin atau teknologi usaha ini sering mengalami kerusakan sehingga terjadi hambatan dalam pembuatan pakan kelinci.

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa difaktor pendukung pengembangan usaha mulai dari faktor peluang, SDM, perencanaan, pengelolaan, faktor organisasi, dan faktor pemasaran atau penjualan yang belum diterapkan dengan baik adalah faktor perencanaan dan pemasaran atau

---

<sup>43</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>44</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

penjualan. Faktor perencanaan pada usaha ini belum membuat visi dan misi, belum merencanakan bagaimana usaha ini dijangka panjang dan pendek. Kalau perencanaan produk memang sudah akan tetapi usaha ini hanya membuat dua jenis pakan yaitu penggemukan dan *breeding*. Selain itu dari faktor penjualan dan pemasaran mereka hanya melayani kebutuhan peternak kelinci yang ada didalam anggota asosiasi saja. Usaha tersebut belum melakukan pelebaran pembeli secara luas dikarenakan mesin produksi tidak dapat mencukupi kebutuhan secara banyak dan sering terjadi kerusakan sehingga tidak bisa maksimal.

## 2. Faktor Penghambat Pengembangan Usaha

Selain faktor pendukung, faktor penghambat dalam sebuah usaha juga pasti ada. Penghambat sebuah usaha atau kegagalan dalam usaha diartikan sebagai kesulitan dan kekurangan modal saja, namun sebenarnya lebih dari sekedar aspek uang atau modal saja. Penghambat atau kegagalan sebenarnya adalah berhenti mencoba mengatasi masalah yang terjadi. Berikut data faktor penghambat dalam mengembangkan usaha pada pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo.

### a) Tidak Membuat Perencanaan Secara Tertulis

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo: “Untuk perencanaan kami tidak menulisnya karena kami berjalan begitu saja sesuai dengan pesanan yang ada dan kebutuhan yang ada

pada saat itu, jika 10 orang membutuhkan pakan maka kami langsung membuatnya dan selesai dalam 3 hari”.<sup>45</sup> Selain itu menurut saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Pabrik pakan kelinci ini dalam merencanakan usaha itu menjalankan usaha memang tidak membuatnya. Kami dalam memproduksi pakan kelinci hanya mengandalkan permintaan dari pembeli saja dan berjalan dengan apa adanya tidak ada target dalam satu bulan atau jangka waktu tertentu”.<sup>46</sup>

b) Pemilihan Lokasi Yang Tidak Tepat

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Praseyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa, “

Untuk lokasi kami sudah mempertimbangkan sejak awal dimana kami hanya melihat dimana banyak orang yang memelihara kelinci saja namun karena hanya fokus pada itu ternyata menjadi bomerang bagi kami dimana kami jauh dari kota, dan peternak lain yang dari desa plaosan, kecamatan pulung, Ponorogo menjadi enggan untuk datang kemari dikarenakan tempat yang jauh dan akses jalan yang kurang memadai.<sup>47</sup>

Selain itu menurut saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Memang dalam menentukan lokasi kita masih belum sempurna karena waktu penentuan lokasi dulu hanya melihat masyarakat

---

<sup>45</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>46</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>47</sup>Eko Praseyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

sekitar dan hanya melihat lokasi karyawan yang dekat dengan lokasi pabrik. Selain itu”.<sup>48</sup> Seperti yang dikatakan oleh saudara Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk tempat/lokasi saya rasa masih kurang strategis karena tempat dan akses jalannya yang sulit namun target pasar sendiri dibuat hanya untuk anggota asosiasi saja dan belum terpikirkan untuk memperluas pasar penjualan”.<sup>49</sup>

Selain itu menurut Bapak Amir selaku pembeli pakan kelinci dipabrik pakan Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk lokasi saya rasa masih kurang bagus karena yang tahu lokasinya hanya orang sekitaran sini saja, jika ada orang dari luar desa yang mencarinya bakal kesulitan karena tempat dan jalannya masih terjal jauh dari keramaian. Selain itu jauh dari jalan raya”.<sup>50</sup>

c) Tidak Melakukan Riset dan Analisis Pasar

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo: “Untuk analisis pasar kami sudah melakukannya namun tidak sesuai dengan apa yang kami bayangkan, karena setiap minggunya target pasar atau penjualan sering berubah-ubah padahal ketika kami menganalisis penjualan akan tetap stabil namun faktanya tidak

---

<sup>48</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>49</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>50</sup>Amir, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

seperti itu”.<sup>51</sup> Selain itu, menurut saudara Faisal sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Selain itu dalam menganalisis pasar memang kita belum melakukannya karena kami dalam menjual pakan kelinci ini hanya kepada peternak kelinci didalam Asosiasi Kijen Star Reog Ponorogo saja”.<sup>52</sup>

Selain itu, menurut Bapak Amir selaku pembeli pakan kelinci di pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa,

Setau kami pabrik tersebut dalam menganalisis pasar belum sempurna atau belum baik. Mereka hanya fokus kepada anggota asosiasi saja dalam penjualannya. Memang dari awal pembuatan pabrik pakan ini awalnya hanya untuk kebutuhan peternak atau kebutuhan anggota saja. Tetapi pada saat ini kebutuhan pakan kelinci semua anggota peternak tidak banyak oleh karena itu produksi yang dihasilkan usaha ini tidak banyak dan tidak bisa berkembang secara pesat hanya bisa bertahan saja.<sup>53</sup>

d) Tidak Kreatif Dan Inovatif

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk inovasi dan kreatifitas kami belum melakukannya karena ruang lingkup yang hanya berada di wilayah sini, dan pembeli mayoritas adalah anggota dari asosiasi sendiri

---

<sup>51</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>52</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>53</sup>Amir, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

oleh sebab itu saya rasa inovasi tidak perlu yang penting kualitas produk yang harus bagus”.<sup>54</sup>

Selain itu, menurut saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Menurut saya sebagai karyawan untuk inovasi pada produk ini tidak memiliki inovasi yang mencolok hanya sekedar mempunyai ciri bau yang sedap dikarenakan pada bahan pembuatan pakan ini dicampuri rempah-rempah yaitu jahe, kunyit, dan temulawak”.<sup>55</sup>

Selain itu, Menurut Bapak Priyo selaku pembeli pakan kelinci dipabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk inovasi pada produk ini tidak ada, bahkan kemasan dan logo merek saja terlihat biasa. Sedangkan kualitas pakan memang bagus tidak ada bahan pengawet atau kimia apapun. Sedangkan kekreatifisan pabrik ini terletak pada penjualan. Penjualan disini tidak hanya menguntungkan pihak pabrik saja akan tetapi semua pihak diuntungkan. Pabrik ini bekerjasama dengan penjual daging kelinci sehingga hasil dari budidaya kelinci ini tidak kesulitan dalam hal menjual hewan kelinci.”<sup>56</sup>

Selanjutnya hasil penelitian diatas yang dilakukan penulis melalui wawancara dengan pengelola dan karyawan pabrik pakan kelinci dapat disimpulkan bahwa didalam pabrik pakan kelinci tersebut

---

<sup>54</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>55</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>56</sup>Priyo, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

memang tidak melakukan atau membuat perencanaan secara tertulis, pemilihan lokasi yang tidak tepat, tidak melakukan riset dan analisis pasar, dan tidak kreatif dan inovatif. Didalam bisnis ini memang sedikit sudah melakukan strategi-strategi sesuai dalam teori akan tetapi pelaksanaannya tidak maksimal dan tidak sempurna. Terlihat dari hasil wawancara diatas pabrik ini tidak membuat perencanaan secara tertulis, tidak melakukan riset pasar secara menyeluruh hanya fokus dalam anggota asosiasi saja, tidak kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usaha atau produknya tersebut. Didalam faktor penjualan usaha ini belum sempurna karena mereka hanya menjual pakan kelinci kepada anggota asosiasi saja yang dikarenakan usaha ini belum mampu menyediakan atau melayani kebutuhan peternak kelinci secara luas atau umum. Hal tersebut terjadi karena mesin pembuatan pakan kelinci ini tidak memenuhi kapasitas dan permintaan.

### 3. Dampak Strategi Pengembangan Usaha Pada Pakan Kelinci Terhadap Pendapatan Pengusaha

Dari hasil wawancara dengan pihak pengelola untuk dampak strategi dalam mengembangkan usaha pada pakan kelinci terhadap pendapatan Bapak Eko Prasetyo mengatakan bahwa, “setelah kami menerapkan strategi melalui mengembangkan pasar melalui produknya, mengembangkan melalui penjualannya, mengembangkan melalui cara sinergisme, dan mengembangkan pasar melalui integrasi dampak dari strategi tersebut cukup baik mas, kami mulai menitipkan produk kita



kepada toko pakan hewan, toko umum, dan kami titipkan kepada peternak kelinci. Sehingga peternak dan masyarakat mengetahui keberadaan pakan kita atau produksi kita. Selain itu, kami juga membenahi tentang produksi kita, mulai dari kualitas, kemasan, dan komposisi bahan pembuatan pakan kelinci dengan baik.”<sup>57</sup>

Selanjutnya menurut saudara Agung selaku karyawan usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa, “setelah merubah strategi dan langkah dalam menjalankan usaha, menurut saya sebagai karyawan usaha ini sudah cukup meningkat dapat dilihat dari hasil produksi, penjualan, dan permintaan konsumen yang cukup banyak.”<sup>58</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneulis terhadap usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dapat disimpulkan bahwa dampak dari penerapan strategi pengembangan usaha sudah cukup baik dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha ini sudah ada perubahan mulai dari penjualan dan permintaan konsumen yang meningkat.

---

<sup>57</sup>Eko Prasetyo, Wawancara 12 Agustus 2022.

<sup>58</sup>Agung, Wawancara, 12 Agustus 2022.

## BAB IV

### PENERAPAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA

#### A. Analisis Identifikasi Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Hendro, dalam perjalanan sebuah bisnis, wirausahawan harus menyadari bahwa segala sesuatu tidak ada yang mudah, sesuai rencana, terus tumbuh, dan tidak berubah. Keadan terburuk yang bisa atau mungkin dihadapi oleh wirausahawan dalam mengembangkan usaha bisa terjadi kapan pun juga.<sup>1</sup>Kondisi yang perlu diperhatikan dan diantisipasi adalah penciutan usaha atau keluar dari bisnis yang terkadang tidak pernah masuk kedalam pikiran wirausahawan. Terjadinya kesenjangan antara pertumbuhan bisnis yang diharapkan dengan yang dialami akan sangat menentukan pemilihan strategi mana yang harus diambil agar bisnis bisa selamat atau keluar dari usaha tanpa masalah yang berarti.<sup>2</sup>

Strategi pengembangan usaha yang perlu dilakukan untuk mengembangkan usaha ialah mempertimbangkan faktor mengembangkan usaha dari sisi produknya, mengembangkan pasar dari sisi penjualannya, faktor mengembangkan pasar dengan integrasi atau penyatuan adalah kerjasama atau penyatuan dengan perusahaan lain, dan strategi mengembangkan pasar dengan sinergisme.<sup>3</sup>

##### 1. Mengembangkan Pasar Dari Sisi Produknya

Menurut Hendro, mengembangkan pasar dari sisi produknya adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah profitabilitas serta popularitas dan kualitas sudah diterima dipasar. Jenis-jenis dalam mengembangkan produk ialah memperbesar variasi produk, memulai katagori

---

<sup>1</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 512.

<sup>2</sup>Ibid., 513.

<sup>3</sup>Ibid., 515-518.

produk, berdasarkan lini produk, berdasarkan fungsinya, dan menentukan produk baru dengan pasar yang sama.<sup>4</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwa Bapak Eko Prasetyo mengatakan: Pakan kelinci kita masih menggunakan kemasan plastik polos yang di dalamnya dimasukkan kertas sebagai penanda kategori dan komposisi setiap pakan, yang terdiri dari kemasan 5 kg dan 10 kg. kami juga menyediakan dua jenis pakan kelinci yaitu jenis pakan KSR dan KSR PRO dan memiliki manfaat tertentu seperti misalnya KSR PRO berguna untuk hewan kelinci yang berusia 0-3,5 bulan yang digunakan untuk meningkatkan bobot dari kelinci. Kami menjual pakan kelinci dengan jangka waktu kadaluarsa yang cukup pendek yaitu sekitar 1 bulan saja dikarenakan semua produk menggunakan bahan alami tanpa mencampur banyak bahan kimia sebagai pengawet hal itu kami lakukan untuk menjaga kualitas dari pakan itu sendiri misalnya menggunakan bahan dari temulawak, kunyit dan jahe yang berguna untuk menjaga kesehatan kelinci dan menambah nafsu makannya. Namun kami tidak bisa menyediakan pakan dengan jumlah besar dikarenakan mesin yang masih kurang.<sup>5</sup>

Selain itu dari hasil penelitian dengan Bapak Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: Kami menjual produk masih menggunakan kemasan plastik biasa dan masa penggunaan pakan kelinci hanya maksimal tiga bulan pemakaian itu dikarenakan kami tidak menggunakan bahan pengawet apapun demi menjaga kualitas produk. Untuk kategori pakan kami memiliki dua jenis pakan dengan manfaat yang berbeda misalnya khusus untuk meningkatkan bobot kelinci maka bisa menggunakan

---

<sup>4</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 515-516.

<sup>5</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

produk KSR PRO.<sup>6</sup>Pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo sudah baik dalam sisi mengembangkan usaha sinergisme. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pabrik ini sudah bekerjasama dengan perusahaan lain antara lain distributor penyedia bahan baku pembuatan pakan kelinci, penjual daging kelinci, dan penjual kandang kelinci serta bekerjasama dengan pihak dokter hewan dalam menangani bagaimana cara memelihara hewan kelinci secara baik dan benar.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci dalam penerapan strategi pengembangan usaha disisi mengembangkan pasar melalui produknya belum baik atau belum sempurna. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha ini dari hasil produksinya dari jangka waktu keawetan pakan masih terbilang pendek karena hanya tiga bulan saja untuk penggunaannya. Selain itu dari sisi kemasan produk ini masih belum baik karena pakan ini dalam pengemasannya dari pelambangan atau pembuatan logo merek menggunakan kertas biasa sedangkan untuk keefesiensi lebih baik menggunakan sablon plastik untuk logo merek dengan hasil yang lebih baik dan dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Selain itu, semua pembeli lebih yakin dan percaya bahwa produk ini baik untuk digunakan untuk hewan kelinci.

## 2. Mengembangkan Pasar Dari Sisi Penjualannya

Menurut Hendro, banyak strategi mengembangkan pasar yang dilakukan mengembangkan sistem penjualannya, seperti mengembangkan sistem distribusi penjualan kedalam (internal), antara lain: Mengembangkan sendiri, seperti: membuka cabang baru dikota-kota besar, membuka outlet, agen, atau sejenisnya atas dana sendiri dan membuka jalur distribusi sendiri. Mengembangkan melalui kerja sama dengan pihak lain, seperti: melakukan kerja sama distribusi dengan

---

<sup>6</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

perusahaan lain, melakukan kerja sama produksi dengan pihak untuk memperbesar kapasitas produksi, mencari agen-agen penjualan dikota-kota besar untuk mengembangkan pasarnya, Joint venture atau kerja sama permodalan membuat distributor dalam meningkatkan penjualan. Mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis yang lain dalam satu industri.<sup>7</sup>

Dari hasil wawancara diatas Bapak Eko Prasetyo selaku pihak pengelola mengatakan: “Kami selaku produsen utama pembuatan pakan ini mendistribusikan produk ke konsumen yang sudah menjalin kerjasama dengan kami yakni dengan syarat kami membuat perjanjian dimana hasil panen dari kelinci mereka harus dijualkan kepada kami, dengan cara itulah kami membangun kerjasama dengan konsumen agar usaha ini tetap bertahan. Sedangkan untuk cabang kami belum punya dikarenakan dibutuhkan modal yang besar jika ingin membuat cabang, seperti menyiapkan SDM dan menyediakan mesin yang mumpuni”.<sup>8</sup> Selain itu menurut saudara Hendrik selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Kami sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menjual hasil produksi bekerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti penjual daging kelinci. Kami menyalurkan hasil ternak kepada penjual daging kelinci yang digunakan dalam pemenuhan kebutuhan kuliner, contohnya sate kelinci dan rica-rica kelinci yang berada di daerah wisata Karanganyar Jawa Tengah. Kami sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menjual hasil produksi bekerjasama dengan anggota asosiasi yang kami miliki yakni para pembudidaya kelinci, untuk cabang kami belum punya”.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 516.

<sup>8</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>9</sup>Hendrik, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

Berdasarkan teori dan data diatas yang dilakukan oleh peneliti maka dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam mengembangkan pasar dari sisi penjualannya belum baik. Karena pabrik ini dalam penjualannya masih terfokus dalam anggota asosisasi saja dengan beranggotakan 50 peternak saja dan pabrik ini belum mempunyai agen atau took sendiri dalam menjual pakan kelinci. Sedangkan menurut teori diatas bahwa mengembangkan pasar disisi penjualannya paling tidak mempunyai toko sendiri dalam memasarkan hasil produknya. Tetapi usaha pabrik pakan kelinci ini mempunyai strategi khusus dalam memasarkan produknya yaitu mereka bekerjasama dengan pihak penjual daging kelinci yang berguna untuk menunjang keuntungan bersama.

Selain itu dari sisi mengembangkan pasar dari sistem penjualan pabrik ini masih belum baik. Karena, pabrik atau usaha ini masih mengandalkan anggota asosiasi dalam penjualannya. Dapat diketahui bahwa peternak kelinci yang berada di kota Ponorogo khususnya banyak sekali peternak atau pembudidaya hewan kelinci, selain itu dengan cara kita memasarkan produk kita secara luas maka koneksi penjualan kita juga semakin jauh dan banyak. Pabrik tersebut hanya melayani kebutuhan anggota asosiasi saja karena adanya hambatan dalam produksi pakan dan mesin pakan kelinci sendiri belum mampu untuk memproduksi secara skala besar.

### 3. Mengembangkan Pasar Dengan Cara Integrasi

Menurut Hendro, ada dua jenis strategi yaitu strategi integrasi vertikal dan strategi integrasi horizontal. Integrasi vertikal ialah penyatuam integrasi vertikal dengan cara membeli perusahaan kedalam (pemasok, konsultan, produsen, dan lain-lain) atau membeli perusahaan keluar ke arah konsumen (distributor, agen, outlet, dan lain-lain). Contohnya adalah perusahaan mie yang membeli perusahaan

gandum, perusahaan hypermarker yang membeli perusahaan jaringan mini market, dan lain-lain. Selain itu ada strategi integrasi horizontal ialah penyatuan integrasi perusahaan-perusahaan yang produknya tidak sama tetapi menunjang kesuksesan bisnisnya. Contohnya adalah perusahaan sepatu membeli perusahaan alat-alat olahraga, dan lain-lain.<sup>10</sup>

Dari hasil wawancara peneliti dengan pihak pengelola pabrik pakan kelinci yaitu Bapak Eko Prasetyo mengatakan bahwa: “Kami dalam memproduksi pakan kelinci bekerjasama dengan pihak penyediaan bahan baku yang berada di daerah Siman Kabupaten Ponorogo. Disana kami membutuhkan bahan-bahan yang kita gunakan untuk membuat pakan kelinci tersebut yang berada dilokasi Siman Kabupaten Ponorogo dan harganya murah. Selain dari sana, kami juga bekerjasama dengan masyarakat sekitar dalam pengadahaan bahan baku seperti rumput atau hijauan yang digunakan bahan utama pembuatan pakan kelinci. Kami tidak hanya menjual pakan kelinci saja akan tetapi kami menjual kandang kelinci jenis galvanis dan bekerja sama dengan pabrik pembuatan kandang kelinci galvanis yang berada di daerah Kediri Jawa Timur”.<sup>11</sup> Selain itu, menurut saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Kami sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menjual hasil produksi bekerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti penjual daging kelinci. Kami menyalurkan hasil ternak kepada penjual daging kelinci yang digunakan dalam pemenuhan kebutuhan kuliner, contohnya sate kelinci dan rica-rica kelinci yang berada di daerah wisata Karanganyar Jawa Tengah. Kami sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menjual hasil produksi bekerjasama dengan anggota asosiasi yang kami

---

<sup>10</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 517-518.

<sup>11</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

miliki yakni para pembudidaya kelinci, untuk cabang kami belum punya.<sup>12</sup> Hal tersebut juga diungkapkan oleh pembeli pakan kelinci yaitu Bapak Amir mengatakan bahwa: “Setahu saya, pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo ini sudah bekerjasama dengan pihak penyedia bahan baku yang digunakan untuk pembuatan pakan kelinci. Selain itu juga mereka memanfaatkan masyarakat sekitar untuk mencari rumput dan hijauan untuk bahan dasar pembuatan pakan kelinci. Selain itu juga mereka juga bekerjasama dengan doctor hewan lalu menawarkan kepada kami konsultasi gratis dalam pemeliharaan hewan kelinci secara baik dan benar. Mulai dari pemberian pakan dan cara untuk mengawinkan kelinci betina dan kelinci jantan secara baik dan benar.”<sup>13</sup>

Berdasarkan hasil pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh peneliti dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam strategi integrasi atau penyatuan sudah dilakukan dengan baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pabrik ini sudah bekerjasama dengan pihak lain yang berguna untuk menunjang kesuksesan. Usaha tersebut sudah bekerjasama dengan penyedia bahan baku yang berguna untuk memenuhi kebutuhan pembuatan pakan kelinci yaitu pellet. Selain itu pabrik ini sudah bekerjasama dengan pabrik pembuatan kandang kelinci jenis galvanis yang berada di Kota Kediri Jawa Timur.

Pabrik tersebut sudah melakukan kerjasama dengan pihak penyedia bahan baku seperti bekatul, pollard, bima, dan lain-lain. Hal ini dikarenakan pabrik tersebut tidak bisa menyediakan atau membuat sendiri oleh karena itu mereka bekerjasama dengan pihak penyedia bahan baku. Selain itu, pabrik ini bekerjasama dengan masyarakat sekitar dengan penyediaan bahan baku berupa rumput atau

---

<sup>12</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>13</sup>Amir, *Wawancara*, 16 Mei 2022.



hijauan. Hal ini terjadi karena rumput dan hijauan disekitar lokasi pabrik sangat banyak. Lalu, mereka memanfaatkan hal tersebut dengan cara bekerjasama dengan masyarakat yang mempunyai atau yang bersedia mengumpulkan rumput atau menjual rumput ke pihak pabrik pakan kelinci. Selain itu, untuk menunjang kesuksesan bersama pabrik ini bekerjasama dengan pabrik pembuatan kandang kelinci galvanis. Hal ini terjadi karena pengelola pabrik pakan kelinci melihat peternak kelinci ini membutuhkan kandang kelinci galvanis atau membutuhkan kandang kelinci versi modern. Oleh karena itu, mereka bekerjasama dengan tujuan menunjang kesuksesan bersama-sama.

#### 4. Mengembangkan Pasar Dengan Cara Sinergisme

Menurut Hendro, melakukan pengembangan pasar dengan cara mengadakan perjanjian kerja sama antara dua perusahaan yang berbeda pasar dengan tujuan *swap market* atau tukar pasar dan memperkuat satu sama lainnya karena keduanya mempunyai keistimewaan. Perusahaan yang satu ingin memasarkan produknya kepasar dan perusahaan yang lainnya ingin menambah calon pelanggan. Contohnya adalah bank dan asuransi, rumah sakit dengan asuransi, dealer mobil dengan asuransi, dan lain-lain.<sup>14</sup>

Dari hasil wawancara melalui pihak pengelola Bapak Eko Prasetyo mengatakan bahwa: “Kami belum mampu bekerjasama dengan kelompok peternak kelinci, karena pabrik kita belum maksimal dalam melayani pembeli dalam hal kapasitas atau kebutuhan. Kami hanya bekerjasama dengan sesama peternak kelinci yang berada didalam anggota Asosiasi Kijen Star Reog Ponorogo saja. Tetapi dalam menjual dan memasarkan hasil budidaya kelinci peternak sudah menjalin kontrak atau kerjasama dengan pihak yang membutuhkan daging kelinci

---

<sup>14</sup> Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 518.

atau daging kelinci. Selain itu kami juga bekerjasama dengan pihak dokter hewan yang berguna untuk memberikan informasi tentang pemeliharaan hewan kelinci secara baik dan benar.<sup>15</sup> Hal yang sama diungkapkan juga oleh pihak karyawan yaitu saudara Hendrik mengatakan bahwa: “Kami sebagai karyawan dalam menjual pakan kelinci masih bekerjasama dengan anggota asosiasi, kami belum menyediakan atau melayani kebutuhan peternak kelinci secara luas dikarenakan produksi kita masih sedikit, ada tujuan mengarah kesana tetapi dalam kondisi seperti ini belum mampu menyediakan. Sedangkan untuk mengembangkan pasar dalam sisi sinergisme perlu dibutuhkan kesediaan bahan baku dan kemampuan mesin dalam mengerjakan kebutuhan peternak atau memproduksi pakan kelinci dengan skala besar. Tetapi dalam mengembangkan usaha dengan cara sinergisme kami juga bekerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti penjual daging kelinci yang berada didaerah Karanganyar Jawa Tengah.<sup>16</sup>

Dari hasil wawancara diatas yang dilakukan penulis, bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo sudah baik dalam sisi mengembangkan usaha sinergisme. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pabrik ini sudah bekerjasama dengan perusahaan lain antara lain distributor penyedia bahan baku pembuatan pakan kelinci, penjual daging kelinci, dan penjual kandang kelinci serta bekerjasama dengan pihak dokter hewan dalam menangani bagaimana cara memelihara hewan kelinci secara baik dan benar.

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh peneliti maka dapat dianalisis bahwa mengembangkan usaha dengan cara sinergisme atau bekerjasama dengan pihak-pihak tertentu sudah dilakukan dengan baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha ini tidak hanya bergerak dibidang

---

<sup>15</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>16</sup>Hendrik, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

pakan kelinci saja akan tetapi usaha ini bergerak dibidang penjualan daging kelinci yang dihasilkan oleh peternak kelinci yang membeli pakan kelinci dari pabrik Kijen Star Reog Ponorogo. Hal ini terjadi karena pihak pengelola pabrik melihat peternak kelinci kesulitan dalam hal menjual hasil budidayanya. Maka dari itu pihak pengelola pabrik pakan kelinci menawarkan penjualan daging kelinci dengan syarat mereka peternak ini membeli hasil produksi pabrik pakan kelinci. Dari sisi pembuatan pakan kelinci, pabrik ini bekerjasama dengan pihak penyedia bahan baku guna memenuhi kebutuhan pembuatan pakan kelinci. Selain itu, pabrik tersebut bekerjasama dengan pihak pembuatan kandang kelinci galvanis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan peternak kelinci yang merasa membutuhkan. Hal tersebut dilakukan untuk menunjang kesuksesan bersama antara peternak kelinci, pihak pembuatan kandang kelinci, penjual daging kelinci, dan pihak pabrik sendiri.

#### **B. Analisis Identifikasi Faktor Penghambat dan Pendukung**

Faktor keberhasilan seorang wirausahaan bukan hanya dilihat dari seberapa keras ia bekerja, tetapi seberapa cerdas seorang pengusaha melakukan strategi dan mewujudkannya. Berwirausaha bukan hanya membutuhkan tekad, nekad, dan skill saja, karena faktanya meskipun memiliki modal seseorang tanpa memikirkan apa yang terjadi dimasa depan usaha itu akan cepat gulung tikar atau tidak bisa berkembang. Faktor pendukung dalam mengembangkan usaha ialah faktor peluang, faktor SDM, faktor organisasi, faktor perencanaan, faktor pengelolaan usaha, dan faktor penjualan atau pemasaran. Selain itu ada faktor penghambat dalam mengembangkan usaha, yaitu tidak membuat perencanaan secara tertulis, penentuan lokasi yang tidak tepat, tidak melakukan riset dan analisis pasar, dan tidak kreatif inovatif.

## 1. Faktor Pendukung Pengembangan Usaha

Menurut Hendro, dalam mengembangkan usaha pasti ada faktor pendukung dalam mengembangkan usaha. Faktor keberhasilan wirausaha bukan hanya dilihat dari seberapa dia bekerja keras akan tetapi dilihat dari seberapa cerdas dia melakukan dan merencanakan strateginya serta mewujudkannya. Ada beberapa faktor pendukung dalam mengembangkan usaha yaitu faktor peluang, faktor SDM, faktor organisasi, faktor perencanaan, faktor pengelolaan usaha, faktor pemasaran dan penjualan.

### a) Faktor Peluang

Menurut Hendro, faktor peluang Banyak peluang emas tetapi belum tentu tepat untuk Anda karena peluang emas yang tepat itu mengandung keselarasan, keserasian, dan keharmonisan antara siapa aku, bisnis apa yang dimasuki, pasarnya bagaimana, kondisi, situasi, dan perilaku pasarnya sehingga Anda bisa menemukan peluang emas yang tepat buat Anda.

Peluang emas seringkali hanya berjangka waktu pendek atau hanya sekedar momentum saja. Hal ini yang membuat bisnis sering berusia seumur jagung karena peluang emas itu bersifat momentum saja. Peluang yang tepat yang bisa membuat anda berhasil adalah peluang yang berskala industri dan bisa tumbuh besar.<sup>17</sup>

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku karyawan pengelola pabrik pakan kelinci mengatakan bahwa: “Dalam peluang usaha pakan kelinci kami ini berjalan sudah 4 tahun lamanya, sedangkan setiap tahunnya pabrik pakan kelinci ini tidak berkembang. Pada 1 tahun terakhir usaha ini menurun yang dikarenakan mesin operasional tidak memadai dan

---

<sup>17</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 47-48.

sering terjadi kerusakan. Terjadinya kerusakan pada mesin tersebut mengakibatkan produksi yang kita hasilkan juga menurun”.<sup>18</sup> Selain itu, saudara Faisal mengatakan bahwa: “Pabrik pakan kelinci ini sebenarnya memiliki peluang yang sangat besar, melihat dari potensi peternak yang cukup banyak diseluruh kota Ponorogo dan kompetitor yang tidak banyak maka mempunyai masa depan yang baik. Untuk setiap tahun perkembangan usaha ini tidak berkembang dengan pesat, adanya pembeli pakan kelinci yang menunggak untuk pembayaran dan menghambat operasional pabrik ini maka dari itu usaha ini sulit untuk berkembang pesat.”<sup>19</sup>

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh peneliti maka dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam faktor peluang belum baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha ini dalam setiap tahunnya tidak bisa berkembang. Karena ada faktor berupa masalah pembayaran pembeli pakan kelinci terhadap pabrik pakan kelinci. Hal ini disebabkan karena pembeli pakan kelinci menunggu waktu panen kelincinya, sedangkan waktu panen kelinci sendiri memerlukan 3 bulan sampai 4 bulan baru bisa dijual. Tetapi dalam penjualannya peternak sendiri sekarang sudah tidak bingung karena pihak pengelola pabrik juga membantu memasarkan hasil ternaknya. Seharusnya pihak pengelola pabrik pakan kelinci ini dalam memilih mesin pakan kelinci ini dengan merek yang bagus seperti merek mesin yang bernama *richi*. Selain itu, dalam penjualan harus ditegasi bahwa pembayaran harus lunas diawal sehingga operasional pabrik ini berjalan dengan lancar.

#### b) Faktor SDM

---

<sup>18</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>19</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

Menurut Hendro, ada beberapa faktor yang digunakan untuk mengembangkan usahamelalui SDM, salah satunya adalah merencanakan dengan matang itu membutuhkan SDM yang berkualitas. Hal ini berarti faktor pertama yang penting adalah SDM atau manusia yang merencanakan, yaitu *strategic planner*, melakukan pelaksanaan yang sesuai dan tepat dengan perencanaan serta kreatif dalam mengatasi masalah dan itu membutuhkan SDM yang handal sebagai manajer yang hebat, mengawasi suatu pekerjaan sesuai dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan *controller* yang hebat mencakup *quality control*, *financial control* serta *supervisor*, mengembangkan serta usaha itu membutuhkan orang yang hebat dalam memasarkan dan menjual, faktor kepemimpinan usaha *leadership* juga merupakan salah satu faktor penting yaitu gaya kepemimpinan. Tidak ada leader, maka tidak ada pengikut, begitu pula sebaliknya.<sup>20</sup>

Dari hasil wawancara melalui pihak pengelola pabrik pakan kelinci yaitu Bapak Eko Prasetyo mengatakan bahwa: “Didalam sumber daya manusia kita mempunyai karyawan sebanyak 5 orang 3 orang sebagai tenaga produksi dan 2 orang sebagai tenaga pengiriman dan menyediakan bahan pokok. Mereka mempunyai keahlian didalam bidangnya sendiri”.<sup>21</sup> Selain itu diungkapkan juga oleh saudara Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Dari faktor sumber daya manusia atau karyawan semua teman-teman saya dalam mengerjakan pekerjaannya sudah cukup baik. Semua pekerjaan dikerjakan sesuai dengan tugas masing-masing. Mulai dari pembelian bahan baku atau belanja bahan, membuat pakan kelinci atau memproduksi pakan kelinci, pengemasan pakan

---

<sup>20</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 48.

<sup>21</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

kelinci, dan sampai pengiriman usaha kami sudah mempunyai tenaga ahli dalam bidangnya.<sup>22</sup>

Selain itu, menurut Bapak Priyo selaku pembeli pakan kelinci mengatakan bahwa: “Dari faktor sumber daya manusia yang kami lihat sebenarnya usaha ini memiliki tenaga pekerja yang kompeten, dilihat dari hasil produksi atau pakan yang dihasilkan begitu baik secara langsung hewan kelinci kita bertumbuh subur dan kesehatan hewan kelinci kita juga baik. Selain itu usaha ini memiliki tenaga khusus dalam hal pembuatan resep pakan kelinci”.<sup>23</sup>

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh peneliti maka dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo sudah mempunyai tenaga atau sumber daya manusia secara baik. Dari hasil wawancara diatas bahwa pabrik ini sudah memiliki tenaga atau karyawan yang berkompeten dalam bidangnya yaitu produksi. Selain itu, pabrik pakan kelinci sendiri memiliki tenaga ahli atau khusus dalam menangani pembuatan resep atau komposisi dalam pembuatan pakan kelinci ini.

#### c) Faktor Organisasi

Menurut Hendro, ibarat sebuah pohon yang memiliki batang yang kokoh dan kuat, organisasi usaha itu harus terstruktur dengan baik. Organisasi usaha juga tidak statis tetapi dinamis, kreatif, dan berwawasan ke depan. Organisasi sangat penting buat karyawan dan Anda. Yang perlu diperhatikan dan dilaksanakan oleh karyawan faktor organisasi adalah jenis pekerjaan yang

---

<sup>22</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>23</sup>Priyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

harus dilakukan, batasan uraian tugas, wewenang, hak, dan tanggung, dan hubungan pekerjaan dengan teman-temannya.<sup>24</sup>

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Didalam faktor organisasi saya sebagai pihak pengelola pabrik pakan kelinci ini mempunyai hak yaitu mengatur segala kegiatan didalam usaha ini, mulai dari mengatur pekerjaan, menjalin hubungan yang baik antara karyawan dengan saya, menjalin komunikasi sesama karyawan supaya harmonis dan baik serta saya mengatur aturan yang saya tetapkan kepada usaha ini supaya berjalan dengan lancar.<sup>25</sup> Hal itu juga disebutkan oleh pembeli pakan kelinci dengan saudara Amir, mengatakan bahwa: “Dari faktor organisasi perusahaan ini menurut saya sudah cukup baik karena semua karyawan dan pengelola saling kontribusi dalam hal penjualannya, dilihat dari cara bagaimana mereka mengirim dan melayani pembeli dengan baik”.<sup>26</sup>

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh peneliti maka dapat dianalisis pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam faktor organisasi sudah baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pihak pengelola sendiri sudah mengatur bagaimana jalannya karyawan bekerja sesuai dengan porsinya masing-masing, mulai dari jam kerja, aturan dalam bekerja, dan aturan dalam memproduksi pakan kelinci supaya baik dan benar.

#### d) Faktor Perencanaan

Menurut Hendro, dalam mengembangkan sebuah usaha harus memahami bahwa bekerja tanpa rencana berarti berjalan tanpa tujuan yang

<sup>24</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 49.

<sup>25</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>26</sup>Amir, *Wawancara*, 15 Mei 2022.



jelas. Jadi sudah pasti rencana adalah faktor penting dalam sebuah usaha. Contohnya ialah perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang, dan strategi jangka pendek, perencanaan operasional dan program-program pemasaran, perencanaan produk, perencanaan informasi teknologi, perencanaan pendistribusian produk, perencanaan jumlah produk yang akan dijual.<sup>27</sup>

Perencanaan memang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha, hal ini juga disampaikan oleh Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci: “Faktor perencanaan yang kami buat yaitu bagaimana usaha kita ini berjalan dengan lancar, hanya itu saja rencana yang kami buat dengan karyawan kami. Kami hanya berjalan sebagaimana mestinya, kalau pun ada permintaan dari luar kami baru melakukan atau baru melayani permintaan tersebut. Jadi, kami bergulir apa adanya”.<sup>28</sup> Selanjutnya menurut saudara Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan: “Dari faktor perencanaan usaha ini menurut kami sudah cukup baik dalam hal memproduksi pakan kelinci mulai dari merencanakan jenis produk dengan hasil usaha ini membuat dua jenis pakan kelinci yaitu pakan *breeding* dan penggemukan”.<sup>29</sup> Dari hasil penelitian bahwa usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo disisi faktor perencanaan belum baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha ini dalam melakukan atau mengerjakan produksi pakan kelinci hanya berjalan mengikuti alur dan permintaan dari pembeli saja tidak ada target dalam penjualan, tidak mempunyai langkah bagaimana kedepan agar lebih baik.

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh peneliti maka dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog

---

<sup>27</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 49.

<sup>28</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>29</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

Ponorogo belum sempurna dalam faktor perencanaan. Dapat dilihat dari hasil penelitian diatas bahwa pengelola tidak memikirkan perencanaan kedepan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Selain itu proses produksi usaha ini hanya mengikuti alur yang ada, produksi pakan kelinci hanya menyediakan ketika pembeli ini meminta atau membutuhkan lalu pabrik tersebut baru memproduksi pakan kelinci atau membuatnya.

e) Faktor Pengelolaan Usaha

Menurut Hendro, faktor pengelolaan usaha adalah *soft plan success factors* atau faktor-faktor keberhasilan usaha, tetapi kita juga membutuhkan *action your plan as well as*. Itulah pengelolaan usaha yang mencakup menyusun organisasi, mengelola SDM, mengelola asset, membuat jadwal usaha dan kegiatan, menetapkan jumlah tenaga kerja, mengatur distribusi barang, mengendalikan persediaan barang, mengendalikan mutu produk.<sup>30</sup>

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Dari faktor pengelolaan usaha kami sudah terstruktur dengan baik mulai dari menyusun organisasi, mengatur SDM yang kompeten, membuat jadwal kerja mulai jam 10 pagi hingga jam 4 sore, selain itu kami sudah menetapkan karyawan dengan jumlah 5 orang dengan tugas masing-masing”.<sup>31</sup> Selain itu, dari hasil wawancara dengan Bapak Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Menurut kami sebagai karyawan, dalam menjalankan usaha ini pihak pengelola sudah mengelola pabrik ini secara baik. Mulai dari membuat mutu produk atau kualitas produk, mulai waktu kerja kita, dan harga produk yang kita hasilkan dengan

<sup>30</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 49.

<sup>31</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

mempertimbangan semua aspek mulai dari kualitas produk, operasional kita dan pengeluaran kita terhadap pembuatan pakan kelinci ini”.<sup>32</sup>

Dari hasil wawancara diatas bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo disisi faktor pengelolaan usaha sudah cukup baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pihak pengelola sudah membuat dan merencanakan dalam menjalankan usahanya mulai dari kualitas produk, keefesiensi harga dan jam kerja dalam membuat pakan kelinci tersebut.

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh penulis melalui peniltian maka dapat dianalisis baha pabrik pakan kelinci ini dari faktor prngrlolaan usaha sudah dilakukan dengan baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pengelola pabrik pakan kelinci ini sudah membuat rencana bagaimana jalannya memproduksi pakan kelinci dengan baik. Mulai dari produk, harga, dan kinerja karyawan. hal tersebut dilakukan dengan melihat pasar pabrik pakan kelinci dari kebutuhan peternak yaitu semua anggota asosiasi dan mereka melihat dari kompetitor lain. Seperti harga pakan ini lebih murah dibandingkan pakan lainnya, kualitas pakan ini lebih baik dari pada pakan lain, dan kinerja karyawan yang kompeten dalam bidangnya.

f) Faktor Penjualan Atau Pemasaran

Menurut Hendro, dalam konteks ini penjualan dan pemasaran adalah lokomotif bagi gerbong-gerbong lainnya seperti keuangan, personalia, produksi, distribusi, logistik, pembelian, dan lain-lain. Jadi, faktor pemasaran dan penjualan memainkan peranan penting bagi kelancaran usaha. Banyak usaha yang gagal karena hanya mementingkan gerbong-gebongnya saja dan

---

<sup>32</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

lupa bahwa lokomotifnya belum berjalan dengan baik. Ingat! Ilmu penjualan adalah *the embryo of entrepreneurial skill* (cikal bakal kemampuan kewirausahaan).<sup>33</sup>

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik mengatakan bahwa: “Selain itu faktor pemasaran kita mengandalkan anggota asosiasi yang anggotanya 50 orang atau 50 peternak kelinci. Untuk kebutuhan pakan kelinci dari anggota asosiasi tersebut kami sepenuhnya belum mampu melayani dikarenakan faktor pendistribusian dan produksi kami belum cukup”.<sup>34</sup> Hal ini juga diungkapkan oleh saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci mengatakan bahwa: “Sementara ini penjualan kami hanya mengandalkan anggota asosiasi saja belum menyebarluas kepada peternak kelinci yang ada di masyarakat luas. Adanya masalah terhadap produksi dan menyebabkan penjualan pakan kelinci kami menurun”.<sup>35</sup> Selain itu menurut saudara Agung selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Sementara itu dalam penjualan pakan menurut saya sudah cukup. Karena melihat hasil produksi kita hanya segitu saja cukup melayani peternak kelinci yang didalam Asosiasi Kijen Star Reog Ponorogo”.<sup>36</sup>

Dari hasil wawancara diatas bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo di faktor penjualan belum baik. Hal ini dikarenakan penjualan pakan ini hanya terfokus kepada anggota asosiasi saja dan permintaannya yang tidak banyak. Selain itu, faktor mesin atau teknologi usaha ini sering

---

<sup>33</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 50.

<sup>34</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>35</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>36</sup>Agung, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

mengalami kerusakan sehingga terjadi hambatan dalam pembuatan pakan kelinci.

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh peneliti maka dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam faktor penjualan atau pemasaran masih belum sempurna. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pabrik ini hanya terfokus kepada pembeli dari lingkup anggota asosiasi saja, sedangkan kebutuhan peternak asosiasi sendiri tidak banyak. Faktor lainnya ialah masalah pendistribusian kepada peternak kelinci yang cukup jauh mengakibatkan distribusi pakan kelinci tidak merata. Selain faktor distribusi, pabrik ini mengalami masalah yaitu mesin cetak pakan yang mudah mengalami kerusakan yang mengakibatkan produksi ini tidak maksimal dan tidak bisa melayani semua kebutuhan peternak kelinci. Seharusnya dalam mengembangkan usaha pabrik ini dalam sisi penjualannya harus memasarkan lebih luas kepada seluruh peternak kelinci dengan cara menjual atau menitipkan kepada toko-toko pakan hewan atau *petshops* supaya penyebaran pakan kelinci lebih luas.

## 2. Faktor Penghambat Pengembangan Usaha

Kegagalan usaha sering diartikan sebagai kesulitan uang atau modal saja, namun sebenarnya lebih dari sekedar aspek keuangan atau modal saja. Kegagalan sebenarnya adalah berhenti mencoba mengatasi masalah yang terjadi. Yang perlu diketahui dan ditelaah adalah semua berawal dari kelemahan dalam berwirausaha. Faktor yang mempengaruhi kegagalan usaha adalah tidak membuat perencanaan usaha secara tertulis, pemilihan lokasi yang tidak tepat dalam

membangun usaha, tidak melakukan riset dan analisis pasar, dan tidak kreatif dan inovatif dalam membuat usaha.<sup>37</sup>

a) Tidak Membuat Perencanaan Secara Tertulis

Banyak usaha yang tiba tiba tutup karena tidak mempunyai rencana yang jelas. Ia membiarkan usahanya berjalan sesuai keadaan sehingga seperti layaknya kapal yang berlayar tanpa arah sehingga terombang-ambing di tengah lautan. Keuntungan rencana usaha adalah sebuah rencana usaha akan membuat energi kita terpusat pada satu tekad untuk mewujudkannya dengan segala upaya, bisa mengukur kinerja usaha kita, menjadi pedoman dalam langkah-langkah usaha, dengan rencana usaha, kita bisa mencari rekan bisnis dan investor karena punya perencanaan ke depan.<sup>38</sup>

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk perencanaan kami tidak menuliskannya karena kami berjalan begitu saja sesuai dengan pesanan yang ada dan kebutuhan yang ada pada saat itu, jika 10 orang membutuhkan pakan maka kami langsung membuatnya dan selesai dalam 3 hari”.<sup>39</sup> Selain itu, diungkapkan juga oleh saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Pabrik pakan kelinci ini dalam merencanakan usaha atau menjalankan usaha memang tidak membuatnya. Kami dalam memproduksi pakan kelinci hanya mengandalkan permintaan dari pembeli saja dan berjalan dengan apa adanya tidak ada target dalam satu bulan atau jangka waktu tertentu”.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 51-53.

<sup>38</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 51.

<sup>39</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>40</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh penulis maka dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo memang belum melakukan atau membuat perencanaan secara tertulis. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pihak pengelola belum membuat rencana secara tertulis, mereka hanya mengerjakan atau membuat pakan kelinci ketika ada pesanan saja. Mereka tidak memproduksi secara banyak dan menampung hasil produksinya. Misalkan ada permintaan dari pembeli pakan kelinci mereka langsung membuat atau memproduksi secara mendadak setelah selesai mereka langsung mengirim sesuai permintaan. Pembeli pakan kelinci sendiri rata-rata hanya membutuhkan 1 kwintal dalam waktu 1 minggu. Jadi, pabrik ini dalam satu bulan jumlah produksi tidak menentu. Seharusnya dalam perencanaan dalam usaha ini harus mempunyai target kedepan jangka pendek maupun jangka panjang. Seperti bagaimana kita menjual produk kita dengan harapan lebih baik.

b) Lokasi Yang Tidak Tepat Untuk Bisnis

Menurut Hendro, lokasi adalah salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan dan kegagalan sebuah usaha. Pemilihan lokasi yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Pilih lokasi dengan tingkat lalu lintas tinggi. Semakin ramai lalu lintasnya, maka potensi berkembangnya semakin tinggi.
- 2) Pilih lokasi di tempat kerumunan (crowded place) karena peluang tumbuh akan muncul di saat keramaian itu ada (mall, pasar, dan lain-lain).
- 3) Pilih lokasi yang parkirannya luas.
- 4) Pilih lokasi yang daerahnya terkenal.
- 5) Pilih lokasi yang punya tren ramai dan bagus.

6) Pilih lokasi mudah dilihat dan diakses orang.<sup>41</sup>

Dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Praseyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk lokasi kami sudah mempertimbangkan sejak awal dimana kami hanya melihat dimana banyak orang yang memelihara kelinci saja namun karena hanya fokus pada itu ternyata menjadi bomerang bagi kami dimana kami jauh dari kota, dan peternak lain yang dari desa plaosan, kecamatan pulung, Ponorogo menjadi enggan untuk datang kemari dikarenakan tempat yang jauh dan akses jalan yang kurang memadai.<sup>42</sup>Selain itu, menurut saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Memang dalam menentukan lokasi kita masih belum sempurna karena waktu penentuan lokasi dulu hanya melihat masyarakat sekitar dan hanya melihat lokasi karyawan yang dekat dengan lokasi pabrik”.<sup>43</sup>

Seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Amir selaku pembeli pakan kelinci dipabrik pakan Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk lokasi saya rasa masih kurang bagus karena yang tahu lokasinya hanya orang sekitaran sini saja, jika ada orang dari luar desa yang mencarinya bakal kesulitan karena tempat dan jalannya masih terjal jauh dari keramaian. Selain itu jauh dari jalan raya”.<sup>44</sup>

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh penulis dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam menentukan lokasi belum tepat atau belum baik. Dapat

---

<sup>41</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 52.

<sup>42</sup>Eko Praseyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>43</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>44</sup>Amir, *Wawancara*, 16 Mei 2022.



dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa lokasi pabrik ini jauh dari keramaian, jauh dari jalan raya, dan lokasi tersebut sulit untuk diakses oleh kendaraan motor dan kendaraan roda empat. Selain itu, usaha ini memilih tempat ini karena letaknya dekat dengan karyawan dan ada juga masyarakat yang memelihara hewan kelinci. Oleh karena itu, pihak pengelola memilih tempat ini. Seiring berjalannya waktu ternyata hal tersebut menjadi boomerang bagi pihak pengelola karena usahanya tidak bisa berkembang dengan pesat disebabkan oleh lokasinya tidak diketahui oleh banyak orang. Seharusnya dalam menentukan lokasi harus melihat potensi yang ada dan meskipun lokasi jauh dari keramaian penduduk seharusnya penawaran atau promosi harus disebarluaskan lebih luas supaya masyarakat atau peternak kelinci mengerti dengan keberadaan pabrik pakan kelinci.

c) Tidak Melakukan Riset Dan Analisis Pasar

Menurut Hendro, bisnis yang tidak melakukan riset berarti bisnis yang asal-asalan atau cenderung nekat sehingga mudah sekali jatuh karena tidak ada *link* atau relasi dengan pasarnya. Bisnis macam ini akan sulit berkembang.<sup>45</sup> Seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Eko Prasetyo bahwa: “Untuk analisis pasar kami sudah melakukannya namun tidak sesuai dengan apa yang kami bayangkan, karena setiap minggunya target pasar atau penjualan sering berubah-ubah padahal ketika kami menganalisis penjualan akan tetap stabil namun faktanya tidak seperti itu”.<sup>46</sup> Selain itu, menurut saudara Faisal sebagai karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Selain itu dalam menganalisis pasar memang kita belum melakukannya

---

<sup>45</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 54

<sup>46</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

karena kami dalam menjual pakan kelinci ini hanya kepada peternak kelinci didalam Asosiasi Kijen Star Reog Ponorogo saja”.<sup>47</sup>

Selain itu, menurut Bapak Amir selaku pembeli pakan kelinci di pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Setau kami pabrik tersebut dalam menganalisis pasar belum sempurna atau belum baik. Mereka hanya fokus kepada anggota asosiasi saja dalam penjualannya. Memang dari awal pembuatan pabrik pakan ini awalnya hanya untuk kebutuhan peternak atau kebutuhan anggota saja. Tetapi pada saat ini kebutuhan pakan kelinci semua anggota peternak tidak banyak oleh karena itu produksi yang dihasilkan usaha ini tidak banyak dan tidak bisa berkembang secara pesat hanya bisa bertahan saja.”<sup>48</sup>

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang dilakukan oleh penulis maka dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam faktor analisis dan riset pasar belum baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa pihak pengelola pabrik sendiri tidak melakukan riset pasar karena pasarnya memang hanya itu-itu saja hanya fokus terhadap pembeli dari anggota asosiasi Kijen Star Reog Ponorogo saja. Selain itu pada saat ini hasil penjualan pakan kelinci ini tidak banyak yang diakibatkan oleh adanya mesin pembuatan pakan kelinci yang sering rusak dan kebutuhan peternak semakin hari semakin menurut mengakibatkan perkembangan usaha ini menurun dan tidak dapat berkembang. Seharusnya dalam menjalankan usaha harus meriset pasar dan analisis pasar terlebih dahulu supaya tau bagaimana usaha itu kedepan. Baik buruknya usaha itu ditentukan kalau sudah

---

<sup>47</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>48</sup>Amir, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

menganalisa pasar dan kelancaran dalam menjalankan usaha dapat dilihat dari meriset pasar.

d) Tidak kreatif dan inovatif

Menurut Hendro, *innovative or die* akan ditawarkan oleh pasar kepada usaha Anda. Kesulitan, hambatan, cobaan, tantangan dan kegagalan akan menjadi makanan sehari-hari. Jadi, bila ingin tetap bertahan, maka:

- 1) Harus kreatif, guna mengatasi masalah yang ada menjadi sebuah manfaat.
- 2) Harus inovatif, agar usaha kita memiliki ciri khas, keunikan, nilai tambah, perbedaan (*differentiation*) yang jelas dari pesaing dan juga akan membuat bisnis Anda mudah diingat oleh pelanggan.

Oleh karena itu, kreativitas dan sikap inovatif adalah cara jitu untuk keluar dari tekanan persaingan. Tanpa kreativitas dan inovasi, bisnis Anda mudah jatuh dan cenderung untuk bertarung harga sehingga menyebabkan tingkat keuntungan akan semakin kecil.<sup>49</sup> Oleh karena itu, menurut Bapak Eko Prasetyo selaku pengelola pabrik pakan kelinci mengatakan bahwa: “Untuk inovasi dan kreatifitas kami belum melakukannya karena ruang lingkup yang hanya berada di wilayah sini, dan pembeli mayoritas adalah anggota dari asosiasi sendiri oleh sebab itu saya rasa inovasi tidak perlu yang penting kualitas produk yang harus bagus”.<sup>50</sup> Selain itu, menurut saudara Faisal selaku karyawan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Menurut saya sebagai karyawan untuk inovasi pada produk ini tidak memiliki inovasi yang mencolok hanya sekedar mempunyai ciri bau yang sedap

---

<sup>49</sup>Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019), 54

<sup>50</sup>Eko Prasetyo, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

dikarenakan pada bahan pembuatan pakan ini dicampuri rempah-rempah yaitu jahe, kunyit, dan temulawak”.<sup>51</sup>

Selain itu, Menurut Bapak Priyo selaku pembeli pakan kelinci dipabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk inovasi pada produk ini tidak ada, bahkan kemasan dan logo merek saja terlihat biasa. Sedangkan kualitas pakan memang bagus tidak ada bahan pengawet atau kimia apapun. Sedangkan keunikan pabrik ini terletak pada penjualan. Penjualan disini tidak hanya menguntungkan pihak pabrik saja akan tetapi semua pihak diuntungkan. Pabrik ini bekerjasama dengan penjual daging kelinci sehingga hasil dari budidaya kelinci ini tidak kesulitan dalam hal menjual hewan kelinci.”<sup>52</sup>

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang ditulis oleh peneliti maka dapat dianalisis bahwa pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo dalam faktor kreatif dan inovatif belum sempurna. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa usaha ini belum memiliki sikap kreatif, nyatanya proses pengemasan dari produknya hanya sebatas menggunakan kemasan plastik dan logo merek menggunakan kertas biasa. Sedangkan competitor lain sudah menggunakan plastik yang tebal dan logo merek sudah menggunakan sablon plastik pastinya lebih efisien, menarik, dan awet tidak mudah rusak. Selain itu produk ini dari inovasinya hanya sebatas mengunggulkan dari kualitas produk meliputi mempunyai ciri khas sendiri, tidak menggunakan bahan pengawet apapun sehingga tidak akan terjadi masalah pencernaan terhadap hewan kelinci, dan pakan tersebut menggunakan bahan dasar hijauan dan rumput kering tentunya mempunyai manfaat kesuburan terhadap hewan

---

<sup>51</sup>Faisal, *Wawancara*, 15 Mei 2022.

<sup>52</sup>Priyo, *Wawancara*, 16 Mei 2022.

kelinci. Seharusnya dalam menjalankan usaha sikap kreatif untuk menunjang kelancaran usaha tersebut. Antara lain membuat pakan kelinci dengan kualitas yang baik supaya pertumbuhan pakan kelinci ini tidak memakan waktu lama untuk masa panen dengan menambah komposisi bahan yang baik seperti manambah *pollard* dan ditambahi dengan bekatul. Selain itu harus mempunyai sikap inovasi seperti membuat keunikan sendiri dengan membuat kemasan yang menarik seperti corak warna dan menambahkan komposisi secara lengkap dan ukuran supaya pembeli pakan merasa percaya bahwa pakan ini baik untuk perkembangan hewan kelinci.

### C. Analisis Dampak Strategi Pengembangan Usaha Pakan Kelinci Terhadap Pendapatan Pengusaha

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, 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.<sup>53</sup> Menurut Mulyadi Nitisusantoro, 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.<sup>54</sup> Dari hasil wawancara diatas bahwa Dari hasil wawancara dengan pihak pengelola, “setelah kami menerapkan strategi melalui mengembangkan pasar melalui produknya, mengembangkan melalui penjualannya, mengembangkan melalui cara sinergisme, dan mengembangkan pasar melalui integrasi dampak dari strategi tersebut cukup baik

<sup>53</sup>Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi* (Jakarta: RinekaCipta,2011), 66.

<sup>54</sup>Mulyadi Nitisusantoro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2010), 271

mas, kami mulai menitipkan produk kita kepada toko pakan hewan, toko umum, dan kami titipkan kepada peternak kelinci. Sehingga peternak dan masyarakat mengetahui keberadaan pakan kita atau produksi kita. Selain itu, kami juga membenahi tentang produksi kita, mulai dari kualitas, kemasan, dan komposisi bahan pembuatan pakan kelinci dengan baik.”<sup>55</sup>

Selanjutnya menurut saudara Agung selaku karyawan usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo mengatakan bahwa, “setelah merubah strategi dan langkah dalam menjalankan usaha, menurut saya sebagai karyawan usaha ini sudah cukup meningkat dapat dilihat dari hasil produksi, penjualan, dan permintaan konsumen yang cukup banyak.”<sup>56</sup>

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas yang ditulis oleh peneliti maka dapat dianalisis bahwa usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo untuk dampak strategi pengembangan usaha sudah baik. Dampak dari penerapan strategi tersebut mengimbas dari hasil penjualannya dan permintaan konsumen yang meningkat dan mereka sudah memperbaiki produksinya mulai dari produk, kualitas, dan brand produk.

---

<sup>55</sup>Eko Prasetyo, Wawancara 12 Agustus 2022.

<sup>56</sup>Agung, Wawancara, 12 Agustus 2022.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha dalam usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pengembangan usaha pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo yang sudah diterapkan dengan baik adalah strategi integrasi atau penyatuan dan strategi sinergisme. Usaha tersebut sudah bekerjasama dengan pihak pihak terkait dengan tujuan menunjang kesuksesan bersama. Selain itu strategi mengembangkan pasar darisisi produknya dan mengembangkan pasar dari sisi penjualannya belum sempurna dan baik.
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo diantaranya:

- a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dalam mengembangkan usaha ialah mempunyai sumber daya manusia yang bagus, melakukan perencanaan yang baik, faktor organisasi yang baik, faktor pengelolaan usaha yang baik, dan penjualan hasil produksi yang sempurna.

- b. Faktor penghambat

Faktor penghambat dalam mengembangkan usaha ialah tidak membuat perencanaan secara tertulis, penentuan lokasi yang tidak



tepat, tidak melakukan riset dan analisa pasar, dan tidak mempunyai sikap kreatif dan tidak memiliki inovasi terhadap produknya.

## B. Saran

Dari hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa ekonomi syariah kedepannya. Terlebih bagi usaha pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo diharapkan adanya penelitian ini dapat menjadi tolak ukur untuk mengembangkan usaha pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo. Strategi pengembangan usaha menjadi poin penting dalam mengembangkan usaha. Berikut langkah yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan usaha:

1. Dalam strategi pengembangan usaha diharapkan pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo untuk masalah produk harus lebih diperhatikan dalam sisi pengemasan. Pengemasan dalam pakan ini masih kurang sempurna, harus dibuat sebagus mungkin dengan membuat logo merek menggunakan sablon plastik tidak lagi menggunakan kertas. Dalam masalah penjualannya pabrik pakan kelinci ini harus lebih menyebarluaskan informasi dan membuat strategi khusus dalam menjual pakan kelinci, misalkan bekerjasama dengan toko-toko pakan hewan atau *petshop* yang ada di daerah Ponorogo khususnya.
2. Untuk mengembangkan usaha dari sisi penghambat dan pendukung yang menjadi poin penting adalah penghambat dalam mengembangkan usaha tersebut. Dari sisi penghambat usaha ini harus memiliki admin

dibidang keuangan berguna untuk mengatur keuangan pabrik tersebut dan supaya bisa berkembang dengan pesat. Selain itu penentuan lokasi yang tidak tepat harus diimbangi dengan mengenalkan kembali kepada masyarakat luas berguna untuk mengembangkan usaha lebih sempurna. Misalnya mengenalkan lewat media online supaya masyarakat yang memelihara kelinci dan peternak kelinci tahu keberadaan usaha tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, *Wawancara*, 2 Mei 2022.
- Damanuri. Aji, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN PO PRESS, 2010)
- Amir, *Wawancara*, 3 Mei 2022.
- Boyd, Walker dan Larreche, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Edisi Keduas Jilid Satu (Jakarta: Erlangga, 2000).
- Widiasri. Dian, “*Strategi pengembangan usaha home industry rumah lidi desa Karang Tengah Cilongok Banyumas*”, skripsi (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Lampung), 2020.
- Prasetyo. Eko, *Observasi*, 15 Mei 2022.
- Faisal, *Wawancara*, 2 Mei 2022.
- George A. Steiner, Jhon B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 1997).
- Hamid. Susilo, Jurnal, “*judul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta, 2011.*”
- Malinda. Helen. “*Analisis strategi pengembangan bisnis ukm guna meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif ekonomi islam pada usaha bakso ikan Cahya bahari Desa Linggar jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung selatan*”, Skripsi (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung”, 2017.
- Hendrik, *Wawancara*, 2 Mei 2022.
- Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2019).
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Gunawan. Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016).
- Fauzi. Iqbal, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)*, (Skripsi FEBI IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2018),
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012).
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan ke-11*, (Bandung: REMAJA ROSDAKARYA, 2000).
- M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009).
- Chamim Thohari. Mahfudillah, “*strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah istimewa Yogyakarta*”, skripsi (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2021).

- Nitisusantro. Mulyadi, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Sridewi. Novia, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*, skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram), 2020
- Anoraga. Panji, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).
- Priyo, *Wawancara*, 3 Mei 2022.
- Setyosari. Punaji, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan* (Jakarta: Kencana, 2012).
- Sukiman, *Pengembangan Media Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pedagogia, 2012).

