

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
TERNAK BURUNG PUYUH PADA PETERNAKAN DAFFA
PUYUH JAYA DI NUSAMANGIR KEMRANJEN BANYUMAS
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

**NIDA ULFIA
NIM. 1717201113**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nida Ulfia
NIM : 1717201113
Jenjang : S. I
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Ternak Burung Puyuh pada Peternakan Daffa Puyuh Jaya di Desa Nusamangir Kemranjen Banyumas.

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Purwokerto, 29 Juni 2022

Yang menyatakan



Nida Ulfia
1717201113



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK BURUNG PUYUH PADA
PETERNAKANDA FFA PUYUH JAYA DI NUSAMANGIR KEMRANJEN
BANYUMAS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Yang disusun oleh Saudara **Nida Ulfia NIM 1717201113** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **14 Juli 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
NIP. 19670815 199203 1003

Sekretaris Sidang/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Pembimbing/Penguji

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

Purwokerto, 25 Juli 2022

Mengetahui/Mengesahkan

Decan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Nida Ulfia NIM 1717201113 yang berjudul:

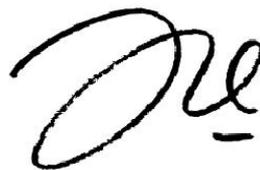
**Strategi Pengembangan Usaha Ternak Burung Puyuh pada Peternakan
Daffa Puyuh Jaya di Desa Nusamangir Kemranjen Banyumas Perspektif
Ekonomi Islam**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 04 Juli 2022

Pembimbing,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

MOTTO

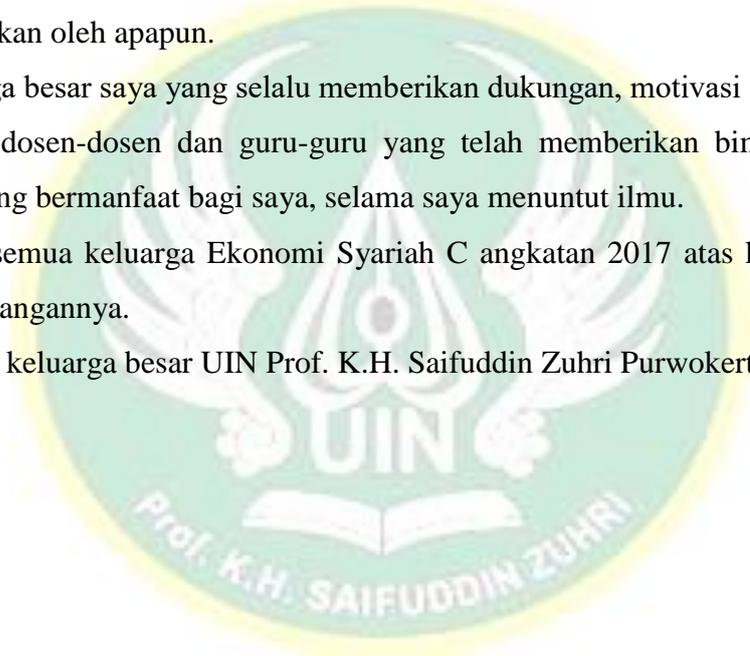
“Whatever you are, be a good one”



PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah, kesempatan, untuk belajar dan senantiasa meridhoi dalam segala hal urusan.
2. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Lasimin dan Ibu Siti Fatimah yang selalu membimbing dalam hal kebaikan. Terimakasih telah merawat dengan penuh kasih sayang dari kecil sampai dewasa, yang tidak pernah berhenti mendo'akan yang terbaik. Pengorbanan dan ketulusan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun.
3. Keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta do'a.
4. Semua dosen-dosen dan guru-guru yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang bermanfaat bagi saya, selama saya menuntut ilmu.
5. Untuk semua keluarga Ekonomi Syariah C angkatan 2017 atas kebersamaan dan kenangannya.
6. Seluruh keluarga besar UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BURUNG PUYUH PADA
PETERNAKAN DAFFA PUYUH JAYA DI NUSAMANGIR
KEMRANJEN BANYUMAS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Oleh: Nida Ulfia

NIM: 1717201113

Email: nidaulfia999@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Daffa Puyuh Jaya merupakan usaha peternakan yang berdiri pada tahun 2013. Usaha Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas tidak pernah lepas dari masalah, baik masalah internal maupun eksternal. Permasalahan yang dihadapi yaitu tidak bisa memenuhi permintaan konsumen dengan jumlah yang banyak, karena masih memiliki beberapa kendala yang dihadapi. Kendala tersebut kurangnya permodalan, kurangnya sumber daya manusia serta teknologi dan pemasaran yang masih sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha pada Daffa Puyuh Jaya untuk mengembangkan Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas Perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mendatangi langsung usaha Daffa Puyuh Jaya untuk mencatat informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Kemudian wawancara dilakukan dengan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya dan salahsatu pemilik usaha puyuh yang sudah bangkrut. Selanjutnya untuk dokumentasi, peneliti mengumpulkan foto-foto tempat, produk, kegiatan, struktur organisasi pada usaha Daffa Puyuh Jaya. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan serta menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya yang dapat digunakan yakni tetap menjalin hubungan baik dengan pelanggan, tetap menjual barang dagangan yang berkualitas, harga terjangkau, perbaikan manajemen untuk mengatasi SDM, inisiatif melakukan pinjaman, memperbarui alat-alat, meningkatkan kegiatan promosi, mempertahankan kualitas produk, bekerja sama dengan pemerintah. Dalam perspektif ekonomi Islam proses pemilihan strategi pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya pada dasarnya tidak menyalahi kaidah-kaidah agama Islam, yaitu tidak menjual produk yang diharamkan serta transparan dalam penetapan harga dan juga tidak melakukan tindakan-tindakan yang menyimpang dari ajaran Islam lainnya.

Kata Kunci: Daffa Puyuh Jaya, Strategi Pengembangan Usaha, Analisis SWOT

**DEVELOPMENT STRATEGY OF QUAIL FARMING OF THE FARM
DAFFA PUYUH JAYA IN NUSAMANGIR KEMRANJEN BANYUMAS
ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE**

Oleh: Nida Ulfia

NIM: 1717201113

Email: nidaulfia999@gmail.com

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Daffa Puyuh Jaya is a livestock business that was established in 2013. There are still problem either internal and external faced Daffa Puyuh Jaya business in Nusamangir. The problem faced is that it can't meet consumer demand in large quantities, because it still has several obstacles to face. These obstacles are lack of capital, lack of human resources, as well as technology and marketing that is still simple. This research aims to determine the business development strategy of Daffa Puyuh Jaya to develop Daffa Puyuh Jaya in Nusamangir Kemranjen Banyumas Islamic Economic perspective.

This research is a field research, using a qualitative approach. Collecting data in this study through observation, interviews, and documentation. Observations were made by directly visiting Daffa Puyuh Jaya business to record the information needed in the study. Then interviews were conducted with owner Daffa Puyuh Jaya business and one of the bankrupt quail business owners. Furthermore for documentation, researchers collected photos of place, product, activity, organizational structure in the Daffa Puyuh Jaya business. The data analysis technique uses data reduction, data display, and conclusion drawing and using SWOT analysis.

The results of the research indicate that the development strategy of Daffa Puyuh Jaya business, namely maintain good relations with customers, maintain sell quality merchandise, affordable prices, improve management to address human resources, take loan initiatives, update tools, increase promotional activities, increase human resource potential, maintain product quality, cooperate with government. In an Islamic economic perspective the process of selecting a Daffa Puyuh Jaya business development strategy basically doesn't violate the rules of the Islamic religion, namely not selling products that are forbidden and transparent in setting prices and also not taking actions that deviate from other Islamic teachings.

Keywords: Daffa Puyuh Jaya, Business Development Strategy, SWOT Analysis

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	<u>H</u>	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	<u>Sad</u>	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	<u>D'ad</u>	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	<u>Ta</u>	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)

ظ	Za	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al* ” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta'* marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakat al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>ḡahiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ā
	تنسي	Ditulis	<i>tansāy</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>fuṛuḡ</i>

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum

2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yaitu Agama Islam yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di yaumul qiyamah nanti.

Bersama dengan selesainya skripsi ini, peneliti ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, M.M., Wakil Rektor III Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan dari Bapak.
8. Segenap dosen dan Staff Administrasi UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

10. Bapak Arifin selaku pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya yang telah bersedia berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini.
11. Ibu Siti Fatimah selaku Istri dari pemilik usaha Daffa Puyuh jaya yang telah membantu dalam hal informasi maupun kesediaan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Ibu Marwiyah selaku salah satu pemilik usaha ternak burung puyuh yang telah bangkrut yang telah memberi beberapa informasi dalam penyusunan skripsi ini.
13. Orang tua penulis, Bapak Lasimin dan Ibu Siti Fatimah yang selalu memberikan motivasi, kasih sayang, perhatian, nasehat dan juga do'a yang senantiasa mengiringi penulis dalam menyelesaikan studi. Jasanya tidak dapat dibalas dengan apapun, semoga Bapak dan Ibu selalu sehat dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
14. Terimakasih untuk sahabat tercinta dan tersayang saya yaitu Annisa Ikfi Hayati, Nikmatul Rohmah, Syahfah Aisyah, Dinda Safrima Sekar Kinanthi, Ajeng Dwi Rahayu, Yuli Susanti, Saroh Istiqomah yang selalu mendukung dan mensupport penulis agar skripsi ini cepat terselesaikan.
15. Teman-teman Ekonomi Syariah C angkatan 2017 yang telah memberikan kenangan dan cerita. Semoga kalian dipermudah dalam segala hal.

Purwokerto, 17 Juni 2022

Yang menyatakan



Nida Ulfia
1717201113

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	6
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Strategi Pengembangan Usaha	11
B. Analisis SWOT	19
C. Strategi Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam.....	23
D. Kajian Pustaka	26
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. Sumber Data	32
D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Teknik Analisis Data.....	35

F. Uji Keabsahan Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum Daffa Puyuh Jaya Desa Nusamangir	39
B. Strategi Pengembangan Ternak Burung Puyuh pada Peternakan Daffa Puyuh Jaya Nusamangir Kemranjen Banyumas	43
C. Analisis SWOT	51
D. Analisis Perspektif Ekonomi Islam	56
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omset Pada Penjualan Telur Puyuh Tahun 2019.....	3
Tabel 1.2 Omset Pada Penjualan Telur Puyuh Tahun 2020.....	3
Tabel 1.3 Omset Pada Penjualan Telur Puyuh Tahun 2021.....	4
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 1.5 Diagram Matriks SWOT.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Analisis SWOT	21
Gambar 1.2	Rumah Burung Puyuh	40
Gambar 1.3	Kandang Burung Puyuh	41
Gambar 1.4	Struktur Usaha Daffa Puyuh Jaya	43
Gambar 1.5	Tempat Minum Burung Puyuh.....	46
Gambar 1.6	Tempat Burung Puyuh dan Tempat Makan Burung Puyuh	46
Gambar 1.7	Tempat Telur Burung Puyuh.....	47



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor peternakan yaitu sektor yang menyediakan bahan pangan hewani untuk kalangan masyarakat. Kebutuhan protein hewani akan mengalami suatu peningkatan seiring dengan meningkatnya penduduk. Untuk pemenuhan kebutuhan pangan hewani bagi masyarakat salahsatunya ialah dari sektor peternakan yaitu peternakan unggas, salahsatunya adalah peternakan burung puyuh.

Burung puyuh merupakan salahsatu peternakan yang pada saat ini mulai dikembangkan, dan yang dternakkan yaitu burungpuyuh petelur karena telurnya digemari pada kalangan masyarakat. Telur burung puyuh mempunyai rasa yang enak serta nutrisi cukup tinggi, jadi telur burung puyuh digemari masyarakat untuk berbagai kalangan usia. Di Desa Nusamangir terdapat 6 tempat usaha ternak burung puyuh akan tetapi yang masih berdiri hingga saat ini adalah peternakan Daffa Puyuh Jaya dan lima lainnya mengalami kerugian sehingga menyebabkan tutupnya tempat usaha, seperti yang telah dikatakan oleh salahsatu pemilik usaha ternak burung puyuh yang sudah tutup (bangkrut) yaitu Ibu Marwiyah:

“Waktu itu ya di Nusamangir ada 6 tempat usaha puyuh tapi 5 usaha sudah tutup karena bangkrut yang saat ini masih berdiri cuma Daffa Puyuh Jaya” (Wawancara: Marwiyah tanggal 30 September 2021).

Daffa Puyuh Jaya merupakan usaha yang terletak di Desa Nusamangir RT 02/RW 04 Kecamatan Kemranjen Kabupaten Banyumas. Usaha tersebut berdiri sudah 7 tahun lamanya sejak tahun 2013 dan sampai sekarang. Letak usaha ini bisa dibilang kurang strategis karena berada di pelosok dan sering mengalami banjir ketika musim hujan akan tetapi sudah banyak yang mengetahui keberadaannya, seperti yang telah dikatakan oleh salahsatu pemilik usaha ternak burung puyuh yang sudah tutup yaitu Ibu Marwiyah:

“Letak Daffa Puyuh Jaya kan pelosok tapi sudah banyak orang yang tau keberadaan usahanya” (Wawancara: Marwiyah tanggal 30 September 2021).

Di dalam kandang burung puyuh, setiap setahun mengalami pergantian burung puyuh. Daffa puyuh jaya memelihara burung puyuh dari puyuh bayi hingga bertelur. Burung puyuh mulai bertelur pada saat burung puyuh berumur 50 hari. Semakin tua umur burung puyuh semakin pula berkurang jumlah telurnya. Dari tahun ke tahun, usaha Daffa Puyuh Jaya tidak hanya memiliki pelanggan tetap tetapi banyak konsumen luar yang ingin membeli telur burung puyuh yang ada di Daffa Puyuh Jaya. Seperti yang telah disampaikan oleh Arifin selaku pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya:

“Alhamdulillahnya ya mba jumlah konsumen usaha saya dari tahun ke tahun itu naik mba, yang tadinya hanya pelanggan tetap, makin sini makin banyak konsumen luar yang berdatangan membeli malah mengalami kekurangan stok” (Wawancara: Arifin tanggal 16 Juli 2022).

Terbatasnya ketersediaan telur burung puyuh dimana hanya terdapat 1.800-3.000 ekor burung puyuh sehingga tidak bisa memenuhi permintaan konsumen dengan jumlah yang banyak. dengan banyaknya permintaan konsumen yang setiap harinya selalu menghabiskan jumlah telur puyuh yang ada dan mengalami kekurangan telur, hal ini jika dilihat dari sisi penjualannya dapat menjadikan peluang (memiliki potensi yang besar) untuk meningkatkan omset bagi usaha Daffa Puyuh Jaya jika mengembangkannya. Menurut Mahmud Mach Foedz, Perkembangan usaha merupakan perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok manusia, yang terorganisasi untuk memperoleh laba dengan melakukan produksi serta jual barang maupun jasa untuk pemenuhan kebutuhan para konsumen (Afridhal, 2017: 224).

Adanya pengembangan usaha, pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya ingin memajukan usahanya dengan meningkatkan jumlah omset pada penjualan telur puyuh. Setiap tahunnya dari tahun 2019 sampai 2021 jumlah burung yang dipelihara Daffa Puyuh Jaya berkurang oleh karena itu omset setiap bulannya dari

tahun ke tahun berkurang. Berikut ini adalah data omset penjualan di tahun 2019-2021.

Tabel 1.1
Omset pada penjualan telur puyuh tahun 2019
(3000 ekor burung)

No	Bulan	Omset Penjualan
1.	Maret	8.400.000
2.	April	8.400.000
3.	Mei	8.400.000
4.	Juni	7.600.000
5.	Juli	7.600.000
6.	Agustus	6.900.000
7.	September	6.900.000
8.	Oktober	6.200.000
9.	November	6.200.000
10.	Desember	5.500.000

Tabel 1.2
Omset pada penjualan telur puyuh tahun 2020
(2000 ekor burung)

No	Bulan	Omset Penjualan
1.	Maret	6.600.000
2.	April	6.600.000
3.	Mei	6.500.000
4.	Juni	5.800.000
5.	Juli	5.800.000
6.	Agustus	5.000.000
7.	September	5.000.000
8.	Oktober	4.300.000
9.	November	4.200.000
10.	Desember	3.500.000

Tabel 1.3
Omset pada penjualan telur puyuh tahun 2021
(1800 ekor burung)

No	Bulan	Omset Penjualan
1.	Maret	6.200.000
2.	April	6.200.000
3.	Mei	6.200.000
4.	Juni	5.600.000
5.	Juli	5.600.000
6.	Agustus	4.600.000
7.	September	4.600.000
8.	Oktober	3.800.000
9.	November	3.800.000
10.	Desember	3.100.000

Sumber: Wawancara dengan Pak Arifin, pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya, 27 Januari 2022.

Dalam pengembangan usaha ternak burung puyuh ini terdapat beberapa aspek yang saling mempengaruhi di antaranya yaitu modal usaha, SDM (Sumber Daya Manusia), teknologi, dan pemasaran.

1. Modal usaha yaitu hak/bagian yang dimiliki pemilik perusahaan yang ditunjukkan dengan pos modal (modal saham), surplus dan laba ditahan. Atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang-hutangnya. Aspek yang dilihat yaitu: perkembangan modal, perkembangan asset usaha. dapat dilihat dari jumlah modal yang bertambah ataupun tidak, dan juga jumlah keuntungan. Akan terlihat perkembangan usaha tersebut berkembang ataupun tidak.
2. Sumber Daya Manusia berperan sebagai salah satu unsur pada penunjang organisasi, dapat diartikan sebagai manusia yang bekerja di lingkungan suatu organisasi (disebut personil, tenaga kerja, pekerja ataupun karyawan). Aspek yang dilihat yaitu: Jumlah tenaga kerja.

3. Teknologi yaitu cara ataupun metode serta proses ataupun produk yang dihasilkan dari penerapan dan pemanfaatan berbagai disiplin ilmu pengetahuan yang menghasilkan nilai bagi pemenuhan kebutuhan, kelangsungan, dan peningkatan mutu kehidupan manusia. Aspek yang dilihat yaitu: Peningkatan alat yang digunakan, cara penyajian (*packaging*).
4. Pemasaran, adalah kerja dengan pasar untuk memperoleh pertukaran. Tujuan adanya pemasaran yaitu untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan manusia. Aspek-aspek yang dilihat yakni: Volume penjualan serta cakupan pasar (Arlawan & Suryoko, 2015).

Berdasarkan data awal penelitian pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya tersebut mengalami berbagai aspek kendala, seperti: modal usaha, SDM, teknologi, dan pemasaran. Untuk modal usaha yang terbatas karena hanya mengandalkan keuangan pribadi tanpa bantuan modal dari pihak manapun. SDM yang terbatas membuat pemilik usaha tersebut kewalahan saat melayani permintaan telur dengan jumlah besar. Ditambah lagi, teknologi yang dipakai pemilik usaha belum menggunakan teknologi modern. Dan untuk pemasarannya masih menggunakan pemasaran sederhana. Seperti yang telah dikatakan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya yaitu Bapak Arifin:

“Selama ini pas njalankan usaha ya terdapat beberapa kendala seperti modal minim karena hanya menggunakan keuangan pribadi, SDM terbatas, menggunakan teknologi sederhana terus pemasaran juga masih menggunakan pemasaran yang sederhana” (Wawancara: Arifin tanggal 14 September 2021).

Pengembangan usaha yang baik itu dimulai dari diri sendiri walaupun banyak kendala dalam dunia bisnis. Dan faktor modal bukanlah hal terpenting dalam mengembangkan usaha akan tetapi strategi bagaimana kita sebagai pengusaha dapat mengembangkan usaha dengan baik, sehingga usaha yang dijalankan dapat bertahan lama. Menurut David, strategi yaitu sebuah arti dimana objektif jangka Panjang nantinya akan dicapai (Pujiharto, 2020: 194). Strategi pengembangan usaha yaitu suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta

kualitas dan kuantitas produksi daripada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga serta badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan demikian, pengembangan usaha yang baik tidak lepas dari masukan ataupun informasi-informasi yang bersifat membangun untuk pengusaha. Dalam agama Islam, bukan merupakan suatu larangan apabila umatnya mempunyai suatu rencana atau keinginan supaya berhasil dalam menjalankan usahanya, namun harus sesuai dengan syariat dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S An-Najm ayat 24-25:

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمْتَلِكُ ۚ ٢٤ فَلَئِنَّ الْآخِرَةَ وَالْأُولَىٰ ٢٥

Artinya:

“Atau apakah manusia akan mendapatkan segala yang di cita-citakannya? (Tidak!) Maka milik Allah lah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia” (Q.S An-Najm: 24-25) (Hidayati, 2018: 5-6).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mencoba menggunakan teknik analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan yang cocok untuk pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks tersebut dapat menggambarkan bagaimana peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) internal serta eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dimilikinya. Oleh karena itu, peneliti/penulis tertarik untuk lebih lanjut melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Ternak Burung Puyuh Pada Peternakan Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas Perspektif Ekonomi Islam”.

B. Definisi Operasional

1. Strategi

Menurut David, strategi yaitu sebuah arti, dimana objektif jangka panjang yang nantinya akan dicapai. Strategi adalah potensi sebuah aksi yang memerlukan

keputusan manajer puncak serta membutuhkan sumber daya besar. Selain itu, strategi juga dapat mempengaruhi sebuah kesuksesan pada organisasi, dan biasanya bertahan hanya sampai 5 tahun serta perusahaan berorientasi pada depan. Menurut Dewanti, strategi merupakan pola pada tindakan yang utama, yang dipilih untuk menciptakan visi pada organisasi melalui misi-misinya (Pujiharto, 2020: 194).

2. Pengembangan Usaha

Pengertian pengembangan usaha yaitu aktivitas yang menyediakan barang dan juga jasa yang dibutuhkan konsumen yang mempunyai badan usaha ataupun perorangan, yang tidak mempunyai badan usaha ataupun badan hukum, seperti contoh pedagang kaki lima yang tidak mempunyai surat izin untuk tempat usahanya. Usaha yaitu kegiatan yang mempunyai potensi kedudukan, serta peran penting pada pembangunan berkelanjutan (Ekapriyatna, 2016).

Berikut definisi-definisi pengembangan usaha menurut para ahli sebagai berikut:

a. Mahmud Mach Foedz

Perkembangan usaha merupakan perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok manusia, yang terorganisasi untuk memperoleh laba dengan melakukan produksi serta jual barang maupun jasa untuk pemenuhan kebutuhan para konsumen.

b. Brown & Petrello

Pengembangan usaha merupakan lembaga yang menghasilkan suatu barang dan juga jasa yang masyarakat butuhkan. Jika meningkatnya kebutuhan pada masyarakat, maka akan membuat lembaga bisnis tersebut meningkat pula perkembangannya untuk pemenuhan kebutuhan konsumen, dan mendapatkan laba.

Strategi pengembangan yaitu tindakan menuntut suatu keputusan manajemen dalam pengembangan usaha dan untuk merealisasikannya. Selain itu, strategi pengembanganpun mempengaruhi berjalannya suatu organisasi pada jangka panjang. Sifat yang dimiliki strategi pengembangan yaitu berorientasi ke masa depan. Fungsi strategi pengembangan yakni: perumusan dalam

mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan juga faktor-faktor internal yang dihadapi perusahaan.

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan. strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional.

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternative untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. (Afridhal, 2017: 224).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pengembangan usaha pada peternakan Daffa Puyuh Jaya untuk mengembangkan usaha Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas Perspektif Ekonomi Islam?”

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui apa strategi pengembangan usaha yang digunakan pada peternakan Daffa Puyuh Jaya untuk mengembangkan Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas menurut Perspektif Ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan bisa digunakan untuk bahan masukan perusahaan dalam menentukan strategi apa yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha di masa mendatang.

2. Bagi peneliti akan bermanfaat sebagai pengalaman dan juga menambah wawasan tentang strategi pengembangan usaha ternak burung puyuh perspektif ekonomi Islam.
- b. Kegunaan Teoritis
1. Menambah pengetahuan bagi mahasiswa khususnya program studi Ekonomi Syariah mengenai strategi pengembangan peternakan Daffa Puyuh Jaya di Desa Nusamangir, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas perspektif ekonomi Islam.
 2. Bagi pihak lain yang membutuhkan dapat dibutuhkan untuk informasi serta untuk bahan kajian dalam pembuatan karya ilmiah.

E. Sistematika Pembahasan

Bagian isi dari skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana pada setiap bab membahas masalahnya masing-masing. Berikut penyusun akan paparkan gambaran pada setiap bab:

Pada bab satu berisikan pendahuluan. Berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Pada bab dua berisikan landasan teori serta kajian pustaka. Pembahasan mengenai hal-hal berkaitan pada penelitian. Dalam hal ini, yang dibahas yakni tentang strategi pengembangan usaha ternak Daffa Puyuh Jaya di Desa Nusamangir Kemranjen Banyumas perspektif ekonomi Islam, analisis SWOT dan penelitian terdahulu.

Pada bab yang ketiga berisikan metode penelitian. Membahas jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data untuk penyusunan pada penelitian ini.

Pada bab empat berisi hasil pengamatan dan pembahasan di lapangan mengenai strategi pengembangan usaha ternak Daffa Puyuh Jaya di Desa Nusamangir Kemranjen Banyumas perspektif ekonomi Islam.

Pada bab lima berisikan penutup yang didalamnya membahas kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan rumusan masalah serta berisi saran-

saran yang dimaksudkan untuk rekomendasi dalam pengambilan keputusan bagi pemilik usaha.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

a. Strategi

Kata strategi berasal dari kata Strategos dalam Bahasa Yunani merupakan gabungan dari Stratos atau tantara dan ego atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai strategi yang dituju. Jadi, pada dasarnya yaitu strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai (Sesra, 2019: 58).

Menurut David, strategi yaitu sebuah arti, dimana objektif jangka panjang yang nantinya akan dicapai. Strategi adalah potensi sebuah aksi yang memerlukan keputusan manajer puncak serta membutuhkan sumber daya besar. Selain itu, strategi juga dapat mempengaruhi sebuah kesuksesan pada organisasi, dan biasanya bertahan hanya sampai 5 tahun serta perusahaan berorientasi pada depan (Pujiharto, 2020: 194). Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka Panjang, program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumberdaya. Sedangkan menurut Porter, strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

Dari pendapat para ahli maka strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Rencana ini meliputi: tujuan, kebijakan, serta tindakan yang harus

dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif (Sesra, 2019: 59-60).

b. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan (Safitri & Maryanti, 2019: 112).

Perkembangan usaha merupakan perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok manusia, yang terorganisasi untuk memperoleh laba dengan melakukan produksi serta jual barang maupun jasa untuk pemenuhan kebutuhan para konsumen. Pengembangan usaha merupakan lembaga yang menghasilkan suatu barang dan juga jasa yang masyarakat butuhkan. Jika meningkatnya kebutuhan pada masyarakat, maka akan membuat lembaga bisnis tersebut meningkat pula perkembangannya untuk pemenuhan kebutuhan konsumen, dan mendapatkan laba (Afridhal, 2017: 224).

Strategi pengembangan yaitu tindakan menuntut suatu keputusan manajemen dalam pengembangan usaha dan untuk merealisasikannya. Selain itu, strategi pengembanganpun mempengaruhi berjalannya suatu organisasi pada jangka panjang. Sifat yang dimiliki strategi pengembangan yaitu berorientasi ke masa depan. Fungsi strategi pengembangan yakni: perumusan dalam mempertimbangkan factor-factor eksternal dan juga factor-factor internal yang dihadapi perusahaan.

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan. strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional. Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan juga memilih strategi tertentu untuk digunakan. (Afridhal, 2017: 224).

Strategi pengembangan usaha yaitu suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi daripada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga serta badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Safitri & Maryanti, 2019: 112).

2. Tipe-Tipe Strategi

Menurut Freddy Rangkuti (1997:7), ada 3 tipe strategi. 3 tipe tersebut yaitu:

- a. Strategi manajemen, adalah orientasi pengembangan strategi makro, misalnya pengembangan produk, harga, akuisi, pengembangan pasar, dan lain sebagainya.
- b. Strategi investasi, ialah berorientasi pada investasi.
- c. Strategi bisnis, yaitu misalnya strategi pemasaran, produksi, distribusi, keuangan, dan sebagainya (Wiryoputro, 2008: 39).

3. Tahapan Strategi

Menurut Fred R. David proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahapan, yaitu:

a. Perumusan strategi

Dalam perumusan strategi meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi serta misi perusahaan, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan serta kelemahan internal perusahaan, menentukan tujuan jangka Panjang perusahaan, membuat sejumlah strategi alternative untuk perusahaan, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan.

b. Pelaksanaan strategi

Dalam tahap pelaksanaan strategi, mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategi dapat dijalankan. Pelaksanaan strategi mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha pemasaran, persiapan anggaran, pengembangan serta pemanfaatan sistem informasi, dan menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja perusahaan.

c. Evaluasi strategi

Tahap evaluasi strategi merupakan tahap akhir dari manajemen strategi. Tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah: mengkaji ulang factor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kemudian mengukur kinerja, melakukan tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini, bukan menerapkan jaminan untuk keberhasilan di hari besok (Taufiqurokhman, 2016: 17-18).

4. Beberapa Aspek Pengembangan Usaha

Dalam pengembangan usaha ternak burung puyuh ini terdapat beberapa aspek yang saling mempengaruhi di antaranya yaitu modal usaha, SDM (Sumber Daya Manusia), teknologi, dan pemasaran.

a. Modal usaha

Yaitu hak/bagian yang dimiliki pemilik perusahaan yang ditunjukkan dengan pos modal (modal saham), surplus dan laba ditahan. Atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang-hutangnya. Aspek yang dilihat yaitu: perkembangan modal, perkembangan asset usaha. dapat dilihat dari jumlah modal yang bertambah ataupun tidak, dan juga jumlah keuntungan. Akan terlihat perkembangan usaha tersebut berkembang ataupun tidak.

b. Sumber Daya Manusia

SDM berperan sebagai salah satu unsur pada penunjang organisasi, dapat diartikan sebagai manusia yang bekerja di lingkungan suatu organisasi (disebut personil, tenaga kerja, pekerja ataupun karyawan). Aspek yang dilihat yaitu: Jumlah tenaga kerja.

c. Teknologi

Yaitu cara ataupun metode serta proses ataupun produk yang dihasilkan dari penerapan dan pemanfaatan berbagai disiplin ilmu pengetahuan yang menghasilkan nilai bagi pemenuhan kebutuhan, kelangsungan, dan peningkatan mutu kehidupan manusia. Aspek yang dilihat yaitu: Peningkatan alat yang digunakan, cara penyajian (*packaging*).

d. Pemasaran

Adalah kerja dengan pasar untuk memperoleh pertukaran. Tujuan adanya pemasaran yaitu untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan manusia. Aspek-aspek yang dilihat yakni: Volume penjualan serta cakupan pasar (Arliawan & Suryoko, 2015).

5. Perencanaan Usaha

Perencanaan usaha ialah keseluruhan proses tentang hal-hal yang nantinya akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini sangat penting, karena perencanaan usaha adalah pedoman kerja bagi para wirausaha (Asnawati, 2021: 81). Wirausaha yaitu orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan juga menilai peluang-peluang, mengumpulkan sumberdaya yang dibutuhkan untuk mengambil keuntungan dan juga tindakan yang tepat untuk memastikan kesuksesan (Dewi, 2017: 3).

Pada umumnya, perencanaan usaha mengatur tentang proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, keuangan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan juga penyediaan atau pengadaan peralatan (Asnawati, 2021: 81).

6. Strategi Pengembangan Usaha

a. Faktor Internal

Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan serta kelemahan dalam perusahaan yaitu: faktor manajemen, pemasaran, keuangan, dan juga produksi

1. Manajemen

Manajemen ialah sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan cara bekerja dalam *team*. Menurut Hasibuan, menyatakan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan SDM dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Manajemen sebenarnya tidak hanya diperlukan dalam suatu perusahaan saja, tetapi sebaliknya organisasi macam apapun memerlukan manajemen. Baik organisasi pemerintah maupun organisasi swasta. Bahkan, organisasi yang bergerak dibidang social, seperti panti asuhan rumah sakit, pendidikan dan

berbagai panti dan lembaga sosial lainnya selalu memerlukan manajemen dalam setiap usahanya demi kelancaran tugas sehari-harinya. Setiap organisasi dalam mencapai tujuannya yang telah direncanakan atau ditetapkan sebelumnya, akan berhasil apabila organisasi tersebut mampu melaksanakan fungsi-fungsi manajemen secara efektif dan efisien. Suatu organisasi yang memiliki perencanaan serta pengawasan sebaik apapun akan tetap memerlukan dukungan-dukungan yang lain jika ingin berhasil. Dukungan-dukungan tersebut diantaranya adalah kepemimpinan yang baik dari pemimpin, metode pengambilan keputusan yang tepat serta pendelegasian wewenang. Tanpa adanya dukungan dari hal-hal tersebut, kemungkinan kelancaran tugas manajemen akan sulit untuk dicapai. Dengan adanya suatu kewibawaan serta bakat kepemimpinan seorang pemimpin akan lebih mudah untuk menggerakkan, mengarahkan serta mengendalikan bawahannya. Selain itu, yang tidak kalah pentingnya adalah pendelegasian wewenang, yang jika tidak dilaksanakan akan menghambat pekerjaan. Namun, pendelegasian wewenang harus dilakukan secara benar sehingga dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diharapkan yang akan berakibat sangatlah fatal bagi organisasi (Suprihanto, 2014: 8-10).

Pada dasarnya salah satu sifat manajemen yaitu bersifat dinamis. Pengertian dinamis mengandung arti bahwa manajemen selalu mengikuti perubahan lingkungan, ilmu pengetahuan dan kebutuhan pasar. Perubahan selalu ada dalam manajemen. Manajemen yang tidak mengalami perubahan ialah manajemen yang statis, kaku, ketinggalan zaman. Perubahan ialah suatu kondisi yang berbeda antara masa kini dan masa lalu (Simarmata, 2021: 28-30).

Terdapat 3 tahap dalam proses manajemen usaha, yaitu:

a. Membuat perencanaan (*planning*).

Suatu perusahaan sangat membutuhkan perencanaan yang matang dan tersusun rapi serta tercatat.

b. Proses pelaksanaan usaha.

Dalam proses pelaksanaan usaha, segala sesuatu dikerjakan sesuai rencana yang telah dibuat sebelumnya.

c. Proses pengawasan.

Dalam Proses pengawasan, mencakup segala aktifitas yang dilakukan untuk memastikan bahwa operasi aktual sejalan dengan operasi yang direncanakan.

2. Pemasaran

Pemasaran ialah proses penciptaan serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen pada produk serta jasa. Terdapat 4 tahap dalam proses pemasaran, yaitu: analisis konsumen (sebuah pengamatan serta evaluasi terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan/konsumen), penjualan produk/jasa (implementasi strategi yang berhasil biasanya bergantung pada kemampuan suatu usaha untuk menjual produk dan jasa), penetapan harga, riset pemasaran (pengumpulan, pencatatan, dan analisis data yang bersifat sistematis mengenai berbagai persoalan yang terkait dengan pemasaran barang/jasa).

3. Keuangan

Mempelajari bagaimana individu, bisnis dan perusahaan meningkatkan, mengalokasi, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu dan juga menghitung resiko dalam menjalankan usaha mereka.

4. Produksi

Suatu kegiatan untuk menciptakan atau menambah nilai guna terhadap suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Fungsi produksi suatu usaha mencakup semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang/jasa.

b. Faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang serta ancaman mencakup: faktor ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, pemerintah, Teknologi, kompetitif.

1. Ekonomi

Ekonomi adalah suatu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, serta konsumsi pada barang dan jasa.

2. Sosial, Budaya dan Lingkungan

Sosial yaitu cara bagaimana individu saling berhubungan satu sama lain. Budaya yaitu cara hidup yang berkembang dan dimiliki Bersama oleh sebuah

kelompok orang dan diwariskan dari generasi. Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan SDA dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia yang meliputi keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut.

3. Pemerintah

Pemerintah yaitu organisasi yang memiliki kekuasaan membuat hukum dan undang-undang di wilayah tertentu.

4. Teknologi

Teknologi merupakan keseluruhan sarana untuk menyediakan barang yang diperlukan bagi keberlangsungan hidup manusia. Dalam dunia usaha kemajuan Teknologi ditandai dengan adanya peralatan serta sarana yang baik dan lebih modern.

5. Kompetitif

Kompetitif yaitu kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan SDA perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibanding perusahaan lainnya pada industri serta pasar yang sama (Hidayati, 2018: 23-25). Berdasar kekuatan kompetitif dalam teori menurut Porter, ada empat kekuatan persaingan dalam industri. 4 kekuatan tersebut ialah:

a. Persaingan dalam industri

Persaingan antar industri biasanya merupakan yang paling hebat dari keempat kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan oleh perusahaan lain.

b. Ancaman pendatang baru

Apabila dalam suatu perusahaan, perusahaan baru dapat dengan mudah masuk kesuatu industri tertentu, intensitas perusahaan akan meningkat.

c. Daya tawar pemasok

Mempengaruhi intensitas persaingan pada suatu industri khususnya jika terdapat jumlah besar pemasok atau biaya peralihan ke bahan baku yang sangat tinggi.

d. Daya tawar konsumen

Pembeli akan selalu berusaha mendapatkan produk dengan kualitas baik dan dengan harga yang murah (Hidayati, 2018: 44-54).

7. Pentingnya Strategi Pengembangan

Pengembangan strategi merupakan kegiatan untuk menetapkan langkah-langkah untuk mencapai tujuan yang sejalan dengan visi dan misi suatu perusahaan. Selain itu, strategi juga menunjukkan cara perusahaan untuk mencapai posisi strategisnya.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks keberadaan strategi menjadi penting karena merupakan bagian dari kegiatan yang diprogramkan sebagai penunjang pelaksanaan kegiatan bisnis. Oleh karena itu, semakin tepat dan juga akurat strategi bisnis yang diterapkan semakin mampu perusahaan bertahan dalam persaingan bisnis dan menegaskan dirinya dalam persaingan yang unggul. Salah satu alasan sebuah perusahaan perlu menerapkan strategi pengembangan bisnis dikarenakan semakin meningkatnya persaingan di dalam bisnis. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk memberikan perhatian pada kebutuhan dan keinginan pasar serta para pelanggannya dan selalu berusaha memenuhinya. Satu tindakan yang perlu dilakukan perusahaan ialah memberikan pelayanan terbaik serta memuaskan dibandingkan yang dilakukan oleh pesaing (Nasfi, 2022: 106).

B. Analisis SWOT

1. Pengertian SWOT

Analisis SWOT yaitu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. SWOT adalah akronim untuk kata-kata *strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam organisasi atau perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan (Zuhri, 2013: 49).

Keampuan analisis swot terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang, sehingga sekaligus meminimalisasi kelemahan dan menekan dampak ancaman.

Jika para penentu strategi perusahaan mampu melaksanakan kedua hal tersebut maka penentuan dan juga memilih strategi yang efektif akan membuahkan hasil.

2. Faktor-faktor analisis SWOT

a. Faktor kekuatan

Faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan yaitu khusus yang terdapat pada organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif dalam pasar. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan, dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan pasar.

Contoh dalam bidang keunggulan tersebut yaitu: kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan dalam pasar, hubungan sama pemasok, loyalitas pengguna produk, dan juga kepercayaan (Zuhri, 2013: 49).

b. Faktor kelemahan

Yang dimaksud dengan kelemahan dalam organisasi atau perusahaan adalah keterbatasan dalam hal sumber, keterampilan dan juga kemampuan yang menjadikan penghalang serius bagi kinerja perusahaan atau organisasi.

Dalam praktiknya, berbagai keterbatasan dan juga kekurangan kemampuan tersebut bisa dilihat pada: sarana dan juga prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang kurang diminati, dan juga tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai (Zuhri, 2013: 50).

c. Faktor peluang

Yang dimaksud dengan peluang yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi satu satuan dalam bisnis. Antara lain:

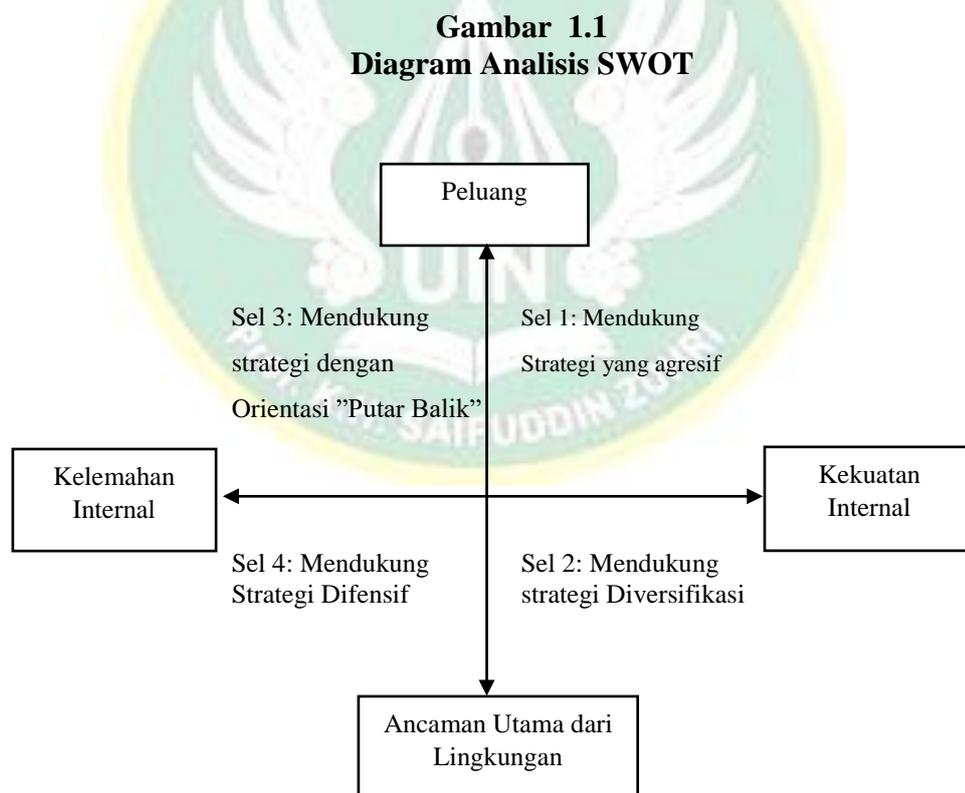
1. Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk,
2. Identifikasi satu segmen pasar yang belum mendapatkan perhatian,
3. Perubahan dalam kondisi persaingan,
4. Perubahan dalam peraturan yang membuka kesempatan baru dalam berusaha,
5. Hubungan dengan para pembeli yang akrab,
6. Hubungan dengan para pemasok yang harmonis (Zuhri, 2013: 50).

d. Faktor ancaman

Yang dimaksud dengan ancaman adalah kebalikannya dengan peluang. Ancaman ialah faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi suatu bisnis. Jika tidak diatasi dengan ancaman maka akan menjadi ganjalan bagi bisnis yang bersangkutan.

Contohnya ialah: masuknya pesaing yang baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya posisi tawar pemasok, perubahan teknologi yang belum dikuasai, perubahan peraturan yang sifatnya risktriktif (Zuhri, 2013: 50).

Dengan menggunakan cara penelitian dengan metode analisis SWOT ini ingin menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan juga faktor eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dengan analisis SWOT. Berikut diagram analisis SWOT:



Sumber: Saifuddin Zuhri 2013

Gambar 1: pada sel 1, bisnis menghadapi peluang lingkungan dan juga mempunyai kekuatan, strategi yang tepat adalah pertumbuhan. Sebaliknya, pada sel 4 menghadapi kondisi yang paling buruk karena tantangan yang besar dan juga berbagai kelemahan internal. Strategi yang tepat adalah strategi yang bersifat defensive. Pada sel 2 perusahaan mempunyai kekuatan internal menghadapi situasi lingkungan yang tidak menguntungkan. Strategi yang dipertimbangkan adalah difersifikasi. Pada sel 3, menunjukkan perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar disatu pihak, akan tetapi dihadap berbagai kelemahan-kelemahan yang melekat. Strateginya adalah “putar haluan” dalam artian mengambil langkah mengatasi kelemahan memanfaatkan peluang (Zuhri, 2013: 51).

3. SWOT Matriks

SWOT Matriks yaitu alat yang membantu manajer untuk mengembangkan 4 type strategi, antara lain: SO (*Strenghts-Opportunities*), WO (*Weakesses-Opportunities*), ST (*Strenghts-Threats*) dan WT (*Weakesses-Threats*), mencocokkan faktor internal dan juga faktor eksternal kunci adalah bagian yang paling sulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik (Zuhri, 2013: 51).

Penjelasan 4 type strategi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Strategi SO

Strategi SO menggunakan kekuatan yang ada untuk meraih peluang. Semua manajer lebih suka organisasi, mereka berada pada posisi dimana kekuatan internal dapat memanfaatkan *trend* dan kejadian eksternal.

b. Strategi WO

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal untuk meraih peluang eksternal. Kadang-kadang terdapat peluang eksternal kunci akan tetapi organisasi memiliki kelemahan internal yang menghambatnya untuk mengeksplorisasi peluang tersebut. Satu strategi WO yaitu dengan membentuk *join venture* dengan perusahaan yang memiliki kompetensi dalam hal ini. Alternative strategi WO yaitu merekrut staff dengan kemampuan teknis yang dibutuhkan.

c. Strategi ST

Strategi ST menggunakan kekuatan organisasi untuk mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal.

d. Strategi WT

Strategi WT merupakan taktik *defensive* yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman. Sebuah organisasi yang menghadapi ancaman eksternal dan kelemahan internal berada pada posisi yang tidak aman. Kenyataannya, perusahaan yang seperti itu harus bertahan hidup, bergabung, mengurangi ukuran, mendeklarasikan kebangkrutan atau memilih likuidasi (Zuhri, 2013: 51-52).

C. Strategi Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam

Usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan untuk mencapai suatu tujuan (Safitri & Maryanti, 2019: 112).

Adapun dalam Islam, bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profit namun, dibatasi dalam cara perolehan dan juga pendayagunaan hartanya (ada aturan halal serta haram).

Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki. Sebagaimana dikatakan dalam firman Allah Q.S Al Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya:

“Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian rizki-Nya” (Q.S Al Mulk:15).

Dalam arti yang luas pelaksanaan suatu bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat atau aturan-aturan dalam Islam karena pada intinya bisnis dalam

Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, empat hal tersebut ialah target hasil:

1. Profit-materi dan juga benefit-nonmateri,
2. Pertumbuhan,
3. Keberlangsungan,
4. Keberkahan (Norvadewi, 2015: 35-43).

Proses menyusun strategi pada masa Rasulullah juga seringkali digunakan berdakwah dan memperluas kekuasaan atau bahkan berperang. Salah satunya ialah kisah Khalid bin Wahid r.a yang pada saat itu sangat sadar tidaklah mungkin melindungi pasukan sebesar pasukan romawi. Ia lalu mengatur strategi ditebarkan rasa takut ke diri musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan setiap hari yang tujuannya adalah agar pasukan romawi mengira pasukan musuh bukan merasa takut dan akhirnya mengundurkan diri dari medan pertempuran. Pasukan Islam lalu kembali ke Madinah, mereka tidak mengejar pasukan romawi yang lari, karena dengan adanya mundurnya pasukan romawi berarti agama Islam sudah menang.

Dari kisah tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung, agama Islam telah mengajarkan umatnya dalam merangkai dan menjalankan sebuah strategi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Begitu pula strategi dalam sebuah organisasi melalui empat fungsi dasar yaitu: *Planning, Organizing, Actuating, Controlling* dalam penggunaan sumber organisasi. Berkenan dengan hal itu agama Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridho Allah SWT. Hal ini telah seperti yang terdapat pada Q.S Al-Mulk ayat 2-3 yang artinya:

“Yang menjadikan mati dan hidup, supaya dia menguji kamu, siapa diantara kamu yang lebih baik amalnya. Dan dia maha perkasa lagi maha pengampun, yang telah menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan yang maha pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang. Adakah kamu melihat sesuatu yang tidak seimbang” (Q.S Al-Mulk: 2-3).

Ayat di atas menjelaskan tentang ayat manusia dalam menjalankan aktivitasnya harus memenuhi dua syarat sekaligus, yaitu niat dan ikhlas dan dengan cara yang harus sesuai dengan hukum syariat agama Islam. Apabila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu sekaligus, maka amal itu tergolong ahsan, yakni amal terbaik di sisi Allah SWT.

Dengan demikian, keberadaan manajemen organisasi dipandang pula sebagai suatu sarana untuk memudahkan implementasi Islam dalam organisasi tersebut. Implementasi nilai Islam terwujud pada difungsikannya Islam sebagai kaidah berfikir dan kaidah amal dalam seluruh kegiatan organisasi. Sebagai kaidah amal, Syariah difungsikan sebagai tolak ukur kegiatan yang digunakan untuk membedakan aktifitas yang halal maupun haram. Hanya kegiatan yang halal saja yang dilakukan seorang muslim, sementara yang haram akan ditinggalkan semata-mata untuk menggapai keridhoan Allah SWT.

Oleh karena itu dalam menyusun strategi berdasarkan perspektif ekonomi Islam menekankan pada wilayah halal dan juga haram. Hal tersebut dapat dilihat pada prinsip-prinsip Islam mengenai halal dan haram, diantaranya:

1. Segala sesuatu pada dasarnya boleh.
2. Untuk membuat abash dan untuk melarang adalah hak Allah semata.
3. Melarang yang halal dan memperbolehkan yang haram sama dengan syirik.
4. Larangan atas segala sesuatu didasarkan atas sifat najis dan melukai.
5. Apa yang mendorong pada haram adalah juga haram.
6. Menganggap yang haram sebagai halal adalah dilarang.
7. Niat yang baik tidak membuat yang haram bisa diterima.
8. Hal-hal yang meragukan sebaiknya dihindari.
9. Yang haram terlarang bagi siapapun.

Jadi, Islam telah menetapkan bagi manusia suatu tolak ukur untuk menilai segala sesuatu sehingga dapat diketahui mana perbuatan yang terpuji yang harus segera dilaksanakan dan mana perbuatan yang tercela yang harus ditinggalkan.

Hal tersebut dapat digunakan dalam menyusun strategi yang bertujuan untuk menggapai visi, misi, dan tujuan organisasi yang harus melihat prinsip-prinsip halal dan haram agar tujuan dari sebuah organisasi atau perusahaan tidak

hanya demi menggapai orientasi materi akan tetapi juga menggapai ridho Allah SWT pada setiap prosesnya (Hidayati, 2018: 30-33).

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka sering disebut juga *literature review*. Definisi Kajian pustaka yaitu kegiatan yang mendalami, mencermati, menelaah, serta mengidentifikasi pengetahuan dan lebih akan mengarah pada pandangan yang kritis terhadap penelitian yang telah dilakukan, yang signifikan dengan penelitian yang sedang ataupun akan dilakukan.

Suatu penelitian didasarkan pada penelitian yang sebelumnya hasil penelitian maupun kajian yang sebelumnya digunakan sebagai landasan pada penentuan topik, permasalahan serta arah. Tujuan penelitian maupun kajian pustaka penting digunakan untuk penentuan hasil penelitian terhadap penelitian yang sebelumnya serta untuk penentuan bobot penelitian supaya tidak menjebak peneliti pada pandangan yang sempit. Isi studi kepustakaan dapat berbentuk kajian teoritis yang yang fokus membahas pada informasi sekitar masalah yang akan dipecahkan melalui penelitian (Fitrah & Luthfiyah, 2017: 138).

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Nurfitra Daniatun, yang berjudul “Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara” menyimpulkan strategi paling baik yaitu strategi SO. Strategi SO memanfaatkan kekuatan yang berasal dari lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal perusahaan. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama membahas strategi pengembangan. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah lokasi penelitiannya yang berbeda (Daniatun, 2018).

Kemudian berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewa Gede Bagus Ekapriyatna yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Ananta Guna di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar” mendapati strategi yang harus digunakan perusahaan ini adalah strategi integrasi horizontal, diversifikasi konsentrik, serta usaha patungan. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama

membahas tentang strategi pengembangan. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah lokasi penelitiannya yang berbeda (Ekapriyatna, 2016).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Najih Arwi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami (Studi Kasus Usaha Budidaya Ikan Gurami “Arifin Ikan” di Dusun Nusawaru Desa Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen)” mendapati strategi untuk mengembangkan usaha budidaya ikan gurami yaitu: diberi pakan secara teratur, kolam yang unik, menjual ikan yang berkualitas, menerapkan system jual dengan cara islami, harga terjangkau, menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah lokasi penelitiannya yang berbeda (Arwi, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rendy Indra Susanto yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada PT. Patrinsaka” mendapati strategi pengembangan bisnis yang paling tepat untuk perusahaan yakni strategi intensif yaitu: pengembangan pasar, penetrasi pasar serta pengembangan produk. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan. Perbedaan dengan penelitian yang hendak dilakukan penulis adalah lokasi penelitiannya yang berbeda (Susanto, 2017).

Selanjutnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan Ulfa Hidayati yang berjudul “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)” mendapati strategi apapun diperbolehkan asal tidak menyimpang dari syariat Islam. Dan yang terpenting tidak eksploitasi atau tindakan zalim yang akan merugikan pengrajin lainnya. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan perspektif ekonomi Islam. Perbedaan dengan penelitian

yang hendak dilakukan penulis adalah lokasi penelitiannya yang berbeda (Hidayati, 2018).

Tabel 1.4
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Ayu Nurfita Daniatun (2018)	Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara	Obyek yang diteliti strategi pengembangan	Lokasi penelitiannya yang berbeda	Hasil penelitiannya yakni strategi paling strategis yakni strategi SO. Strategi tersebut memanfaatkan kekuatan berasal dari lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal perusahaan

2.	Dewa Gede Bagus Ekapriyatna (2016)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Ananta Guna di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar	Obyek yang diteliti strategi pengembangan usaha	Lokasi penelitian yang berbeda	Hasil penelitiannya, strategi yang ditetapkan oleh perusahaan yaitu strategi integrase horizontal, diversifikasi konsentrik serta usaha patungan.
3.	Muhammad Najih Arwi (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami (Studi Kasus Usaha Budidaya Ikan Gurami "Arifin Ikan" di Dusun Nusawaru Desa Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen	Obyek yang diteliti strategi pengembangan usaha	Lokasi penelitian yang berbeda	Hasil penelitiannya yakni mendapati strategi untuk mengembangkan usaha budidaya ikan yaitu: diberi pakan secara teratur, kolam yang unik, menjual ikan yang berkualitas, menerapkan system jual dengan cara islami, harga terjangkau, menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

4.	Rendy Indra Susanto (2017)	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada PT. Patrinsaka	Obyek yang diteliti strategi pengembangan	Lokasi penelitian yang berbeda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis paling tepat untuk perusahaan yakni, strategi intensif, yaitu: pengembangan pasar, penetrasi pasar dan juga pengembangan produk.
----	----------------------------	---	---	--------------------------------	--



5.	Ulfa Hidayati (2018)	Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)	Obyek yang diteliti strategi pengembangan perspektif ekonomi Islam	Lokasi penelitian yang berbeda	Hasil penelitiannya yakni strategi apapun diperbolehkan asal tidak menyimpan dari syariat Islam. Dan yang terpenting tidak eksploitasi atau tindakan zalim yang akan merugikan pengrajin lainnya.
----	----------------------	---	--	--------------------------------	---

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yakni penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti dalam kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya yakni eksperimen), dimana penulis adalah sebagai instrument kunci (Sugiyono, 2015: 9). strategi apapun diperbolehkan asal tidak menyimpang dari syariat Islam. Dan yang terpenting tidak eksploitasi atau tindakan zalim yang akan merugikan pengrajin lainnya.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Daffa Puyuh Jaya Desa Nusamangir RT 2/RW 4 Kecamatan Kemranjen Kabupaten Banyumas. Penelitian dilakukan pada bulan Maret-Juni 2022.

C. Sumber Data

Sesuai dengan jenis atau penelitiannya, teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui sebab, seperti: bagaimana dan mengapa suatu permasalahan terjadi dalam suatu penelitian.

Jenis dan sumber data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian kualitatif ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Berikut penjelasan data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh peneliti yang secara langsung dari sumber datanya. Data ini juga disebut sebagai data yang asli atau baru dan mempunyai sifat yang *up to date*. Dalam mendapatkan data tersebut, peneliti harus mengumpulkan secara langsung.

Untuk mengumpulkan data primer, teknik yang digunakan peneliti yakni: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti: BPS, laporan, buku, jurnal, serta yang lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini (Sandu Siyoto & M. Ali Sodik, 2015: 67-68).

D. Teknik Pengumpulan Data

Didalam penelitian ini, ada beberapa Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis:

1. Observasi

Observasi yaitu cara sangat efektif untuk mengetahui apa yang dilakukan manusia dalam konteks tertentu, pola rutinitas, serta pola interaksi dari kehidupannya sehari-hari (Anggito & Setiawan, 2018: 110).

Beberapa informasi didapatkan dari hasil observasi yang dapat berupa tempat, pelaku, objek, kegiatan, perbuatan, waktu, kejadian, serta perasaan (Mardawani, 2020: 51).

Peneliti melakukan observasi langsung untuk memperoleh data-data terkait strategi pengembangan usaha dan pelaksanaannya tersebut di tempat usaha Arifin sebagai pemilik usaha.

2. Wawancara (*Interview*)

Metode Pengumpulan Data pada Penelitian ini yang kedua adalah dengan cara wawancara. Wawancara yaitu salah satu dari teknik dalam pengumpulan informasi/data (Edi, 2016: 1).

Proses dalam pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara. Melalui wawancara, proses dalam penyaluran informasi dari narasumber dapat lebih sistematis, terencana serta sesuai pembahasan dalam penelitian menjadikan data yang didapat lebih akurat. Tujuan dari wawancara yakni menemukan masalah secara lebih terbuka, karena narasumber dimintai pendapat serta ide.

Wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan dengan narasumber. Informan yang dimaksud adalah Arifin selaku pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya di Desa Nusamangir Kemranjen Banyumas, Siti Fatimah selaku Istri dari Arifin pemilik usaha dan Marwiyah selaku pemilik usaha ternak burung puyuh yang sudah bangkrut. Dalam wawancara dapat diperoleh faktor internal (kekuatan, kelemahan) serta faktor eksternal (peluang, ancaman) perusahaan. berikut penjelasannya:

a. Faktor kekuatan

Faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan yaitu khusus yang terdapat pada organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif dalam pasar. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan, dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan pasar.

Contoh dalam bidang keunggulan tersebut yaitu: kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan dalam pasar, hubungan sama pemasok, loyalitas pengguna produk, dan juga kepercayaan (Zuhri, 2013: 49).

b. Faktor kelemahan

Yang dimaksud dengan kelemahan dalam organisasi atau perusahaan adalah keterbatasan dalam hal sumber, keterampilan dan juga kemampuan yang menjadikan penghalang serius bagi kinerja perusahaan atau organisasi.

Dalam praktiknya, berbagai keterbatasan dan juga kekurangan kemampuan tersebut bisa dilihat pada: sarana dan juga prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang kurang diminati, dan juga tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai (Zuhri, 2013: 50).

c. Faktor peluang

Yang dimaksud dengan peluang yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi satu satuan dalam bisnis. Antara lain:

1. Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk,
2. Identifikasi satu segmen pasar yang belum mendapatkan perhatian,
3. Perubahan dalam kondisi persaingan,

4. Perubahan dalam peraturan yang membuka kesempatan baru dalam berusaha,
 5. Hubungan dengan para pembeli yang akrab,
 6. Hubungan dengan para pemasok yang harmonis (Zuhri, 2013: 50).
- d. Faktor ancaman

Yang dimaksud dengan ancaman adalah kebalikannya dengan peluang. Ancaman ialah faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi suatu bisnis. Jika tidak diatasi dengan ancaman maka akan menjadi ganjalan bagi bisnis yang bersangkutan.

Contohnya ialah: masuknya pesaing yang baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya posisi tawar pemasok, perubahan teknologi yang belum dikuasai, perubahan peraturan yang sifatnya risktriktif (Zuhri, 2013: 50).

3. Dokumentasi

Dokumen adalah kumpulan dari bahan tertulis atau film (berbeda dari catatan), berupa data yang akan ditulis, disimpan, dilihat, serta digulirkan dalam penelitian, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti yang mencakup keperluan data yang akan diteliti, dan mudah diakses.

Dokumen merujuk pada materi seperti: foto, video, memo, film, surat, catatan harian, catatan kasus klinis, dan juga memorabilia (Anggito & Setiawan, 2018: 146).

Teknik ini dilakukan untuk mendapat data-data yang terdokumentasi ditempat usaha Daffa Puyuh Jaya milik Arifin.

E. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman analisis terdiri atas tiga alur kegiatan dan terjadi secara bersamaan, yakni: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi.

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data diperoleh dari lapangan jumlahnya akan banyak, maka perlu dicatat secara rinci serta teliti. Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal pokok, fokus pada hal-hal penting, dan dicari tema serta polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberi gambaran yang akan lebih jelas, serta

mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2015: 247).

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah mereduksi data, untuk langkah yang selanjutnya yakni mendisplaykan datanya. Pada penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk *table*, grafik, *pie chart*, *pictogram* serta sejenisnya.

Melalui penyajian data, maka data akan terorganisasikan serta tersusun pada pola hubungan sehingga akan lebih mudah untuk difahami (Sugiyono, 2015: 249).

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah yang ketiga, yakni menentukan kesimpulan serta verifikasi. Kesimpulan awal yang diperoleh akan bersifat sementara serta berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti cukup kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Akan tetapi bila kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti valid serta konsisten pada saat penulis kembali pada lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan kredibel (Sugiyono, 2015: 252).

Setelah dilakukan Reduksi Data, Penyajian Data, Kesimpulan & Verifikasi, langkah berikutnya yaitu melakukan analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang serta ancaman eksternal yang dihadapi dalam perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut.

SWOT Matriks yaitu alat yang membantu manajer untuk mengembangkan 4 type strategi, antara lain: SO (*Strenghts-Opportunities*), WO (*Weakesses-Opportunities*), ST (*Strenghts-Threats*) dan WT (*Weakesses-Threats*), mencocokkan faktor internal dan juga faktor eksternal kunci adalah bagian yang paling sulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik (Zuhri, 2013: 51).

Penjelasan 4 type strategi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Strategi SO

Strategi SO menggunakan kekuatan yang ada untuk meraih peluang. Semua manajer lebih suka organisasi, mereka berada pada posisi dimana kekuatan internal dapat memanfaatkan *trend* dan kejadian eksternal.

b. Strategi WO

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal untuk meraih peluang eksternal. Kadang-kadang terdapat peluang eksternal kunci akan tetapi organisasi memiliki kelemahan internal yang menghambatnya untuk mengeksploisasi peluang tersebut. Satu strategi WO yaitu dengan membentuk *join venture* dengan perusahaan yang memiliki kompetensi dalam hal ini. Alternative strategi WO yaitu merekrut staff dengan kemampuan teknis yang dibutuhkan.

c. Strategi ST

Strategi ST menggunakan kekuatan organisasi untuk mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal.

d. Strategi WT

Strategi WT merupakan taktik *defensive* yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman. Sebuah organisasi yang menghadapi ancaman eksternal dan kelemahan internal berada pada posisi yang tidak aman. Kenyataannya, perusahaan yang seperti itu harus bertahan hidup, bergabung, mengurangi ukuran, mendeklarasikan kebangkrutan atau memilih likuidasi (Zuhri, 2013: 51-52).

Berdasarkan analisis menggunakan SWOT dapat menghasilkan berbagai strategi yang kemudian digunakan untuk merumuskan alternative strategi-strategi dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya.

F. Uji Keabsahan Data

Pada penelitian ini, uji keabsahan data menggunakan Teknik triangulasi. Teknik Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan dari berbagai Teknik pengumpulan data serta sumber data yang ada.

Apabila peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan triangulasi, sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kreadibilitas data dan berbagai sumber data (Sugiyono, 2015: 241).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daffa Puyuh Jaya Nusamangir Kemranjen Banyumas

1. Sejarah

Usaha Daffa Puyuh Jaya yang dimiliki oleh Arifin sendiri merupakan usaha yang dikelola pribadi oleh dirinya sendiri dan dibantu oleh istrinya yang bernama Siti Timah. Usaha Daffa Puyuh Jaya letaknya di Desa Nusamangir RT 02/ RW 04, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. Usaha Daffa Puyuh Jaya telah berdiri sejak tahun 2013 hingga sampai sekarang ini. Sebelum membuka usaha Daffa Puyuh Jaya, Arifin adalah hanya seorang sopir pakaian jadi dan bahan pakaian. Akan tetapi, kemudian Arifin serta Istrinya (Siti Fatimah) berfikir untuk memajukan perekonomiannya yaitu dengan cara mengembangkan usaha burung puyuh yang diberi nama Daffa Puyuh Jaya. Hal tersebut diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya:

“Usaha ini usaha saya pribadi yang saya beri nama Daffa Puyuh Jaya sesuai dengan nama anak saya yang bernama Daffa dalam menjalankan hanya dibantu oleh istri saya namanya ibu Siti Fatimah. Sebelum mendirikan usaha ini saya hanya seorang sopir pakaian mba terus saya dan istri berniat memajukan perekonomian dengan mendirikan usaha ini. Udah lama sejak tahun 2013 sampai sekarang ini” (Wawancara: Arifin tanggal 28 Mei 2022).

Awal usaha Daffa Puyuh Jaya milik Arifin belum berkembang pesat seperti sekarang ini. Sekarang usaha Daffa Puyuh Jaya berkembang dengan semakin banyaknya jumlah permintaan konsumen yang setiap harinya selalu menghabiskan jumlah telur yang tersedia. Karena terbatasnya jumlah burung puyuh yang ada, Daffa Puyuh Jaya mengalami kekurangan stok telur puyuh. Untuk kualitas telur puyuh yang dijual oleh usaha Daffa Puyuh Jaya memiliki kualitas yang baik dan baru. Usaha Daffa Puyuh Jaya juga dalam menjual telur puyuh dengan harga pasar, tidak mematok harga yang tinggi sehingga usaha yang dimiliki Arifin tersebut mempunyai nilai plus tersendiri. Nilai plus tersebut

membuat usaha Daffa Puyuh Jaya memiliki pelanggan tetap dan banyak konsumen dari luar yang membeli telur puyuhnya. Hal tersebut peneliti dapat dari hasil wawancara dengan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya:

“Awal berdiri ngga berkembang seperti sekarang, sekarang kan permintaan telur meningkat malah kurang karena terbatasnya jumlah burung puyuh ya karena sudah memiliki pelanggan tetap dan banyak konsumen luar yang datang, jadi dalam sehari tuh telur pasti habis, jadi telur yang kami jual ya telur yang masih fresh terus harga juga saya tidak mematok harga tinggi, harga sesuai pasar lah” (Wawancara: Arifin tanggal 28 Mei 2022).

Gambar 1.2
Rumah Burung Puyuh



Sumber: Dokumentasi Usaha Daffa Puyuh Jaya

Gambar 1.3
Kandang Burung Puyuh



Sumber: Dokumentasi Usaha Daffa Puyuh Jaya

2. Letak Geografis

Letak usaha Arifin berada di Desa Nusamangir RT 02/RW 04, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. Luas wilayah Desa Nusamangir adalah 213,670 Ha, dengan jumlah kartu keluarga (KK) keseluruhan 938 dengan jumlah jiwa 3.049. Tempat usaha Daffa Puyuh Jaya itu sendiri berada di sebelah rumah Arifin dan daerah tersebut merupakan daerah pelosok karena jauh dari jalan raya. Letak usaha tersebut bisa dibilang kurang strategis karena pelosok dan ketika musim hujan mengalami banjir yang bisa menghambat aktivitas dagang. Walaupun berada di pelosok, akan tetapi usaha milik Arifin sudah banyak konsumen yang mengetahui keberadaannya. Hal ini peneliti dapat dari hasil wawancara dengan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya yaitu Arifin:

“Kandang puyuhnya itu mba samping rumah saya, jauh dari jalan raya ya mba karena pelosok terus kalau musim hujan sering banjir dan menghambat aktivitas dagang saya, tapi ya alhamdulillahnya banyak

yang tau usaha saya walaupun tempate di pelosok” (Wawancara: Arifin tanggal 28 Mei 2022).

3. Visi dan Misi

Usaha Daffa Puyuh Jaya memiliki visi dan misi untuk dapat merealisasikan tujuan agar berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Visi serta misi usaha Daffa Puyuh Jaya yaitu sebagai berikut:

a. Visi

Mengembangkan usaha yang lebih berkembang.

b. Misi

1. Berkembangnya usaha yang lebih maju.
2. Menambah perekonomian/jumlah pendapatan.
3. Meningkatkan jumlah serta kualitas sarana dan prasarana dalam menjalankan usaha.

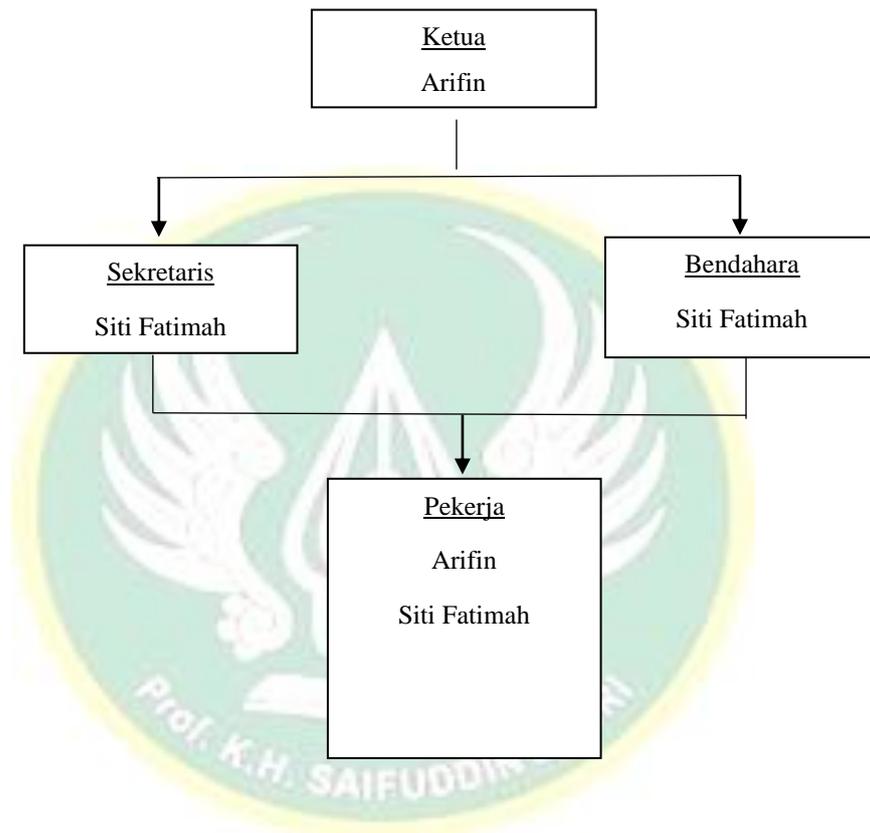
Visi serta misi diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan pemilik usaha Daffa Puyuh jaya:

“Untuk visi dalam usaha saya ya mengembangkan usaha ini supaya lebih berkembang, dan untuk misinya ya berkembangnya usaha yang lebih maju terus menambah pendapatan dan juga meningkatkan sarana serta prasarana” (Wawancara: Arifin tanggal 28 Mei 2022).

4. Struktur Usaha

Pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya adalah Arifin dan Istrinya Siti Fatimah sebagai bendahara sekaligus sekretaris dalam usaha Daffa Puyuh Jaya serta mengontrol keberlangsungan usaha.

Gambar 1.4
Struktur Usaha Daffa Puyuh Jaya



B. Strategi Pengembangan Usaha Ternak Burung Puyuh pada Peternakan Daffa Puyuh Jaya Nusamangir Kemranjen Banyumas

Setelah dilakukan penelitian serta pengumpulan data oleh peneliti melalui observasi, wawancara, dan juga dokumentasi, maka dapat diketahui mengenai pengembangan usaha ternak burung puyuh pada peternakan Daffa Puyuh Jaya di Desa Nusamangir, Kemranjen, Banyumas yaitu ingin memajukan usahanya supaya lebih berkembang dan maju. Upaya pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas dapat dilihat dari kondisi usaha Daffa

Puyuh Jaya saat ini, dan kemudian dilakukan analisis terhadap lingkungan strategis.

Telur burung puyuh memiliki banyak nutrisi dan rasa yang enak sehingga digemari oleh kalangan masyarakat. Kondisi usaha Daffa Puyuh Jaya di Desa Nusamangir, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas dari tahun 2019-2021 mengalami penurunan pendapatan., hal ini dipicu karena setiap tahun jumlah burungpuyuh yang dipelihara berkurang akan tetapi jumlah konsumen selalu bertambah. Apalagi burung puyuh dalam satu tahunnya pada tiap bulannya mengalami penurunan telur puyuh, karena umur burung puyuh semakin tua akan pula semakin sedikit juga bertelurnya. Oleh sebab itu, tidak bisa memenuhi permintaan para konsumen dengan jumlah yang banyak. Letak yang kurang strategis karena berada dipelosok jauh dari jalan raya tidak membuat sepi pelanggan. Arifin memiliki hubungan yang baim dengan pelanggan, sehingga mempunyai pelanggan tetap serta banyak konsumen dari luar yang berdatangan, karena beliau memiliki banyak teman. Selain itu, Arifin dalam menjalankan usahanya masih memiliki beberapa kendala yang dihadapinya. Beberapa aspek kendala dalam pengembangan usaha milik Arifin tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Modal

Modal dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya sangat berperan penting, karena dengan adanya modal maka dapat menambah jumlah burung puyuh dengan bertambahnya jumlah burung puyuh maka akan menambah pula jumlah telur puyuh. Dan semakin banyaknya modal maka pengembangan usaha akan semakin meningkat pula. Perkembangan modal pada pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya mengalami kekurangan akan tetapi usaha ini mulai berkembang karena semakin banyak jumlah permintaan telur. Setiap tahun burung puyuh yang dipelihara oleh Daffa Puyuh Jaya berkurang mengingat karena minimnya modal buat menambah jumlah burung puyuh untuk dipelihara. Modal yang digunakan dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya menggunakan modal pribadi tanpa bantuan dari pihak yang lainnya.

b. SDM (Sumber Daya Manusia)

Sumber Daya Manusia dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya yang dimana dalam SDMnya dilihat dari segi aspek jumlah tenaga kerja. Yang dimana apabila dengan adanya jumlah tenaga kerja yang banyak atau bertambah dalam usaha ini, maka pengembangan usaha akan meningkat pula karena menjadikan banyak yang membantu selama proses berjalannya usaha Daffa Puyuh Jaya berlangsung.

c. Teknologi

Teknologi dilihat dari beberapa aspek-aspek dalam pengembangan usaha seperti peningkatan alat yang digunakan, cara penyajian (*packaging*). Dimana dalam pengembangan usaha yang ada pada Daffa Puyuh Jaya dalam peningkatan alat masih menggunakan alat yang manual. Seperti contoh sekarang sudah ada tempat minum memakai nipel dan otomatis dari torn langsung dialirkan lewat pipa selang, akan tetapi usaha Daffa Puyuh Jaya masih menggunakan tempat minum yang manual. Untuk tempat burung puyuh juga masih menggunakan tempat yang terbuat dari bambu belum menggunakan tempat yang terbuat dari besi. Tempat makan burung puyuh juga masih menggunakan tempat yang terbuat dari kayu sedangkan pada zaman sekarang sudah ada tempat makan burung puyuh yang terbuat dari plastik yang pastinya lebih awet. Di era kemajuan Teknologi komunikasi seperti sekarang ini, kegiatan promosi usaha Daffa Puyuh Jaya belum menguasainya.

Gambar 1.5
Tempat Minum Burung Puyuh



Sumber: Dokumentasi Usaha Daffa Puyuh Jaya

Gambar 1.6
Tempat Burung Puyuh dan Tempat Makan Burung Puyuh



Sumber: Dokumentasi Usaha Daffa Puyuh Jaya

d. Pemasaran

Pemasaran ialah bekerja sama dengan pasar guna menciptakan permintaan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Dalam hal ini, pemasaran pada pengembangan usaha dilihat dari beberapa aspek, diantaranya seperti volume penjualan dan cakupan pasar. Pada era kemajuan teknologi komunikasi seperti sekarang ini perusahaan Daffa Puyuh Jaya kurang menguasai sehingga kurang dalam kegiatan promosi dimana teknologi merupakan pusat kegiatan promosi. Dimana dalam penjualan telur puyuh hanya dengan cara dipasarkan (diantar oleh Arifin selaku pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya menggunakan motor dengan di masukkan ke dalam tray telur) dan juga ada pula konsumen yang memburu ketempat usaha Daffa Puyuh Jaya. Dalam penjualannya usaha Daffa Puyuh Jaya selalu menghabiskan jumlah telur yang tersedia dalam setiap harinya dan dijual dengan harga sesuai harga pasar, tidak mematok harga yang tinggi.

Gambar 1.7
Tempat Telur Burung Puyuh



Sumber: Dokumentasi Usaha Daffa Puyuh Jaya

Hal tersebut menunjukkan bahwa upaya dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya yang dijalankan belum optimal karena masih banyak kendala. Padahal banyak masyarakat yang menggantungkan untuk mengonsumsi telur milik usaha Daffa Puyuh Jaya untuk kebutuhan mereka, maka pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya harus dilakukan dengan optimal guna menunjang kembali pendapatan usaha Daffa Puyuh Jaya. Setelah mengetahui kondisi usaha Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir, Kemranjen, Banyumas kemudian dilakukan analisis lingkungan strategis, lingkungan internal maupun lingkungan eksternal dapat menjadi faktor pendukung akan tetapi juga dapat menjadi faktor penghambat dalam pencapaian tujuan perusahaan. Berdasarkan hasil analisis strategis (lingkungan internal dan juga eksternal) itulah dapat diketahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

1. Analisis Lingkungan Internal

a. Manajemen

Dalam manajemen usaha terdapat tiga tahap utama dalam prosesnya, yaitu: membuat perencanaan (*planning*). Selayaknya sebuah usaha, usaha Daffa Puyuh Jaya juga membutuhkan perencanaan yang matang serta tersusun rapih dan juga tercatat. Perencanaan yang dilakukan oleh usaha Daffa Puyuh Jaya belum tersusun dengan baik dan belum dilakukan secara tertulis, sehingga menyebabkan target yang ditetapkan belum terukur dengan jelas dan terarah, seharusnya pemilik usaha menulis *planning-planning* yang akan dilakukan selanjutnya supaya target pemilik usaha dapat tercapai dengan hasil yang memuaskan. Selanjutnya proses pelaksanaan usaha, proses pelaksanaan usaha pada usaha Daffa Puyuh Jaya tidak menjalankan proses pelaksanaan usaha sesuai dengan perencanaan karena proses pelaksanaan itu sendiri belum maksimal. Seharusnya pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya melaksanakan proses usaha dengan tekun, supaya target yang sudah dianggarkan dapat tercapai. Dan dalam proses pengawasan terhadap berjalannya usaha supaya operasi dapat diawasi dan dapat berjalan dengan mulus sesuai yang sudah direncanakannya.

b. Pemasaran

Ada 4 tahap dalam proses pemasaran, yang pertama ialah analisis konsumen. Pada analisis konsumen di usaha Daffa Puyuh Jaya selalu berusaha menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen (telur masih dalam keadaan *fresh*), supaya konsumen puas dengan telur yang dihasilkan oleh burung puyuh yang ada di usaha Daffa Puyuh Jaya. Tahap kedua ialah penjualan produk, penjualan produk yang dilakukan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya tidak menggunakan sistem pemasaran seperti mengenalkan produk ke konsumen atau menawarkan serta belum menggunakan promosi lewat media sosial, hal ini karena sudah banyak pelanggan (lebih tepatnya telur yang dijual usaha Daffa Puyuh Jaya sudah terpasarkan sendiri melalui proses mulut ke mulut, karena sudah banyak pelanggan yang puas dari hasil usaha Daffa Puyuh Jaya yang mengakibatkan pelanggan tersebut membicarakan kepada masyarakat yang berasal dari daerahnya, sehingga menarik konsumen dengan sendirinya). Tahap ketiga penetapan harga, penetapan harga pada usaha Daffa Puyuh Jaya sesuai dengan harga pasaran tidak mematok harga yang tinggi sehingga tidak berdampak citra buruk di mata konsumen dan perusahaan tetap dapat menerima laba seperti yang diperoleh perusahaan lain. Tahap terakhir riset pemasaran, riset pemasaran pada usaha Daffa Puyuh Jaya data yang ada hanya pencatatan produk yang telah dijual pada tiap harinya.

c. Keuangan

Modal yang digunakan dalam menjalankan usaha Daffa Puyuh Jaya ialah modal yang hanya berasal dari uang pribadi tanpa bantuan dari pihak yang lainnya. Masalah keterbatasan dalam meningkatkan modal menyebabkan usaha Daffa Puyuh Jaya mengalami kesulitan dalam meningkatkan kapasitas burung puyuh supaya bertambah jumlah telurnya untuk memenuhi permintaan konsumen, hal ini menunjukkan keterbatasan modal usaha Daffa Puyuh Jaya dalam mengembangkan usahanya. Seharusnya pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya jika tidak memiliki modal yang cukup, harusnya memberanikan diri untuk meminjam ke bank dan menerima resiko.

d. Produksi

Dalam berjalannya usaha untuk mendapat produk berupa telur, usaha Daffa Puyuh Jaya masih menggunakan peralatan sederhana, seharusnya pemilik usaha ketika ada modal lebih dapat membeli peralatan yang lebih modern supaya dapat membantu berjalannya usaha dengan mudah dan cepat. Usaha Daffa Puyuh Jaya dalam menjalankan usahanya untuk memperoleh produk berupa telur hanya dilakukan oleh Arifin seorang diri dan hanya dibantu Isterinya Siti Fatimah (Wawancara: Arifin&Fatimah tanggal 21 Juni 2022).

2. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Ekonomi

Permintaan konsumen pada telur pada usaha Daffa Puyuh Jaya semakin meningkat karena usaha Daffa Puyuh Jaya ialah usaha ternak burung puyuh satu-satunya di daerahnya. Peningkatan jumlah konsumen dapat menjadi peluang bagi pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya supaya memperbanyak burung puyuh, karena semakin banyaknya jumlah burung puyuh maka akan semakin banyak pula jumlah telurnya. Akan tetapi harga burung puyuh serta pur burung puyuh lambat laun mengalami kenaikan harga.

b. Sosial, budaya dan lingkungan

Tempat usaha Daffa Puyuh Jaya di daerahnya merupakan usaha ternak puyuh satu-satunya karena yang lain mengalami kebangkrutan. Berdasarkan lingkungannya, tempat usaha Daffa Puyuh Jaya kurang strategis karena berada di pelosok, apabila terjadi hujan yang deras maka akan berpengaruh banjir yang menghambat aktivitas perdagangan pemilik usaha. akan tetapi, usaha tersebut sudah banyak orang yang mengetahui keberadaannya.

c. Pemerintah

Pemerintah belum ikut berperan aktif dalam mengembangkan usaha ternak, seharusnya pemerintah ikut berperan aktif karena salah satu faktor penting dalam menjalankan usaha yaitu pemerintah. Kebijakan serta aturan pemerintah sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha Daffa Puyuh Jaya.

d. Teknologi

Perkembangan teknologi akan mempermudah serta memperlancar pelayanan terhadap konsumen. Selain itu, perkembangan teknologi juga dapat menunjang kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dalam usaha Daffa Puyuh Jaya harusnya menggunakan peralatan modern serta dalam pemasarannya sudah melalui media sosial dalam memasarkan produk supaya mampu bersaing dengan pengusaha burung puyuh yang lebih modern.

e. Kompetitif

Munculnya pesaing usaha puyuh di daerah lain juga menjadi pesaing yang perlu diwaspadai. Usaha Daffa Puyuh Jaya harus mengupayakan sesuatu yang lebih dimata pelanggan supaya usaha tetap kokoh dan mampu berkembang di tengah persaingan usaha (Wawancara: Arifin&Fatimah tanggal 21 Juni 2022).

C. Analisis SWOT

1. Analisis faktor internal dan faktor eksternal

Dari hasil identifikasi terhadap lingkungan internal dan juga eksternal yang telah dilakukan, maka dapat diidentifikasi bahwa yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Internal

1. Kekuatan (*Strengths*)

- a. Adanya hubungan yang baik dengan pelanggan.
- b. Mempunyai barang dagangan (telur puyuh) yang kualitasnya terjamin/masih *fresh* dikarenakan usaha Daffa Puyuh Jaya dalam sehari-hari selalu menghabiskan telur puyuh yang tersedia.
- c. Produk yang dijual mempunyai nilai manfaat yang tinggi.
- d. Harga produk yang sesuai dengan harga pasaran, tidak mematok harga tinggi (murah) dan terjangkau serta tetap menetapkan kualitas yang baik sehingga menjadi nilai plus tersendiri bagi usaha Daffa Puyuh Jaya.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a. Program perencanaan yang tidak tertulis.

- b. Keterbatasan modal usaha karena berasal dari modal pribadi tanpa bantuan pihak lain.
 - c. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) untuk meringankan dalam proses usahanya tersebut.
 - d. Dalam alat yang digunakan selama berjalannya usaha masih menggunakan alat yang sederhana belum modern.
 - e. Kurang menguasai kemajuan teknologi sehingga kurang pula kegiatan promosi dimana teknologi komunikasi adalah pusatnya untuk kegiatan promosi.
- b. Faktor Eksternal
- 1. Peluang (*Opportunities*)
 - a. Jumlah permintaan konsumen pada usaha Daffa Puyuh Jaya yang tinggi (semakin meningkat).
 - b. Memiliki pelanggan tetap dipasaran yang membutuhkan telur puyuh dari usaha Daffa Puyuh Jaya.
 - c. Lokasi usaha yang sudah banyak diketahui oleh banyak orang dan satu-satunya usaha puyuh di daerahnya.
 - d. Banyaknya konsumen dari luar yang membeli telur puyuh dari usaha Daffa Puyuh Jaya karena Arifin selaku pemilik usaha mempunyai banyak teman sehingga membantu dalam hal promosi.
 - 2. Ancaman (*Threats*)
 - a. Harga prasarana modern lebih mahal
 - b. Munculnya pesaing dari daerah lain
 - c. Mengalami banjir ketika musim hujan dan menyebabkan menghambatnya aktivitas dagang.
 - d. Harga burung puyuh petelur yang semakin meningkat.
 - e. Harga pakan burung puyuh yang lambat laun mengalami kenaikan dari waktu ke waktu.

Tabel 1.5
Matriks Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Daffa Puyuh
Jaya di Desa Nusamangir, Kemranjen, Banyumas

Eksternal/Internal	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan baik dengan pelanggan. 2. Mempunyai barang dagangan yang kualitasnya terjamin/masih <i>fresh</i>. 3. Produk yang dijual mempunyai nilai manfaat yang tinggi. 4. Harga produk yang sesuai dengan harga pasaran, tidak mematok harga tinggi (murah). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Program manajemen yang tidak tertulis. 2. Terbatasnya modal usaha 3. Kurangnya SDM untuk meringankan dalam proses usahanya tersebut. 4. Masih menggunakan alat yang manual belum modern. 5. Kurang menguasai kemajuan teknologi sehingga kurang pula kegiatan promosi.
<i>Opportunities</i> (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO

<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah permintaan konsumen pada usaha Daffa Puyuh Jaya yang tinggi (semakin meningkat). 2. Memiliki pelanggan tetap di pasaran. 3. Lokasi usaha yang sudah banyak diketahui oleh banyak orang. 4. Banyaknya konsumen dari luar sehingga membantu dalam hal promosi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap menjalin hubungan baik dengan pelanggan. 2. Tetap menjual produk/barang dagangan yang berkualitas baik dapat menciptakan pelanggan tetap serta berakibat pada meningkatnya konsumen. 3. Tetap menjual barang dagangan dengan harga murah sehingga berakibat bertambahnya konsumen/pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaiki manajemen untuk mengatasi SDM. 2. Inisiatif melakukan pinjaman kepada pihak bank guna memenuhi permintaan produk konsumen yang meningkat. 3. Memperbarui alat-alat baik produksi maupun manajemen. 4. Meningkatkan kegiatan promosi lewat perkembangan teknologi.
<i>Threats</i> (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga prasarana modern lebih mahal 2. Munculnya pesaing dari daerah lain. 3. Mengalami kebanjiran ketika musim hujan dan menyebabkan menghambatnya aktivitas dagang. 4. Harga burung puyuh petelur yang semakin meningkat. 5. Harga pakan burung puyuh yang lambat laun mengalami kenaikan dari waktu ke waktu. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap mempertahankan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan pemerintah atau lembaga terkait dalam menguatkan modal serta meningkatnya sarana penunjang usaha.

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel 5 dapat diketahui bahwa kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada. Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan

pada lingkungan internal dan juga lingkungan eksternal, maka dapat muncul beberapa alternatif strategi untuk memberikan sumbangsih terkait dengan strategi pengembangan usaha ternak burung puyuh pada peternakan Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas. Adapun strategi hasil analisis SWOT tersebut meliputi:

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi yang diperoleh dari *Strengths* dan *Opportunities*. Strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diambil dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya sebagai berikut:

- a. Tetap menjalin hubungan baik dengan pelanggan.
- b. Tetap menjual produk/barang dagangan yang berkualitas baik dapat menciptakan pelanggan tetap serta berakibat pada meningkatnya konsumen.
- c. Tetap menjual barang dagangan dengan harga murah sehingga berakibat bertambahnya konsumen/pelanggan.

2. Strategi W-O

Strategi WO merupakan strategi yang diperoleh dari *Weaknesses* dan *Opportunities*. Strategi ini bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Strategi yang diambil dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh jaya sebagai berikut:

1. Perbaiki manajemen untuk mengatasi SDM
2. Inisiatif melakukan pinjaman kepada pihak bank guna memenuhi permintaan produk konsumen yang meningkat.
3. Memperbarui alat-alat baik produksi maupun manajemen.
4. Meningkatkan kegiatan promosi lewat perkembangan teknologi.

3. Strategi S-T

Strategi ST merupakan strategi yang diperoleh dari *Strenghts* dan *Threats*. Strategi ini menggunakan kekuatan untuk mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Strategi yang diambil dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya adalah sebagai berikut:

- a. Tetap mempertahankan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing.

4. Strategi W-T

Strategi WT merupakan strategi yang berasal dari *Weaknesses* dan *Threats*. Strategi ini yaitu taktik defensive yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman. Strategi yang diambil dalam pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya yaitu sebagai berikut:

- a. Bekerja sama dengan pemerintah atau lembaga terkait dalam menguatkan modal serta meningkatnya sarana penunjang usaha.

Berdasarkan keempat strategi yang telah dijelaskan di atas, strategi yang paling strategis adalah strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*). Strategi ini memperbaiki kelemahan untuk meraih peluang. Strategi ini memberikan kemungkinan untuk membuat perusahaan bisa berkembang dengan baik dan cepat.

D. Analisis Perspektif Ekonomi Islam

Pada dasarnya, setiap bisnis dalam memasarkan produknya dianggap sebagai media usaha yang sifatnya material untuk mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatkan pendapatan usaha tersebut. Salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan harus mampu meningkatkan pendapatannya yaitu harus meningkatkan pengembangan usaha tersebut. Oleh karena itu pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas dalam mencapai tujuannya yaitu:

- a. Produk

Produk adalah keluaran yang diperoleh dari sebuah proses produksi dan merupakan penambahan nilai dari bahan baku dan juga merupakan komoditi yang dijual perusahaan kepada konsumen (Badrianto, dkk, 2022: 169).

Produk yang dijual oleh usaha Daffa Puyuh Jaya yaitu telur puyuh. Telur yang dijual oleh usaha Daffa Puyuh Jaya kualitas bagus. Produk yang dijual termasuk jenis produk halal, yang tidak mempunyai keraguan pada umumnya, sebagaimana yang terdapat dalam Q.S Al-maidah ayat 3 yang mengatakan bahwa tidak boleh menjual produk yang tidak halal.

b. Harga

Harga yaitu sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Hidayat, 2021: 45).

Harga telur puyuh yang ada pada usaha Daffa Puyuh Jaya memiliki kisaran harga yang strategis. Harga yang ditawarkan sangatlah terjangkau, sesuai dengan daya beli konsumen. Kemampuan konsumen prioritas utama dalam mempertimbangkan harga. Dasar penetapan harga yang dilakukan usaha Daffa Puyuh Jaya cenderung pada kondisi pasaran yang terjadi pada saat itu. Pemilik usaha menerapkan harga yang standar dan hamper sama dengan penjual-penjual telur puyuh yang lainnya.

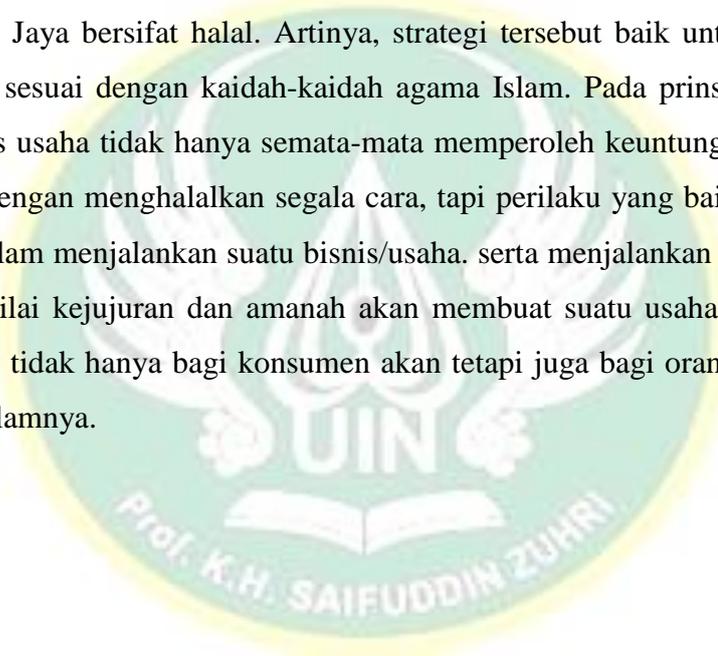
Sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah sebagai pelopor usaha yang bernilai syari'ah harga yang ditawarkan dan pengambilan laba tidak boleh melebihi batas wajar. Karena dalam ketentuan ekonomi Islam, tidak ada Batasan keuntungan yang ingin diperoleh. Boleh saja mengambil keuntungan 10% ataupun 20% asal tidak ada unsur penipuan dalam jual belinya. Konsep ekonomi Islam yang paling prinsip ialah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan serta penawaran. Keseimbangan tersebut terjadi apabila antara penjual dan pembeli saling merelakan (Hidayati, 2018: 78).

Agama Islam telah mengajarkan cara-cara atau strategi dalam mengembangkan usaha Daffa Puyuh Jaya. Strategi itu harus dibuat dengan cara yang adil. Kompetensi yang biasanya terjadi dalam dunia usaha juga harus dilakukan dengan cara sehat (tidak melakukan perbuatan yang menjatuhkan demi memenangkan kompetisi persaingan usaha). semua itu harus dilakukan dengan tujuan mendapat ridho Allah SWT (Wawancara: Arifin tanggal 21 Juni 2022). Dalam menentukan strategi yang tepat, pemilik usaha harus memperhatikan kaidah-kaidah dalam Islam, yaitu:

1. Tidak menjual produk yang haram. Dalam usaha Daffa Puyuh Jaya barang/produk yang termasuk haram ialah barang produksi dengan melalui jalan yang tidak baik.

2. Tidak menimbun barang. Yaitu tindakan menyimpan harta, manfaat, serta jasa yang berakibat melonjaknya harga pasaran secara drastis yang disebabkan persediaan terbatas, sedangkan permintaan produk tersebut meningkat di pasaran.
3. Jujur dalam hidup itu termasuk dalam sifat yang perlu dimiliki oleh pengusaha. Daffa Puyuh Jaya dalam menjalankan usaha berlaku jujur baik dalam menakar timbangan sesuai permintaan konsumen, kualitas yang dijual mempunyai kualitas bagus (Wawancara: Arifin&Fatimah tanggal 21 Juni 2022).

Berkaitan dengan hal tersebut, penerapan strategi pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya bersifat halal. Artinya, strategi tersebut baik untuk dilakukan karena telah sesuai dengan kaidah-kaidah agama Islam. Pada prinsipnya, tujuan serta aktifitas usaha tidak hanya semata-mata memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dengan menghalalkan segala cara, tapi perilaku yang baik tidak boleh diabaikan dalam menjalankan suatu bisnis/usaha. serta menjalankan usaha dengan etika, nilai-nilai kejujuran dan amanah akan membuat suatu usaha lebih berkah dan manfaat, tidak hanya bagi konsumen akan tetapi juga bagi orang-orang yang terlibat di dalamnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan pada usaha Daffa Puyuh Jaya. Maka, dapat diketahui analisis lingkungan internal dan eksternal berupa kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh usaha Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas. analisis lingkungan strategis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. dalam hal ini, analisis SWOT dapat memberikan alternative tpilihan strategi untuk pengembangan usaha Daffa Puyuh Jaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka strategi WO yang diambil adalah:

1. Perbaiki manajemen untuk mengatasi SDM
2. Inisiatif melakukan pinjaman kepada pihak bank guna memenuhi permintaan produk konsumen yang meningkat.
3. Memperbarui alat-alat baik produksi maupun manajemen.
4. Meningkatkan kegiatan promosi lewat perkembangan teknologi.

Dalam perspektif ekonomi Islam proses pemilihan strategi pengembangan untuk usaha Daffa Puyuh Jaya pada dasarnya tidak menyalahi kaidah-kaidah agama Islam yaitu tidak menjual produk yang diharamkan, serta transparan dalam penetapan harga. Pemilik usaha juga tidak melakukan tindakan-tindakan yang menyimpang dari ajaran agama Islam.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mencoba untuk memberikan saran, terutama bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu sebagai berikut:

1. Mempertahankan kualitas produk baik yang ada di usaha Daffa Puyuh Jaya agar kedepannya semakin baik dan masih dapat kepercayaan dari para pelanggan/konsumen.
2. Lebih mempelajari teknologi dan media sosial, supaya usaha tersebut dapat berkembang, karena pada era sekarang sudah banyak transaksi bisnis/usaha terjadi pada media sosial.
3. Lebih memperhitungkan pengeluaran yang dikeluarkan dalam proses usaha dan menentukan harga yang sesuai dengan pengeluaran tersebut, supaya lebih mendapatkan laba dari usaha yang dijalankan.



DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. 2017. "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen". *Jurnal S. Pertanian*. Vol. 1. No. 3.
- Anggito, A. dan Johan, S. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Arifin. 2021. "Jumlah omset usaha ternak Daffa Puyuh Jaya pada bulan Maret-November tahun 2019-2021". *Wawancara dengan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya: 27 Januari 2022*. Nusamangir.
- Arifin. Fatimah, S. 2022. "Strategi yang digunakan dalam usaha Daffa Puyuh Jaya". *Wawancara dengan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya: 21 Juni 2022*.
- Arwi, M, N. 2020. "Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami (Studi kasus Usaha Budidaya Ikan Gurami "Arifin Ikan" di Dusun Nusawaru Desa Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen)". Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Arliawan, S. dan Suryuko, S. 2015. "Pengembangan Usaha UKM Bandeng Duri Lunak di Kelurahan Krobokan Kota Semarang". *Journal of Social and Political of Science*. Vol. 5. No.1.
- Asnawati. 2021. *Kewirausahaan Teori dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Badrianto, dkk. 2022. *Manajemen Operasional (Produksi dan Operasi)*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- Budio, S. 2019. "Strategi Manajemen Sekolah". *Jurnal Menata* Vol. 2. No. 2.
- Daniatun, 2018. "Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara". Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Dewi, S, K, S. 2017. *Konsep dan Pengembangan Keirausahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Edi, F. Rosi, S. 2016. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Syee.
- Ekapriyatna, D, G, B. 2016. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Ananta Guna di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar". *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*. Vol. 7. No. 2.
- Farid. 2017. *Kewirausahaan Syariah*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Fitrah, M. dan Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Jawa Barat: Penerbit CV Jejak.
- Hidayat, A. 2021. *Studi Kelayakan Bisnis*. Sumatera Barat: CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Hidayati, U. 2018. "Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatinegoro Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)" Skripsi. Lampung: UIN Intan Lampung.
- Latifah, E. 2020. *Pengantar Bisnis Islam*. Jawa Tengah: CV. Sarnu Untung.

- Marwiyah. 2021. "Banyaknya jumlah awal tempat usaha ternak burung puyuh dan kondisi letak usaha Daffa Puyuh Jaya". *Wawancara dengan salahsatu peternak burung puyuh yang sudah bangkrut*: 30 September 2021. Nusamangir.
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Mohtar, I. 2019. *Problematika Pembinaan Pendidikan Agama Islam pada Masyarakat*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Nasfi, dkk. 2022. *Strategi Pngmbangan Bisnis: Teori dan Implementasi*. Jawa Tengah: Tahta Media Group.
- Pujiharto, 2020. *Manajemen Strategi Bidang Agribisnis*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Safitri, M, E. dan Maryanti, E. 2019. *Buku Ajar Keirausahaan*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Simarmata, H, M, P, dkk. 2021. *Organisasi Manajemen dan Kepemimpinan*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Siyoto, S. dan Ali, S. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suprihanti, J. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Susanto, I, R. 2017 "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada PT. Patrinsaka". *Jurnal AGORA*. Vol. 5. No. 1.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Taufiqurokhman, 2016. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Wiryoputro, S. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Kristiani*. Jakarta: PT BPK Gunung Mulia.
- Zamzam, F. dan Aravik, H. 2020. *Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

INSTRUMEN PEDOMAN PENELITIAN PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PEMILIK USAHA DAFFA PUYUH JAYA

1. Apa saja kendala dalam menjalankan usaha Daffa Puyuh Jaya?
2. Bagaimana sejarah berdirinya usaha Daffa Puyuh Jaya?
3. Bagaimana letak geografis usaha Daffa Puyuh Jaya?
4. Apa yang menjadi visi dan misi usaha Daffa Puyuh Jaya?
5. Strategi apa yang dilakukan dalam menjalankan usaha Daffa Puyuh Jaya?



**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN SALAHSATU PEMILIK
USAHA PUYUH YANG SUDAH BANGKRUT**

1. Ada berapa usaha burung puyuh yang sudah bangkrut di daerah Nusamangir?
2. Mengapa usaha di daerah Nusamangir selain Daffa Puyuh Jaya mengalami tutup usaha?
3. Bagaimana pendapat Ibu tentang usaha Daffa Puyuh Jaya?



Lampiran 2

HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya

Responden: Arifin dan Siti Fatimah

Waktu: 14 September 2021, 28 Mei 2022, 21 Juni 2022

1. Apa saja kendala dalam menjalankan usaha Daffa Puyuh Jaya?
Responden: selama ini pas menjalankan usaha terdapat beberapa kendala seperti modal minim karena menggunakan keuangan pribadi, SDM terbatas, menggunakan Teknologi sederhana terus pemasaran juga masih menggunakan pemasaran sederhana.
2. Bagaimana sejarah berdirinya usaha Daffa Puyuh Jaya?
Responden: usaha pribadi yang saya beri nama Daffa Puyuh Jaya sesuai nama anak saya dalam menjalankan hanya dibantu isteri saya Siti Fatimah. Sebelum mendirikan usaha Daffa Puyuh Jaya saya hanya seorang sopir pakaian terus saya dan isteri berniat memajukan perekonomian dengan mendirikan usaha ini. Udah lama sejak tahun 2013 sampai sekarang ini. Awal berdiri ngga berkembang seperti sekarang, sekarang kan permintaan telur meningkat malah kurang karena terbatasnya jumlah burung puyuh yak arena sudah memiliki pelanggan tetap dan banyak konsumen dari luar yang datang.
3. Bagaimana letak geografis usaha Daffa Puyuh Jaya?
Responden: kendarang puyuhnya samping rumah saya, jauh dari jalan raya ya mba karena pelosok terus kalau musim hujan sering banjir.
4. Apa yang menjadi visi dan misi usaha Daffa Puyuh Jaya?
Responden: untuk visi dalam usaha saya ya mengembangkan usaha ini supaya lebih berkembang, dan untuk misinya ya berkembangnya usaha yang lebih maju terus menambah pendapatan dan juga meningkatkan sarana serta prasarana.
5. Strategi apa yang dilakukan dalam menjalankan usaha Daffa Puyuh Jaya?
Responden: untuk manajemen belum tersusun dengan baik, untuk pemasaran masih pemasaran sederhana, untuk keuangan hanya menggunakan keuangan pribadi, untuk produksi masih menggunakan alat sederhana, untuk ekonomi dalam usaha saya permintaan konsumen yang semakin meningkat dan menjadi peluang, untuk lingkungan tempat usaha satu-satunya di daerah Nusamangir yang tempatnya masih pada daerah yang kurang strategis rawan banjir ketika hujan, untuk pemerintah belum ikut berperan aktif dalam mengembangkan usaha saya, untuk Teknologi belum menggunakan yang modern dan belum menggunakan social media buat promosi, untuk kompetitif mengupayakan sesuatu yang lebih supaya usaha tetap kokoh.

HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan salahsatu pemilik usaha puyuh yang sudah bangkrut

Responden: Marwiyah

Waktu: 30 September 2021

1. Ada berapa usaha burung puyuh yang sudah bangkrut di daerah Nusamangir?
Responden: Waktu itu di Nusamangir ada 6 tempat usaha puyuh tapi 5 usaha sudah tutup.
2. Mengapa usaha di daerah Nusamangir selain Daffa Puyuh Jaya mengalami tutup usaha?
Responden: Karena mengalami bangkrut (kerugian).
3. Bagaimana pendapat Ibu tentang usaha Daffa Puyuh Jaya?
Responden: Letak Daffa Puyuh Jaya kan di pelosok tapi sudah banyak orang yang tau keberadaannya.



Lampiran 3

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Kemranjen, 30 Juni 2022

Perihal : Surat Keterangan Pelaksanaan Penelitian

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto*Assalamu 'alaikum wr wb*

Menindaklanjuti penelitian mahasiswa untuk penyusunan tugas akhir/skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Ternak Burung Puyuh pada Peternakan Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas Perspektif Ekonomi Islam" pada usaha Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir. Maka dengan itu kami sampaikan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah selesai dalam pelaksanaan penelitian pada usaha Daffa Puyuh Jaya dengan rincian sebagai berikut:

Nama : Nida Ulfa
NIM : 1717201113
Kuliah : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Jurusan : Ekonomi Syariah
Metode Penelitian : Kualitatif, Teknik pengumpulan data wawancara, observasi serta dokumentasi.

Selanjutnya kami sampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat menjaga kerahasiaan perusahaan.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum wr wb*Hormat kami,
Usaha Daffa Puyuh JayaArifin
Ketua

Kemranjen, 28 Mei 2022

Perihal: Surat Persetujuan Ijin Penelitian

Kepada

Yth: Koord Prodi Ekonomi Syariah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu 'alaikum wr wb

Menindaklanjuti perihal surat persetujuan ijin penelitian guna penyusunan tugas akhir /skripsi berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Ternak Burung Puyuh pada Peternakan Daffa Puyuh Jaya di Nusamangir Kemranjen Banyumas". Maka dengan itu kami berkenan untuk memberi ijin kepada:

Nama : Nida Ulfa

Kuliah : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Program Studi : Ekonomi Syariah

Untuk bisa melakukan penelitian guna penulisan tugas akhir dan pengumpulan data-data terkait usaha Daffa Puyuh Jaya yang dibutuhkan. Selanjutnya, yang bersangkutan dapat menjaga kerahasiaan perusahaan.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum wr wb

Hormat kami,
Usaha Daffa Puyuh Jaya



Arifin
Ketua

Lampiran 4**DOKUMENTASI**

Wawancara dengan Arifin dan Siti Fatimah pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya



Wawancara dengan Marwiyah salahsatu pemilik usaha puyuh yang bangkrut



Rumah burung puyuh pada usaha Daffa Puyuh Jaya



Telur burung puyuh pada usaha Daffa Puyuh Jaya



Aktivitas dagang Arifin (Pemilik usaha Daffa Puyuh Jaya)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas Diri**

Nama : Nida Ulfia
NIM : 1717201113
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 14 Desember 1999
Alamat : Nusamangir rt 3/rw 3 Kemranjen, Banyumas
Email : nidaulfia999@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal :
a. TK Pertiwi Nusamangir
b. SD Negeri 1 Nusamangir
c. MTs Ma'arif NU 1 Kemranjen
d. SMA Ma'arif NU 1 Kemranjen
Pendidikan Non-Formal : Pondok Pesantren Modern el-Fira 1
Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. IPPNU Kemranjen
2. PMR
3. Pengurus PPM el-Fira

