

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA  
KELOMPOK TANI TERNAK ITIK “MERI REJEKI” DESA  
REJOSOPINGGIR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

Oleh  
**Rovin Hikmawan**  
NIM: (G94217204)



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, Rovin Hikmawan, G94217204, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik dari UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 17 Mei 2023



Rovin Hikmawan  
NIM. G94217204

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang di tulis oleh Rovin Hikmawan NIM. G94217204 ini telah diperiksa dan disetujui untuk munaqasahkan

Surabaya, 1 Mei 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing



Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M

## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KELOMPOK TANI TERNAK ITIK “MERI REJEKI” DESA REJOSOPINGGIR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

oleh  
Rovin Hikmawan  
NIM: G94217204

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
tanggal 17 Mei 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

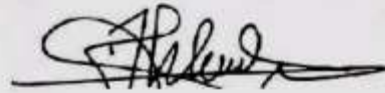
#### Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M  
NIP: 197102261997032001  
(Penguji 1)
2. Dr. H. Abdul Hakim M.E.I  
NIP: 197008042005011003  
(Penguji 2)
3. Helmina Ardyanfitri, M.M  
NIP: 199407282019032025  
(Penguji 3)
4. Siti Kalimah M.Sy  
NIP: 198707272022032001  
(Penguji 4)

#### Tanda Tangan:



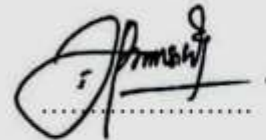
.....



.....



.....



.....

Surabaya, 17 Mei 2023



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300 E-mail:  
perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ROVIN HIKMAWAN  
NIM : G94217204  
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : rovinhikma@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KELOMPOK TANI

TERNAK ITIK “MERI REJEKI” DESA REJOSOPINGGIR DALAM

PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Mei 2026  
Penulis

  
(Rovin Hikmawan)

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki Desa Rejosopinggir Dalam Perspektif Ekonomi Islam” ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana strategi pengembangan usaha yang ada di kelompok tani ternak itik dan bagaimana pandangan ekonomi Islam terkait proses pengembangan usaha yang dilakukan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan Observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan mereduksi data yang telah diperoleh sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah kelompok tani ternak itik Meri Rejeki menggunakan beberapa strategi diantaranya strategi produksi, strategi keuangan, strategi sumber daya manusia, dan strategi pemasaran. Sedangkan pandangan Ekonomi Islam terkait dengan proses pengembangan usaha kelompok tani ternak itik Meri Rejeki secara umum sudah berlandaskan prinsip-prinsip Islam dengan menerapkan sikap jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci, dan membayar zakat, infaq, sadaqah.

**Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Kelompok Tani, Perspektif Ekonomi Islam**



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	9
1.2.2 Batasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian.....	10
1.5.1 Bagi Peneliti .....	10
1.5.2 Bagi Pemerintah .....	10
1.5.3 Bagi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki .....	11
1.6 Kajian Pustaka .....	11
1.7 Definisi Operasional .....	14
1.7.1 Strategi .....	14
1.7.2 Pengembangan Usaha .....	14
1.7.3 Ekonomi Islam .....	14
1.8 Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II KERANGKA TEORI.....	17
2.1 Strategi.....	17
2.1.1 Pengertian Strategi .....	17
2.1.2 Tingkatan Strategi .....	19
2.1.3 Jenis-jenis Strategi.....	21
2.2 Strategi Pengembangan Usaha .....	22
2.2.1 Strategi Produksi .....	24

2.2.2	Strategi Sumber Daya Manusia.....	25
2.2.3	Strategi Keuangan .....	26
2.2.4	Strategi Pemasaran .....	27
2.3	Strategi Pengembangan Usaha dalam Persepektif Ekonomi Islam .....	32
2.3.1	Strategi Produksi .....	32
2.3.2	Strategi Sumber Daya Manusia.....	34
2.3.3	Strategi Keuangan/Modal.....	37
2.3.4	Strategi Pemasaran .....	38
2.4	Kerangka Konseptual.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>43</b>
3.1	Jenis Peneitian .....	43
3.2	Lokasi Penelitian .....	44
3.3	Sumber Data .....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.5	Teknik Keabsahan Data (Triangulasi).....	47
3.6	Teknik Pengolahan Data.....	47
3.7	Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>50</b>
4.1	Gambaran Umum Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki .....	50
4.1.1	Sejarah Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki.....	50
4.1.2	Visi dan Misi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki.....	52
4.1.3	Struktur Organisasi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki .....	53
4.2	Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki ....	54
4.2.1	Strategi Produksi .....	54
4.2.2	Strategi Keuangan/Modal.....	65
4.2.3	Strategi Sumber Daya Manusia.....	66
4.2.4	Strategi Pemasaran .....	67
4.3	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki Desa Rejosopinggir .....	73
4.3.1	Strategi Produksi .....	74
4.3.2	Strategi Keuangan/Modal.....	76
4.3.3	Strategi Sumber Daya Manusia.....	77

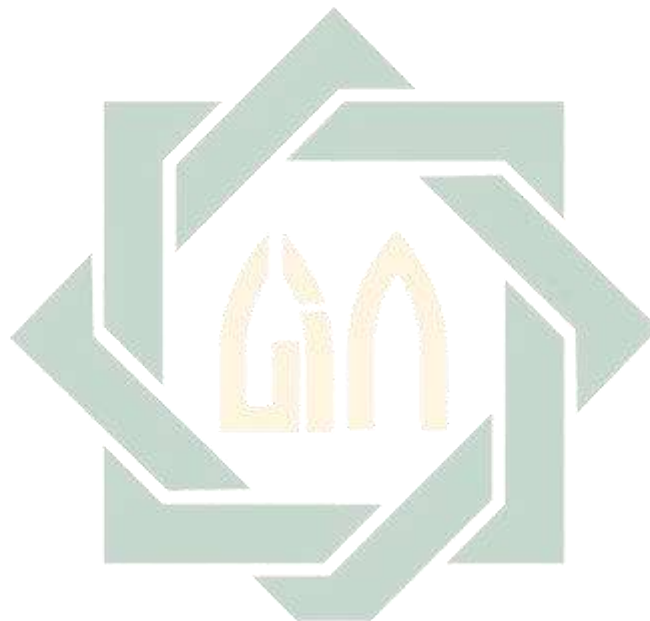
4.3.4 Strategi Pemasaran .....	78
4.4 Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki Dalam Perspektif Islam.....	88
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.1.1 Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki .....	94
5.1.2 Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	95
5.2 Saran .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	97



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian.....	1
Tabel 1.2 Jumlah Populasi Itik Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki.....	3
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki.....	62
Tabel 4.2 Data Pelatihan Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki Tahun 2012 – 2015 .....	66
Tabel 4.3 Harga Produk Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki.....	71



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	41
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki.....	53
Gambar 4.2	Skema Produksi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki Desa Rejosopinggir.....	65



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia disebut negara agraris yang dikenal dengan kekayaan alamnya. Oleh sebab itu banyak penduduk Indonesia bekerja dengan memanfaatkan sumber daya alam seperti bertani, berkebun, dan berternak. Jenis pekerjaan tersebut masuk dalam usaha sektor pertanian. Dalam arti yang luas, sektor pertanian mencakup sub sektor perkebunan, perhutanan, perikanan, dan peternakan. Sektor tersebut berperan penting dalam pembangunan ekonomi yaitu sebagai sumber pendapatan, pengentas kemiskinan, pembuka lapangan pekerjaan, serta peningkatan ketahanan pangan nasional (Alfrida & Noor, 2012:803). Hingga saat ini sektor pertanian masih menjadi pokok andalan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dengan jumlah yang cukup besar (Widyawati, 2017:15).

Sebagai contohnya adalah masyarakat Desa Rejosopinggir, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang. Masyarakat masih mengandalkan sektor pertanian sebagai sumber pendapatan. Hal tersebut dibuktikan dengan data mata pancaharian sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pancaharian**

Mata Pancaharian						
Tahun	Petani/Ternak	PNS	Swasta	Wiraswasta	TNI/POLRI	Linnya
2020	987	46	627	694	11	17

Sumber: Pemerintah Desa Rejosopinggir

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa masyarakat desa Rejosopinggir banyak yang bekerja pada sektor pertanian. Mereka bekerja sebagai petani, pekebun, dan peternak, baik ternak unggas maupun ruminansia. Dalam hal ini kegiatan usaha yang menarik untuk dikaji adalah peternakan itik yang ada di desa Rejosopinggir.

Itik merupakan salah satu bagian dari sumber daya yang dapat dikelola serta menghasilkan nilai ekonomis yang lebih dan sangat berarti bagi kehidupan masyarakat. Peternakan itik sangat potensial untuk dikembangkan, karena secara geografis luas wilayah desa Rejosopinggir adalah 266,03 Ha. Luas tanah tegal dan pekarangan menjadi potensi untuk mengembangkan peternakan itik, karena mayoritas ternak ada pada lahan tegal serta pekarangan. Peternakan itik jika dikelola dengan baik dapat menghasilkan bermacam-macam kebutuhan yang banyak dicari konsumen. Sebagaimana telah diketahui bahwa itik adalah hewan penghasil daging dan telur dalam waktu yang relatif cepat dibandingkan ternak yang lain. Sehingga ternak itik mempunyai potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan maupun dipasarkan, baik dijadikan sebagai pokok usaha maupun sampingan, sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di suatu daerah (Septiyani; et al., 2012:639).

Salah satu industri usaha peternakan itik di desa Rejosopinggir adalah Kelompok Tani Ternak Itik “Meri Rejeki”. Kelompok ini merupakan usaha dalam bidang penetasan itik, budidaya itik petelur, itik pedaging, pengolahan itik, dan pembuatan mesin tetas. Ketua kelompok

tersebut adalah Mujiono. Mujiono merupakan pioner peternak itik di desa Rejosopinggir yang mendirikan kelompok sejak tahun 2010 dengan tujuan untuk mensejahterakan serta meningkatkan ekonomi anggota. Kelompok tani ini mengalami perkembangan usaha dibuktikan dengan jumlah populasi lima tahun terakhir dan bertambahnya anggota kelompok, yang berawal hanya tiga orang menjadi sepuluh orang hingga saat ini yang terdiri dari keluarga dan tetangganya sendiri.

Berikut disajikan jumlah populasi ternak itik Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki pada tahun 2017-2021

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Populasi Itik Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki**

Tahun	Populasi Ternak Kelompok (Ekor)	Keterangan
2017	62.541	Jumlah populasi merupakan jumlah dari itik petelur dan pedaging dan DOD
2018	62.070	
2019	61.124	
2020	42.265	
2021	54.540	

Sumber: Laporan Pembukuan Kelompok

Dari uraian tabel di atas dapat diketahui data populasi ternak Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki. Terdapat penurunan populasi tahun 2020 yang cukup drastis. Hal ini terjadi karena berkurangnya permintaan pasar lokal karena pandemi covid-19 yang memiliki dampak luar biasa terhadap pelaku usaha.

Sebuah usaha yang dijalankan tentu memiliki strategi untuk mengembangkan usahanya. Mengembangkan sebuah usaha dapat dimulai dari usaha itu sendiri dengan membuat rancangan strategi untuk

mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Strategi merupakan proses menentukan langkah-langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang dari perusahaan atau organisasi, dan memanfaatkan semua sumberdaya yang penting untuk meraih tujuan tersebut (Rangkuti, 2006:4). Strategi juga merupakan suatu kegiatan perencanaan pada tujuan jangka panjang yang menjadi fokus suatu organisasi atau kelompok, disertai dengan menyusun langkah-langkah atau cara agar tujuan tersebut dapat dicapai (Amirullah, 2015:5).

Pengembangan usaha adalah kegiatan jual beli yang dilakukan oleh sekumpulan orang dalam organisasi untuk mendapatkan profitabilitas dengan cara memproduksi serta menjual barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Ariyanti & Widaningsih, 2018 : 90). Adapun strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha itu bermacam-macam tergantung dengan kondisi lingkungan usaha tersebut. Keberhasilan usaha yang dijalankan tentu menghadapi kendala yang menghambat proses pengembangan usaha. Oleh sebab itu diperlukan suatu tindakan untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan peneliti ke Mujiono selaku ketua kelompok tani ternak itik Meri Rejeki, masalah yang sering dihadapi oleh pengusaha ternak sebagai berikut. *Pertama*, keterbatasan modal usaha. Modal usaha menjadi masalah konkrit dalam menjalankan usaha, karena berdampak pada perkembangannya sekaligus berperan

penting dalam proses produksi. *Kedua*, kurangnya motivasi, kemampuan, pengetahuan, dan keterbatasan pendidikan sumber daya manusia, karena sumber daya manusia melekat pada pelaksanaan operasional di semua bidang. *Ketiga*, masalah pemasaran terkadang menjadi penghambat usaha serta kurangnya pengelolaan manajemen yang baik, sehingga produk yang dihasilkan menjadi terhambat sehingga tidak berkembang sama sekali.

Melihat beberapa kendala di atas maka diperlukan strategi sebagai dukungan untuk mengembangkan usaha, seperti meningkatkan kinerja, kemampuan, dan kreativitasnya pada bidang fungsional yang meliputi modal usaha, produksi, sumber daya manusia, dan pemasaran, karena bidang tersebut tidak terlepas dari keberhasilan suatu usaha (Siagian, 2007:206). Usaha sendiri diartikan dengan suatu kegiatan yang dilakukan berkesinambungan mulai dari pengadaan barang, produksi, pemasaran, hingga pendistribusian barang maupun jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan (Harmaizar, 2003:14).

Usaha yang dilakukan oleh kelompok tani ternak itik merupakan bagian dari muamalah, dimana kegiatan tersebut terjadi proses transaksi oleh dua orang atau lebih dalam memproduksi dan memasarkan barang atau jasa. Sebagai pelaku usaha tentunya memiliki dasar kaidah sebagai pedoman dalam melakukan usaha. Al-Qur'an dapat dijadikan sebagai dasar pedoman umat Islam dalam menjalankan kegiatan muamalah dan kegiatan yang berhubungan dengan manusia lainnya. Dalam Al-Qur'an terdapat hukum yang mengatur tentang hubungan antar manusia yang bersifat riil untuk

memenuhi kebutuhan hidupnya (Harun, 2017). Terdapat pula pengetahuan tentang hukum dalam usaha untuk memperoleh dan mengembangkan harta, jual beli, dan jasa penitipan antar masyarakat serta bisa dipahami dengan dalil-dalil syara' yang jelas. Selain ibadah *mahdla*, semua kegiatan manusia diatur dalam Al-Qur'an, termasuk melakukan usaha dengan menerapkan Ekonomi Islam (Yazid, 2017:7).

Ekonomi Islam terdiri dari dua kata yaitu ekonomi dan Islam. Ekonomi merupakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana manusia melakukan usaha untuk memperoleh, mengolah barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan, sedangkan Islam merupakan agama yang disandarkan pada sumber Al-Qur'an dan Hadis yang menjadi pedoman hidup seluruh umat. Jadi ekonomi Islam merupakan sebuah sistem ilmu pengetahuan yang diadopsi dari Al-Qur'an dan Hadis dan digunakan sebagai pondasi dalam melakukan kegiatan perekonomian, serta berupaya menyelesaikan permasalahan dalam kegiatan ekonomi dengan cara-cara Islami, agar mencapai *fallah* atau keberkahan dunia dan akhirat (Musfiqoh & Bukhori, 2014).

Suatu hal yang penting dalam melakukan usaha dengan menerapkan ekonomi Islam yaitu dengan memberikan keadilan dan keseimbangan di dalam bidang usaha. Hal tersebut akan membawa usahanya pada jalur yang benar. Beberapa prinsip yang perlu dilakukan dalam menerapkan strategi pada usahanya meliputi sikap yang jujur, ikhlas, professional, mempererat tali silaturahmi, niat ibadah, dan melaksanakan sadaqah (M. Abdullah,

2013:30). Tidak juga diperbolehkan melakukan usaha yang terdapat unsur *riba*, *maisyir* (judi), dan *gharar* atau ketidakpastian (Kurniawan, 2017).

Hal tersebut sudah tercantum dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275:

..... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: ... Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*.

Maksud dari ayat di atas ialah setiap melakukan kegiatan ekonomi Allah SWT menyuruh kepada umat manusia untuk melakukan usaha yang halal, seperti jual beli. Kemudian melarang umatnya untuk menggunakan cara-cara buruk seperti kegiatan usaha yang mengandung unsur *riba*, melakukan penipuan, mempermainkan timbangan, berjudi, dan cara batil lainnya.

Pada kondisi ekonomi saat ini, banyak peternak melakukan usaha yang berfokus pada keuntungan semata. Tidak sedikit peternak melakukan perbuatan yang melanggar syariat Islam, seperti melakukan kecurangan dengan rekan kerja, penipuan pada proses jual beli, kurang memperhatikan kondisi kandang pada proses produksi yang dapat menimbulkan bau tidak sedap, serangan lalat dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat berdampak pada kalangsungan hidup usahanya seperti penutupan kegiatan operasional akibat mengganggu masyarakat sekitar dan lingkungan.

Berbeda dengan anggota kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yang memperhatikan resiko yang mungkin terjadi pada kegiatan operasionalnya baik dengan sesama anggota maupun orang lain. Sehingga

kelompok tani ternak itik Meri Rejeki masih eksis menjalankan usahanya hingga saat ini meskipun beternak di tengah-tengah permukiman masyarakat.

Oleh karena itu menerapkan akhlak sebagai strategi yang baik perlu dilakukan serta dijunjung tinggi oleh pelaku usaha sehingga tercipta profesionalisme dalam bekerja dan mendatangkan suatu kebaikan. Hal tersebut dibenarkan oleh Allah SWT dalam firman-Nya Al-Qur'an Surat An-nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.*

Maksud dari ayat di atas adalah Allah SWT melarang manusia mendapatkan harta dari sesama secara batil dengan melakukan perniagaan, kecuali dengan jalan perniagaan atas dasar saling ridho yang boleh dilakukan. Kemudian melarang umatnya melakukan perbuatan yang dapat mencelakai dirinya sendiri karena perbuatannya yang melanggar syariat. Sesungguhnya Allah SWT sayang kepada umatnya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh kelompok tani ternak itik desa Rejosopinggir dalam menjalankan usahanya, serta menganalisis dengan sudut pandang ekonomi

Islam tentang usaha yang dijalankan. Maka dengan ini penulis mengambil judul, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki Desa Rejosopinggir Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

## **1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat mengidentifikasi permasalahan yang ada pada usaha peternakan dalam pengembangan usahanya seperti keterbatasan modal, kurangnya pengembangan sumber daya manusia, kurangnya aktivitas pemasaran, kecurangan terhadap rekan kerja, menipu saat jual beli, kurang memperhatikan kondisi kandang, munculnya bau tidak sedap, serangan lalat dan tidak ramah lingkungan, serta perlu adanya analisis strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam.

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, peneliti mengambil batasan masalah agar penelitian terfokus dan tepat, yaitu:

- a. Strategi pengembangan usaha kelompok tani ternak itik Meri Rejeki desa Rejosopinggir.
- b. Strategi pengembangan usaha kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dalam perspektif ekonomi Islam.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki desa Rejosopinggir?

2. Bagaimana perspektif ekonomi Islam tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki desa Rejosopinggir?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang digunakan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki desa Rejosopinggir.
2. Untuk menganalisis pandangan ekonomi Islam tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki desa Rejosopinggir.

#### **1.5 Kegunaan Hasil Penelitian**

##### **1.5.1 Bagi Peneliti**

Diharapkan peneliti dapat mengimplementasikan teori-teori dan ilmu pengetahuan secara umum, serta ilmu Ekonomi Syariah dalam bidang pengembangan usaha, serta peneliti dapat menambah wawasan, khazanah, dan ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan. Kemudian dapat menjadi kontribusi peneliti untuk memberi masukan kepada pihak-pihak terkait dalam mengembangkan usahanya.

##### **1.5.2 Bagi Pemerintah**

Dapat dijadikan sebagai contoh oleh daerah lain apabila ada masyarakat di daerah tersebut yang ingin berwirausaha, agar potensi perekonomian di suatu daerah dapat tumbuh dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

### 1.5.3 Bagi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki

Dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk usahanya agar dapat berkembang dengan baik kedepannya, dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

## 1.6 Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah penjelasan singkat terkait dengan penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penjelasan tersebut mengenai masalah yang diteliti, jenis penelitian yang dilakukan, serta menggambarkan dengan jelas bahwa penelitian yang dilakukan tidak ada unsur pengulangan atau duplikasi dari kajian pustaka yang sudah ada dan menjadi pembanding untuk memperjelas penelitian.

1. Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Komunitas (Studi Kasus Konveksi Jack Tailor Di Desa Ciperna)”. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa melakukan kegiatan perekonomian di usaha konveksi ialah bertumpu pada sumber daya manusia dan sumber daya alam. Sebab laju pertumbuhan penduduk Indonesia semakin meningkat, maka permintaan kebutuhan pakaian juga meningkat. Oleh sebab itu diperlukan pengembangan usaha dengan memberdayakan sumber daya manusia yang ada di sekitarnya. Tidak hanya sumber daya manusia yang dikembangkan, namun proses pemasaran juga diterapkan dengan melakukan promosi secara lisan dan menitipkan produknya ke beberapa UKM sekitar. Dalam melakukan usahanya mereka tidak melanggar syariat seperti berbohong dalam

berpromosi, profesional, dan lain sebagainya, sehingga banyak konsumen dalam kota maupun luar kota yang tertarik dengan usaha konveksi tersebut (Mutakin & Ridwan, 2020).

2. Penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang”. Dalam penelitian ini dijelaskan beberapa komponen pengembangan usaha yang menjadi pokok penelitian, antara lain produksi, pemasaran, penetapan harga, dan strategi yang digunakan. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi yang dihasilkan memiliki mutu yang baik, namun terkendala pada sumber daya manusia yang kurang memadai karena tidak ada kemauan untuk membuat, permodalan yang masih kurang, pemasaran yang belum efisien, serta strategi manajemen yang tidak rapi (Amalia et al., 2018).
3. Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection”. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa pendampingan dan pembinaan modal usaha sangat penting dilakukan untuk mendapatkan manfaat yang maksimal. Hal yang paling berpengaruh dalam menjalankan usaha ialah modal usaha, proses produksi, sumber daya manusia, dan pemasaran. Keempat unsur tersebut tidak bisa dipisahkan dari proses pengembangan usaha pada pengusaha Baju Bayi Indra Collection (Suparwo et al., 2018).
4. Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usahatani Sayuran Organik Kelompok Tani Cempoko Mulyo Kabupaten Boyolali”. Dalam

penelitian ini peneliti menemukan beberapa permasalahan seperti kurang efektifnya penetapan harga, modal usaha, dan pemasaran yang belum pasti. Setelah diteliti mendapatkan hasil strategi yang harus dipertahankan dan dilakukan oleh kelompok tani tersebut. Strategi yang harus dipertahankan ialah kualitas dari sayuran yang sangat bagus tidak menggunakan bahan kimia, dan berbagai macam jenis sayuran yang menjadi keunggulannya. Kemudian strategi yang harus dilakukan ialah dengan menjalin kerjasama dengan mitra kerja petani sayuran dan pemerintah untuk mendapatkan bantuan materil dan non-materil sehingga pengembangan usaha kelompok tani akan meningkat (Samodro & Yulawati, 2018).

5. Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui permasalahan UMKM di Yogyakarta. Dikarenakan telah terjadi penurunan penyerapan tenaga kerja dalam kurun waktu tertentu. Hal ini terjadi karena kurangnya ketersediaan tenaga ahli, proses produksi, modal kerja, pemasaran, dan strategy khusus, yang menyebabkan pengembangan usaha terhambat. Oleh karena itu diperlukan strategi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut (Hamid & Susilo, 2011).

Secara garis besar, persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah meneliti sebuah usaha dalam bentuk komunitas. Sedangkan pembeda dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang

telah diuraikan diatas adalah objek penelitian yang berbeda lokasi. Peneliti menganalisis lebih mendalam tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki serta menganalisis dengan perspektif ekonomi Islam tentang strategi pengembangan usaha yang dijalankan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki.

## **1.7 Definisi Operasional**

### **1.7.1 Strategi**

Menurut Ritonga strategi merupakan pengalokasian sumber daya yang memungkinkan setiap organisasi dapat mempertahankan kinerjanya sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi-strategi tersebut (Ritonga, 2020:3)

### **1.7.2 Pengembangan Usaha**

Menurut Ariyanti & Widaningsih pengembangan usaha adalah kegiatan jual beli yang dilakukan oleh sekumpulan orang dalam organisasi untuk mendapatkan profitabilitas dengan cara memproduksi serta menjual barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Ariyanti & Widaningsih, 2018:90).

### **1.7.3 Ekonomi Islam**

Menurut Musfiqoh & Bukhori ekonomi Islam merupakan sebuah sistem ilmu pengetahuan yang diadopsi dari Al-Qur'an dan Hadis yang digunakan sebagai pondasi dalam melakukan kegiatan perekonomian. (Musfiqoh & Bukhori, 2014)

## 1.8 Sistematika Pembahasan

Skripsi ini terdiri dari enam bab. Setiap bab memiliki sub bab yang bertujuan untuk mempermudah pembaca sekaligus memberikan gambaran tentang isi yang ditulis dalam skripsi ini. Berikut sistematika pembahasan dalam skripsi ini:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kontribusi riset, dan sistematika pembahasan, serta memuat hal-hal mendasar dan penting yang digunakan sebelum inti pembahasan.

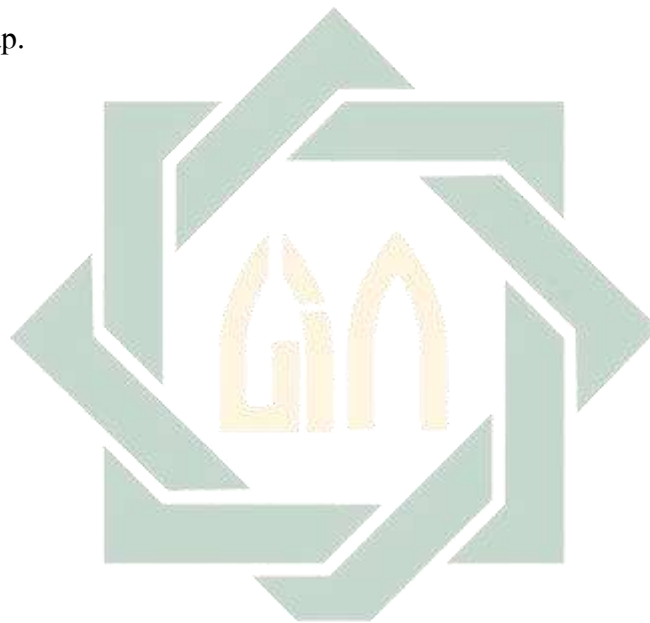
Bab II Kerangka Teori, pada bab ini berisi pengertian strategi, tingkatan strategi, jenis-jenis strategi, strategi pengembangan usaha, strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam dan kerangka konseptual.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini berisi tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini berisi tentang gambaran umum kelompok tani ternak itik Meri Rejeki, penerapan strategi pengembangan usaha kelompok tani ternak itik Meri Rejeki, pandangan ekonomi Islam tentang strategi pengembangan usaha kelompok tani ternak itik Meri Rejeki.

Bab V Analisis, pada bab ini berisi tentang analisis tentang pengembangan usaha kelompok tani Meri Rejeki dan tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi dalam mengembangkan usaha kelompok tani Meri Rejeki.

Bab VI Penutup, pada bab ini berisi tentang akhir dari pembahasan berupa kesimpulan, pemberiann saran, dan diakhiri dengan kalimat penutup.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Strategi**

##### **2.1.1 Pengertian Strategi**

Strategi merupakan sebuah kata yang berasal dari Yunani, yaitu “Strategos” yang memiliki arti sesuatu yang dikerjakan oleh pemimpin dalam peperangan dalam menentukan rencana untuk memenangkan peperangan. Pada umumnya strategi ini berkembang pada domain militer pada zaman dahulu yang identik dengan peperangan. Oleh karena itu strategi digunakan sebagai upaya untuk menaklukkan musuh (Aldi, 2015:66). Pengertian Strategi dalam ruang lingkup ekonomi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menguasai pangsa pasar dan berusaha untuk mengalahkan kompetitor yang ada. Strategi merupakan sebuah rencana organisasi yang luas, komprehensif, terpadu, dan digunakan mencapai tujuan organisasi dengan cara yang terbaik (Amirullah, 2015:4).

Menurut Umar (2008:31) strategi adalah proses menentukan rencana yang dilakukan oleh para pimpinan puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan menyusun cara-cara untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan menurut Ritonga (2020:3) strategi merupakan pengalokasian sumber daya yang memungkinkan setiap organisasi dapat mempertahankan kinerjanya sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi-strategi tersebut.

Dalam kata strategi terdapat arti sekumpulan rancangan tindakan kemampuan internal perusahaan dan tuntutan eksternal pada industri itu sendiri. Perusahaan perlu menyusun strategi untuk mencapai tujuan, baik dalam kurun waktu terdekat maupun waktu yang lama dengan merumuskan beberapa komponen antara lain: visi, misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Strategi dibutuhkan oleh perusahaan ketika ada perkembangan masyarakat, kemajuan teknologi, dan pertumbuhan pasar secara global. Hal ini akan menjamin suatu perusahaan akan berkembang dan bertahan dimasa yang akan datang. Apabila didefinisikan ke dalam kompetisi bisnis di era 1990-an mengatakan bahwa strategi merupakan menetapkan arah kepada manajemen dalam artian orang tentang sumber daya didalam bisnis atau tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan dalam pasar. Dengan kata lain, strategi mengandung dua komponen yakni: *future intentions* atau tujuan jangka panjang serta *competitive advantage* atau keunggulan bersaing (Dirgantoro, 2001:5).

Dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi secara umum adalah cara untuk mencapai suatu tujuan disertai dengan aktivitas-aktivitas penting yang mendukung untuk mencapai suatu tujuan. Strategi telah menjadi satu istilah yang umum dalam lingkup perusahaan atau organisasi dengan tujuan mencapai sesuatu dengan rencana permainan yang dilakukan oleh perusahaan. Adapun tujuan strategi yang digunakan ialah untuk mencapai posisi paling tinggi dibandingkan dengan kompetitornya atau

mempertahankan posisi sebelumnya. Hal ini dapat diraih apabila organisasi dapat memanfaatkan seluruh peluang yang memungkinkan dirinya mendapatkan keuntungan dari keunggulan bidang yang dimiliki.

### **2.1.2 Tingkatan Strategi**

Terdapat tiga tingkatan strategi dalam suatu perusahaan menurut Siagian (Siagian, 2003:22). Berikut penjelasan tiga tingkatan strategi sebagai berikut:

#### **2.1.2.1 Strategi Korporasi**

Strategi korporasi merupakan strategi yang berkaitan dengan tujuan atau misi perusahaan, dan sering disebut sebagai strategi pokok dari bidang yang digeluti oleh organisasi. Seperti meningkatkan kinerja perusahaan meliputi keuangan dan non keuangan, menjaga nama baik perusahaan, dan memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan. Secara sederhana strategi ini dapat dinyatakan sebagai bisnis yang harus dipilih, dijalankan, serta memiliki tujuan yang jelas.

#### **2.1.2.2 Strategi Bisnis**

Strategi bisnis atau bisa disebut dengan strategi unit bisnis yang berkaitan dengan persaingan produk maupun jasa di pasar serta bagaimana produk dan jasa yang dimiliki dapat bersaing dalam satu industri. Pada tingkat ini perusahaan diharuskan lebih kompetitif dalam terhadap unit bisnisnya agar dapat tumbuh dan juga berkembang. Sehingga tidak akan kesulitan dalam mengatur bisnis

dan menghadapi persaingan yang beragam di pasar. Ada tiga dasar pertanyaan yang ditujukan pada tiga strategi tingkat ini seperti dimana seharusnya kita bersaing, produk apa yang digunakan untuk bersaing, dan bagaimana cara bertahan lama di pasar yang telah dipilih. Perusahaan harus mendapatkan semua jawaban dari perusahaan itu untuk mendapatkan strategi.

### 2.1.2.3 Strategi Fungsional

Strategi Fungsional ialah strategi pendukung dari strategi sebelumnya atau bisa disebut dengan fungsi dalam menerapkan strategi kompetitif atau pada tingkat strategi bisnis. Dalam tingkatan ini strategi fungsional dibagi menjadi beberapa unit strategi yang digunakan dalam bidang tertentu seperti strategi pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan keuangan.

Strategi pemasaran digunakan untuk memilih pasar yang akan dituju, keadaan pasar yang diinginkan, dan lain sebagainya. Kemudian strategi produksi, digunakan untuk menetapkan apa yang menjadi produk unggulan, produk kompetitif, dan lain sebagainya yang sesuai dengan kompetensi yang ada. Strategi sumber daya manusia, strategi ini paling penting karena setiap fungsional memerlukan sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya, maka pemilihan sumber daya manusia yang tepat perlu dilakukan. Strategi keuangan atau modal, strategi ini berkaitan dengan pendanaan dari seluruh unit fungsional meliputi produksi,

pemasaran, sumber daya manusia, dan bagaimana cara mendapatkan dana tersebut serta penggunaannya.

Strategi fungsional dapat diartikan sebagai aktivitas jangka pendek. Tiap unit fungsional di suatu perusahaan atau organisasi dan sangat berperan dalam penerapan strategi yang besar di perusahaan. Pada tingkat ini perusahaan memanfaatkan seluruh sumber daya untuk memperbaiki kinerja perusahaan dengan cara memadukan setiap kekuatan yang dimiliki tiap kegiatan dengan unit fungsional perusahaan.

### **2.1.3 Jenis-jenis Strategi**

Terdapat tiga prinsip dasar strategi yang dapat dikelompokkan yaitu, strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis (Rangkuti, 2006:7). Berikut penjelasan dari ketiga jenis strategi antara lain:

#### **2.1.3.1 Strategi Manajemen**

Strategi manajemen merupakan strategi yang dapat digunakan oleh manajemen dengan berpacu pada orientasi pengembangan strategi secara mikro. Seperti, strategi dalam pengembangan produk, strategi dalam *pricing*, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar serta strategi dalam hal keuangan.

#### **2.1.3.2 Strategi Investasi**

Strategi Investasi digunakan melalui kegiatan yang berorientasi pada investasi. Contohnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha

mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi investasi dan lain sebagainya.

### **2.1.3.3 Strategi Bisnis**

Lain hal dengan tipe strategi sebelumnya, strategi bisnis dapat diartikan sebagai strategi bisnis secara fungsional karena berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, seperti strategi pemasaran, strategi distribusi, strategi organisasi, strategi operasional serta strategi yang berhubungan dengan keuangan.

## **2.2 Strategi Pengembangan Usaha**

Pengembangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah suatu proses, cara, dan mengembangkan. Pengembangan juga merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh pengusaha, pemerintah, dan masyarakat melalui pemberdayaan untuk menumbuhkan serta meningkatkan kemampuan usaha tersebut agar menjadi sebuah usaha yang mandiri (Bismala et al., 2018:90). Semakin tinggi kebutuhan masyarakat maka perusahaan penyedia kebutuhan tersebut juga akan meningkat perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Sehingga diperlukan perbaikan pelaksanaan kerja dengan cara memberikan informasi, pengaturan, pengarahan dan pedoman di masa sekarang maupun yang akan datang untuk menghadapi tantangan eksternal suatu usaha.

Pengertian usaha sendiri adalah kegiatan yang melibatkan badan, tenaga dan pikiran untuk menyatakan suatu maksud. Usaha disebut juga

melakukan kegiatan dengan tetap dan dilakukan secara berkesinambungan dengan tujuan mendapatkan keuntungan, yang di dalamnya terdapat kegiatan produksi dan distribusi, baik dilakukan oleh individu, kelompok, badan hukum yang berada dalam suatu negara (Harmaizar, 2003:14).

Dapat disimpulkan bahwa, pengembangan usaha adalah kegiatan jual beli yang dilakukan oleh sekumpulan orang dalam organisasi untuk mendapatkan profitabilitas dengan cara memproduksi serta menjual barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Ariyanti & Widaningsih, 2018:90). Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu proses perbaikan kinerja perusahaan pada masa sekarang dan yang akan datang. Kemudian mengembangkan kegiatan ekonomi dalam meningkatkan produktivitas serta kualitas usaha di bidang permodalan, produksi, sumber daya manusia, dan pemasaran dengan mengerahkan tenaga dan pikiran untuk meraih tujuan tertentu.

Dalam pengembangan usaha perlu dibutuhkan strategi-strategi agar dapat mencapai tujuan dari usaha tersebut. Dalam hal ini, strategi yang difokuskan untuk pengembangan usaha yakni strategi bisnis. Strategi bisnis dapat disebut dengan strategi fungsional, karena strategi ini berorientasi pada fungsi manajemen. Dalam menjalankan bisnis suatu perusahaan harus mempunyai bidang-bidang fungsional utama dengan tujuan agar bersaing secara kompetitif dengan pesaing bisnisnya. Adapun komponen strategi fungsional antara lain: (Selaras, 2018)

## **2.2.1 Strategi Produksi**

Strategi produksi memiliki tujuan untuk menetapkan sesuatu yang menjadi produk baru, produk unggulan, dan produk kompetitif, sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Strategi produksi berkaitan dengan sistem produksi, perencanaan dan pengendalian operasional, penelitian dan pengembangan (Selaras, 2018:7). Strategi produksi dapat melihat dan menilai seberapa efisien sumber daya yang digunakan untuk proses pengelolaan jangka panjangnya.

### **2.2.1.1 Sistem Produksi**

Sistem produksi berkaitan dengan jumlah kapasitas, tata letak dan lokasi, produk, sistem kerja, tingkat otomatisasi, tingkat integrasi vertikal, dan faktor-faktor tersebut. Beberapa faktor sistem produksi harus diperhitungkan dalam menerapkan strategi, karena keputusan-keputusan yang bersifat jangka panjang akan dilibatkan serta mempengaruhi kemampuan operasional organisasi dalam menerapkan strategi untuk mencapai tujuan.

### **2.2.1.2 Perencanaan Operasi dan Pengendalian**

Perencanaan operasi dan pengendalian sangat berkaitan dengan strategi perencanaan produksi, biaya, persediaan, pasokan bahan, manajemen kualitas, pemeliharaan peralatan dan pabrik. Pelaksanaan strategi bertujuan untuk mengetahui efisiensi sumber daya yang digunakan serta bagaimana cara yang digunakan dalam mengelola operasi sehari-hari dalam tujuan jangka panjang.

### 2.2.2 Strategi Sumber Daya Manusia

Kemampuan bersaing secara kompetitif suatu perusahaan ditentukan oleh sumber daya manusianya. Sumber daya manusia berperan pada suatu organisasi secara efektif menangani lingkungan eksternal, fungsi manajemen sumber daya manusia diterima sebagai mitra strategis dalam perumusan strategi organisasi yang pelaksanaannya dilakukan melalui perencanaan sumber daya manusia, ketenagakerjaan, pelatihan, penilaian, serta memberikan hadiah pada personil (Suherman et al., 2018:52). Strategi ini memberikan penekanan agar suatu organisasi dapat menentukan pilihan dan memanfaatkan tenaga kerja dengan baik.

Kegiatan manajemen sumber daya manusia memiliki tiga tahapan yakni pengadaan, penggunaan dan pemeliharaan. Kompetensi serta loyalitas karyawan juga merupakan komponen penting bagi suatu perusahaan, dimana hal tersebut dapat dilakukan pada tahap pengadaan melalui perekrutan dan seleksi, pelatihan, penilaian, dan kompensasi.

- a. Rekrutmen dan penyeleksian dilakukan dengan tujuan agar perusahaan mendapatkan tenaga kerja yang berkompeten.
- b. Pelatihan dilakukan agar karyawan lebih terlatih dalam melakukan pekerjaan mereka.
- c. Penilaian kinerja dilakukan untuk mengidentifikasi kekurangan atau evaluasi kinerja karyawan yang kemudian perusahaan dapat memberikan solusi dan pelatihan.

d. Kompensasi dilakukan perusahaan dengan memberikan penawaran gaji atau penawaran yang menarik kepada tenaga kerja mereka, sehingga perusahaan dapat mempertahankan tenaga kerja yang berkompeten dibidangnya.

Tahap penggunaan perlu memperhatikan kesesuaian antara kebutuhan sumber daya manusia dengan kemampuan sumber daya manusia. Selain itu, hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai kesempatan memperoleh pelatihan dan pendidikan, supervisi, penilaian kinerja, imbalan serta jaminan perlindungan dan kesehatan kerja. Pada tahapan akhir yakni tahapan pemeliharaan, tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengetahui cara atau solusi agar karyawan puas dalam bekerja (Siagian, 2004:222-223).

### **2.2.3 Strategi Keuangan**

Strategi keuangan berfungsi untuk mengecek keuangan suatu organisasi atau perusahaan serta merencanakan tindakan terbaik dalam keuangan. Strategi keuangan bertujuan untuk menyediakan struktur keuangan dan modal yang cukup agar perusahaan dapat mencaai tujuan. Strategi keuangan diharapkan mampu dalam menentukan arus penggunaan modal baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Pada umumnya, strategi ini berfokus pada tiga hal yakni bagaimana perusahaan memperoleh modal, alokasi kapital serta manajemen modal kerja yang termasuk dalam hal pembagian keuntungan atau laba (Siagian, 2004:213). Dalam penerapannya, bagian keuangan bertanggung jawab atas semua

hubungan antara organisasi dan beberapa stakeholder yang penting seperti investor, Badan Pengawas Modal, dan kantor pajak.

#### **2.2.4 Strategi Pemasaran**

Menurut Kotler dan Amstrong, pemasaran merupakan suatu proses individu dengan individu dan kelompok dengan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling bertukar produk serta nilai satu sama lain (Kotler & Amstrong, 1997). Pemasaran digunakan untuk menilai, memenuhi kebutuhan dan keinginan individu maupun kelompok dengan membuat produk lalu menawarkan dan menukarkannya. Faktor penting yang dapat memengaruhi pemasaran adalah pelanggan dan kompetitor. Oleh sebab itu, strategi pemasaran yang tepat perlu digunakan untuk mengelolai faktor-faktor tersebut secara efektif dan efisien. Strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pemberian brand pada produk, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan lain sebagainya. Strategi pemasaran dapat disusun dengan langkah-langkah sebagai berikut (Saleh & Said, 2019:55).

##### **2.2.4.1 Langkah-Langkah Strategi Pemasaran**

###### **a. Segmentasi pasar**

Segmentasi pasar yaitu tindakan mengidentifikasi, membentuk kelompok pembeli secara terpisah, dimana setiap segmen konsumen mempunyai ciri khas, kebutuhan produk, dan

bauran pemasaran tersendiri. Segmentasi pasar bertujuan untuk mengelompokkan mereka pada satu kesatuan.

b. *Targeting*

*Targeting* adalah tindakan memasuki pasar dengan memilih satu atau lebih segmen pasar dengan mempertimbangkan segmentasi pelanggan dan kesesuaian produk atau jasa yang ditawarkan menjadi proses dalam *targeting ini*.

c. *Positioning*

*Positioning* merupakan proses menentukan posisi produk secara baik sehingga produk suatu perusahaan dapat diketahui oleh pasar atau pelanggan yang menjadi sasaran perusahaan.

#### 2.2.4.2 Unsur Taktik Pemasaran

a. Diferensiasi

Diferensiasi berhubungan dengan cara membangun strategi pemasaran dalam berbagai aspek perusahaan. Faktor pembeda antara diferensiasi yang dilakukan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya ialah fokus dari membangun strategi pemasaran (Saleh & Said, 2019:95).

b. *Marketing mix*

Bauran pemasaran merupakan bagian penting dari strategi pemasaran yang kompetitif. Bauran pemasaran merupakan komponen pemasaran yang terkontrol yang menyesuaikan

perusahaan untuk mendapatkan atensi yang diharapkan dari pasar. Bauran pemasaran terdiri atas empat komponen yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. komponen tersebut dikenal dengan 4P yakni *product*, *price*, *place*, and *promotion* (Syukur & Syahbudin, 2020:72). Dimana semua komponen bauran pemasaran tersebut dipadukan ke dalam program yang terorganisir dan dirancang agar mencapai tujuan pemasaran, dan membuat sistem pemasaran yang efektif.

*Pertama*, yaitu produk (*product*) yang diartikan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada target pasar mereka. Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen serta bisa memenuhi kebutuhan mereka, dengan kata lain konsumen mendapatkan manfaat dari produk tersebut (Jayanti Mandasari et al., 2019:36).

*Kedua*, yaitu harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan kepada produsen untuk mendapatkan produk yang ditawarkan. Harga produk merupakan cerminan dari nilai dan utilitas untuk konsumen, permintaan, keamanan, kualitas, kehandalan, persaingan yang dihadapi, laba yang diinginkan, dan lain sebagainya (Abdullah, 2014).

*Ketiga*, lokasi (*place*) merupakan tempat kegiatan perusahaan dalam membuat produk. *Place* juga dapat dikatakan sebagai saluran distribusi produk dari produsen ke konsumen.

Kebijakan distribusi perusahaan ialah faktor penting untuk keputusan pemasaran.

*Keempat*, yaitu promosi (*promotion*) adalah kegiatan mengenalkan dan mempersuasi manfaat-manfaat produk ke konsumen agar mereka tertarik untuk membeli. Berbagai cara dapat dilakukan dalam kegiatan promosi ini seperti *personal selling*, periklanan, publisitas, hubungan masyarakat, serta promosi penjualan (Saleh & Said, 2019:143).

- 1) *Personal selling*, adalah komunikasi secara langsung langsung antara penjual dan pembeli untuk mengenalkan produk ke calon konsumen serta membentuk hubungan dengan konsumen.
- 2) Periklanan, adalah bentuk promosi yang banyak digunakan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk kepada konsumen.
- 3) Publisitas, adalah bentuk promosi dengan memberikan ide, barang maupun jasa dengan bantuan media yang ada, dimana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu.
- 4) Hubungan masyarakat, adalah bentuk komunikasi suatu perusahaan untuk memengaruhi opini, persepsi dan sikap masyarakat terhadap perusahaan tersebut secara menyeluruh.

5) Promosi penjualan, adalah bentuk ajakan langsung melalui penggunaan berbagai insentif untuk mempengaruhi calon konsumen agar membeli produk dengan segera dan meningkatkan jumlah penjualan.

Adapun fungsi dari strategi pemasaran yang baik dapat mencegah reaksi yang tidak tanggap terhadap suatu masalah dan bahkan membantu mengantisipasi masalah tersebut. Upaya strategi yang telah dipilih, dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang dibangun berdasarkan konsep. Fungsi strategi pemasaran antara lain (Nurlatifah & Masykur, 2017).

- 1) Sebagai respon organisasi dalam menanggapi dan menyesuaikan diri pada lingkungan siklus bisnis.
- 2) Sebagai upaya agar dapat membedakan dirinya dengan pesaing menggunakan kekuatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.
- 3) Sebagai salah satu kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua mitra di lingkungan internal organisasi.
- 4) Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi.
- 5) Sekaligus alat fundamental guna mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar.

## **2.3 Strategi Pengembangan Usaha dalam Persepektif Ekonomi Islam**

Agama Islam menyuruh setiap manusia untuk beriman, beribadah, beramal saleh, berusaha, dan bekerja secara halal. Bekerja membuat manusia melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari perbuatan terlarang serta meraih tujuan yang sudah dirancang. Bekerja dilakukan agar individu dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarga serta berbuat baik pada sesama. Sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam sudah menekuni dunia bisnis dan mayoritas berhasil dengan bisnisnya.

Hal tersebut tidak lepas dari fondasinya yakni ekonomi syari'ah dan nilai-nilai keislaman untuk membangun kehidupan bisnisnya. Baik alam hal transaksi dan hubungan perdagangan maupun manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan bisnisnya berpedoman pada nilai-nilai keislaman.

### **2.3.1 Strategi Produksi**

Produksi merupakan proses ekonomi untuk mengubah faktor produksi menjadi hasil produksi dengan menggunakan sumber daya untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan.

Sedangkan definisi produksi dalam perspekif ekonomi Islam yaitu usaha manusia untuk memperbaiki kondisi fisik dan moralitasnya sebagai sarana untuk mencapai keinginan hidup sebagaimana digariskan dalam Islam yaitu kebahagiaan duniawi dan akhirat. Berproduksi dapat diartikan menambah nilai produk barang atau jasa yang dibolehkan dan menguntungkan (halal dan baik) menurut Islam (Turmudi, 2017:4).

Tujuan produksi dalam perspektif Islam sebagai berikut:

- a. Menciptakan keuntungan secara optimal, tidak hanya sekedar memproduksi namun harus memperhatikan hasil keuntungan, namun berbeda dengan paham kapitalis yang berusaha meraih keuntungan sebanyak mungkin.
- b. Mencukupi kehidupan individu dan keluarga, seorang muslim wajib melakukan kegiatan yang dapat mencukupi kehidupan diri sendiri dan orang yang menjadi tanggungannya.
- c. Tidak mengandalkan orang lain, di dalam agama Islam melarang seseorang yang masih mampu bekerja untuk menadahkan tangan kepada orang lain dengan cara meminta-minta.
- d. Melindungi harta dan mengembangkannya, dalam Islam harta memiliki peran penting, sebab dengan harta agama dan dunia dapat ditegakkan. Tanpa harta orang tidak merasakan ketenangan dalam hidupnya. Dalam fiqh ekonomi dijelaskan bahwa harta merupakan kemuliaan dan kehormatan.
- e. Taqarrub Kepada Allah SWT, seorang Muslim akan meraih pahala dari Allah SWT, disebabkan oleh aktivitas produksinya, baik tujuannya mendapat keuntungan, mencukupi kebutuhan hidup, mandiri, dan mengembangkan hartanya atau tujuan lainnya yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai pertolongan dan ibadah kepada Allah (Turmudi, 2017:9).

Produksi yang diharamkan dalam ekonomi islam yaitu investasi harta yang membahayakan masyarakat, riba, jual beli tidak jelas, investasi pungutan pajak untuk menghasilkan uang, pencurian, perampasan, suap, menimbun, dan perjudian (Sholiha, 2016:3).

### 2.3.2 Strategi Sumber Daya Manusia

Ekonomi Islam menyatakan bahwa manusia berfungsi sebagai khalifah Allah di muka bumi baik dalam individu maupun kelompok masyarakat. Manusia diberi kedudukan tertinggi dan terhormat dan sangat bertanggung jawab dibandingkan dengan konsep-konsep manusia lainnya. Manusia merupakan wakil Allah untuk memakmurkan bumi dan bertanggung jawab kepada Allah tentang semua sumberdaya alam yang diamanahkan kepada manusia (Sutrisno, 2019:4).

Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 30:

*“Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat. Sesungguhnya aku hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah. Padahal kami senantiasanya bertasbih dengan memuji Engkau dan menyucikan Engkau? Tuhan berfirman. Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui”*

Firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Faathir ayat 39:

*“Dialah yang menjadikan kamu khalifah-khalifah dimuka bumi. Barang siapa yang kafir, maka (akibat) kekafirannya menimpa dirinya sendiri.”*

Jadi sumber daya manusia merupakan pegawai yang siap siaga dan mampu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Sebagaimana dijelaskan bahwa dimensi pokok sumber daya adalah kontribusinya di organisas,

sedangkan dalam dimensi pokok manusia yaitu perlakuan kontribusi dalam organisasi yang pada gilirannya menentukan kualitas dan kapabilitasnya.

Proses rekrutmen tenaga kerja menurut ekonomi Islam ada tiga aspek yaitu: (Suripto, 2012:6).

a. Kecakapan Tenaga Kerja

Kecakapan dalam bekerja harus dimiliki setiap tenaga kerja. Memiliki keahlian dan keterampilan yang dapat meningkatkan keuntungan organisasi. Islam sangat mengapresiasi hasil kerja yang cakap dan menganjurkan umat muslim kerja secara profesional dan sempurna. Kondisi tersebut sangat bergantung kepada:

b. Kesehatan Moral dan Fisik

Faktor kesehatan moral dan fisik sangat berpengaruh pada kecakapan kerja seseorang. Sifat kecakapan kerja dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Qashash ayat 26 yang artinya :

*“berkata kepada anaknya:”Hai Bapakku, Ambilah dia (Musa) jadi pekerja (Menggembalakan ternak kita) karena yang sebaik-baik pekerja ialah yang kuat lagi jujur.”*

Ayat tersebut menjelaskan kekuatan fisik pekerja yaitu kejujuran dan kesehatan merupakan sikap yang harus dimiliki seorang pekerja yang cakap. Sedangkan kesehatan moral kejujuran yang menjadi tolak ukurnya. , sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab ayat 70-71.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (70) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ  
وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (71)

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakannlah perkataan yang benar niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.*

Sikap kejujuran ini dapat dilihat ketika pembisnis melakukan promosi produknya. Apakah ia mempromosikan dengan sejujurnya atau memberikan keterangan palsu yang dapat berdampak buruk bagi konsumennya maupun perkembangan bisnis kedepannya.

#### c. Akal Pikiran yang Baik

Seorang pekerja dengan akal pikiran yang baik mampu mengembangkan ide kreatif untuk kemajuan perusahaan. Akal pikiran yang sehat menjadi tolak ukur seseorang untuk memutuskan segala sesuatu dengan bijaksana. Dalam Islam akal pikiran yang baik sangat diperhatikan, karena akal merupakan alat yang diberikan Allah SWT untuk manusia agar mampu meningkatkan dan mengembangkan derajat kehidupan bagi perusahaannya.

Pandangan Ekonomi Islam tentang pendidikan dan pelatihan juga sangat penting dalam meningkatkan kemampuan tenaga kerja. Tenaga kerja yang terlatih dan berpendidikan akan mampu bekerja secara teliti dibandingkan dengan yang tidak terlatih maupun yang berpendidikan.

Allah SWT berfirman pada surat Al-Baqarah ayat 269 yang artinya:

*“Allah menganugrahkan Al-Hikmah (kephahaman yang dalam tentang Al-Qur;an dan As-Sunnah) kepada siapa yang dikehendaki. Dan barang siapa dianugrahkan Al-Hikmah it, ia benar-benar telah dianugrahi karunia yang banyak. Dan hanya orang-orang yang berakallah yang dapat mengambil pelajaran.”*

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa pelatihan dan pendidikan dianggap sebagai kebaikan dimana sifat tersebut dianggap sebagai kekayaan yang banyak.

### 2.3.3 Strategi Keuangan/Modal

Keuangan Islam bersumber dari Al-Qur'an, Sunnah, dan dari penafsiran ulama terhadap sumber tersebut. Keuangan Islam memiliki konsep bahwa harta adalah milik Allah yang harus dimanfaatkan semaksimal dan sebaik mungkin baik dalam hal memperoleh maupun mengalokasikan harta tersebut (Arafah, 2019:2).

Adapun prinsip-prinsip keuangan Islam antara lain:

- a. Larangan menerapkan riba
- b. Melakukan pergadangan yang wajar dan halal
- c. Mengeluarkan zakat dari harta yang diperoleh
- d. Larangan ketidakpastian
- e. Bebas dari judi dan penipuan
- f. Tidak memanipulasi harga

Strategi keuangan secara Islam bertujuan untuk menghapus praktik-praktik yang tidak sesuai dengan syariat Islam, mendistribusikan kekayaan yang adil dan merata serta memajukan perekonomian. Hal ini dapat mewujudkan tujuan sosio Ekonomi Islam. Tujuan utamanya adalah kesejahteraan ekonomi, terbukanya lapangan kerja, dan distribusi pendapatan.

Dalam Ekonomi Islam keuangan atau modal harus berputar agar sirkulasi tidak berhenti. Apabila modal atau uang berhenti maka tidak akan mendatangkan manfaat bagi orang lain. Apabila modal tersebut digunakan untuk modal bekerja atau diinvestasikan maka akan menimbulkan manfaat bagi orang sekitar, termasuk jika dibuat bisnis akan menyerap tenaga kerja.

Allah berfirman dalam Surat Al-Hasyr ayat 7 artinya:

*“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada rasulnya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar diantara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan rasul kepadamu, maka terimalah. Dan Apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah, Dan bertakwalah Kepada Allah. Sungguhny Allah amat keras hukumannya.”*

Penggunaan modal kerja digunakan perusahaan untuk: (Kasmir, 2008).

- a. Mengeluarga upah dan biaya produksi
- b. Membeli bahan baku dan mengolah bahan baku
- c. Menutupi kerugian usaha
- d. Investasi

#### 2.3.4 Strategi Pemasaran

Strategi pokok pemasaran dalam Islam yaitu yang pertama fungsi penjualan yang merupakan sumber pendapatan untuk mendapat keuntungan. Tetapi dalam melakukan penjualan Islam sudah memasang rambu yaitu tidak boleh bersumpah palsu. Sedangkan yang kedua yaitu fungsi pembelian yang bertujuan memilih barang yang dibeli untuk dijual kembali oleh perusahaan dengan harga, pelayanan, dan kualitas produk (Ilahi, 2019:14).

Praktek bisnis yang dilakukan oleh manusia sesuai dengan ajaran Islam juga memiliki batasannya. Rasulullah SAW memberikan teladan contoh cara berbisnis sesuai ajaran Islam. Sebelum memulai bisnis, seorang pembisnis harus membuat rancangan, strategi sekaligus melaksanakan strategi bisnis tersebut. Adapun strategi bisnis tersebut harus dilandasi oleh lima sikap utama yakni jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, sekaligus menunaikan zakat, infaq dan shadaqah (Abdullah, 2011):

a. Jujur

Pada dasarnya semua yang dilakukan oleh setiap individu harus dilandasi dengan kejujuran. Dalam mengembangkan bisnis juga wajib menjunjung tinggi kejujuran, karena jujur ialah akhlak utama yang merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnis, menghapus dosa, bahkan dapat mengantarkan masuk ke dalam surga, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab ayat 70-71.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (70) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ  
لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (71)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakannlah perkataan yang benar niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.*

Sikap kejujuran ini dapat dilihat ketika pembisnis melakukan promosi produknya. Apakah ia mempromosikan dengan sejujurnya atau memberikan keterangan palsu yang dapat berdampak buruk bagi konsumennya maupun perkembangan bisnis kedepannya.

b. Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang wirausahawan untuk tidak memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama. Akan tetapi, jua memperhitungkan keuntungan non materiil yakni mendapat berkah dan ridha dari Allah SWT.

c. Profesional

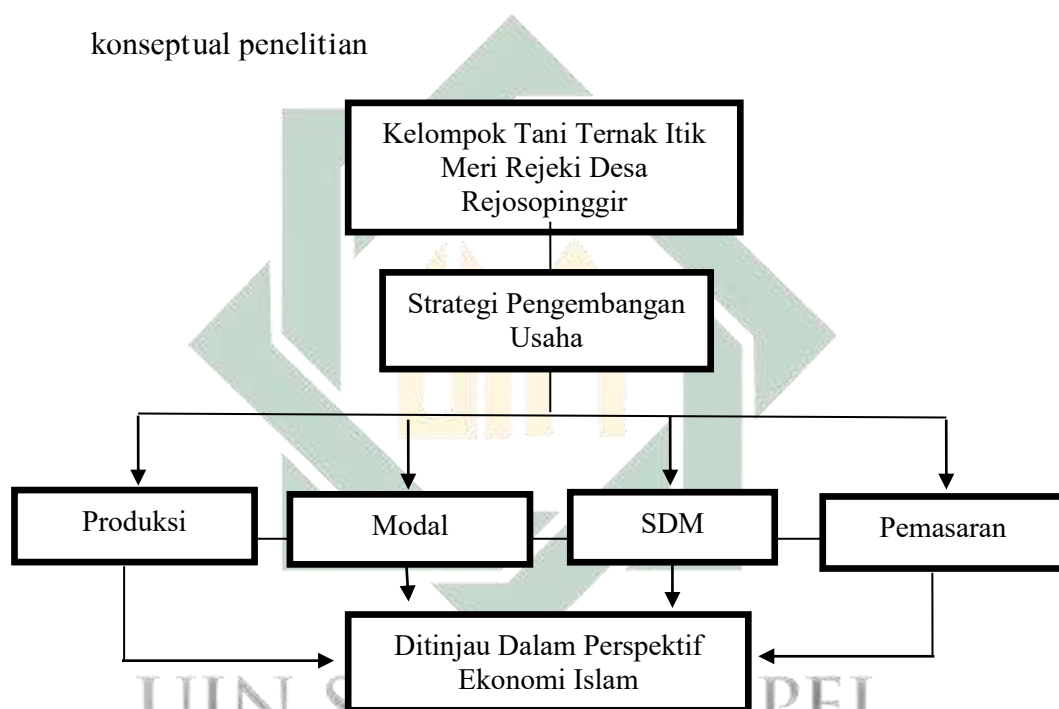
Sikap profesional didukung dengan sikap jujur dan ikhlas ialah dua sisi yang saling menguntungkan. Rasulullah SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu maupun dalam menyelesaikan masalah. Tidak mudah menyerah bahkan juga tidak menjadi pengecut yang selalu menghindari resiko yang sedang menjadi tanggung jawabnya.

d. Silaturahmi

Silatuhrahmi merupakan penghubung antara wirausahawan dengan semua manusia, lingkungan sekaligus penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan konsumen dan investor, tapi juga dengan calon konsumen (future market) bahkan juga dengan pesaingnya.

## 2.4 Kerangka Konseptual

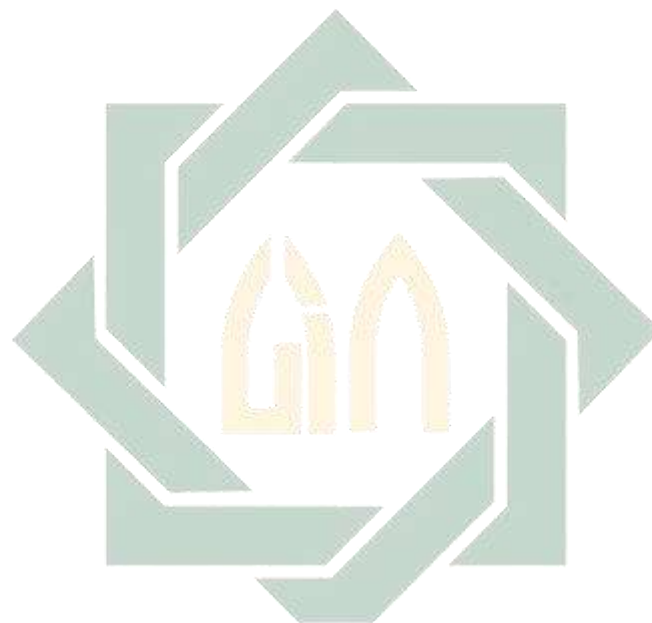
Kerangka konseptual digunakan untuk mengaitkan dan menghubungkan antara teori-teori yang mendukung penelitian untuk dijadikan pedoman dalam menyusun sistematika penelitian. Kerangka konseptual akan memberikan penjelasan secara sistematis konsep penelitian yang digunakan sebagai pedoman penelitian. Berikut kerangka konseptual penelitian



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Dalam kerangka konseptual ini dijelaskan bahwa Kelompok Tani Ternak Itik “Meri Rejeki” desa Rejosopinggir dalam mengembangkan usahanya menggunakan empat komponen antara lain, modal, sdm, produksi, dan pemasaran, sehingga masih tetap bertahan hingga sekarang. Oleh karena itu peneliti mempunyai tujuan untuk meneliti strategi pengembangan usaha yang dilakukan kelompok tani tersebut, dan

menganalisis dalam perspektif ekonomi Islam mengenai proses pengembangannya meliputi kejujuran, keadilan, amanah, shadaqah, dan profesionalisme, dengan harapan bisa membantu untuk meningkatkan kesejahteraan para anggota. Perspektif Ekonomi Islam adalah pandangan Ekonomi Islam tentang permasalahan kegiatan ekonomi yang terjadi di masyarakat.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan cara terstruktur yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan berbagai informasi data yang diperlukan dalam proses analisis dan penjelasan tentang fenomena atau masalah yang akan diteliti. Penelitian kualitatif menjadi metode yang digunakan pada penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data secara bersamaan, data yang dianalisis memiliki sifat induktif, dan hasil dari penelitian ini lebih menekankan makna daripada simpulan umum, serta menggunakan peneliti sebagai instrument kunci dalam melakukan penelitian (Abdullah & Saebani, 2014:49-50). Pengertian lain menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah mengumpulkan data yang ada dipenjelasan latar belakang masalah dengan tujuan menafsirkan kejadian atau fenomena yang terjadi dimana peneliti menjadi peran utama pengambilan data secara tetap dan berkembang. Secara umum penelitian kualitatif ini memiliki dua tujuan antara lain untuk *describe & explore* (mendeskripsikan dan mengungkapkan) dan *describe & explain* (mendeskripsikan dan menjelaskan) (Anggito & Setiawan, 2018).

Penelitian ini menggunakan metode *case study* atau studi kasus deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara runtut dan valid mengenai rumusan masalah tentang strategi pengembangan usaha kelompok tani desa Rejosopinggir. Metode *case study* deskriptif ini ialah metode

menguraikan gambaran sebuah fenomena dengan sebuah teori yang ada, kemudian menggabungkan antara keduanya (Raco, 2010:49). Penelitian ini bermaksud untuk memberikan deskripsi data yang valid mengenai permasalahan yang dibahas untuk menganalisis data yang diperoleh kemudian menjawab pertanyaan. Dengan memahami kasus secara mendalam kemudian terdapat masukan yang bermanfaat dan diberikan kepada kelompok dan organisasi untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Desa Rejosopinggir, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang, yang menjadi lokasi penelitian. Pada desa Rejosopinggir terdapat kelompok tani ternak itik Meri Rejeki, dimana kelompok tani tersebut masih beroperasi dan dikenal banyak orang serta pernah mendapatkan juara tingkat nasional dalam lomba manajemen usaha agribisnis. Oleh karena itu peneliti tertarik menjadikan Kelompok Tani Meri Rejeki ini sebagai tempat untuk mendapatkan sumber informasi dari fenomena yang terdapat di lokasi penelitian tersebut.

### **3.3 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data yang dikumpulkan adalah data yang didapatkan untuk menjawab beberapa pertanyaan yang berada pada bagian rumusan masalah. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui lisan maupun berupa tulisan dari sumbernya dengan melakukan observasi dan wawancara.

Data primer juga dapat dikatakan sumber data yang langsung diterima oleh peneliti melalui proses wawancara dengan pengusaha kelompok tani desa Rejosopinggir untuk diolah. Sedangkan data sekunder ialah data yang diperoleh oleh peneliti dengan cara tidak langsung, data ini dapat diperoleh melalui literatur seperti buku, jurnal, skripsi, internet, dan berita terkait dengan permasalahan atau fenomena yang akan diteliti atau dibahas dalam penelitian ini yaitu tentang strategi pengembangan usaha, dan dijadikan referensi untuk menyempurnakan penelitian.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Mengumpulkan data yaitu mekanisme yang harus dilakukan oleh peneliti dalam pengumpulan data, karena tujuan pokok penelitian ialah untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini data yang diperoleh peneliti dapat dilakukan dengan cara:

#### **a. Observasi**

Observasi merupakan proses dalam mengumpulkan data yang digunakan pada penelitian kualitatif dengan melakukan pengamatan langsung kelapangan. Teknik ini membawa peneliti untuk melakukan pengamatan dengan cara melihat, mendengar, dan merasakan kemudian melakukan deskripsi terhadap semua apa yang dilakukan. Dalam hal ini peneliti mengamati ke lapangan tentang kondisi geografis, keadaan sosial di kelompok tani, agama, proses produksi, pemasaran, permodalan, dan sumber daya manusia di kelompok tani desa Rejosopinggir.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang yaitu pewawancara (*interviewer*) dengan orang yang diwawancarai (narasumber) untuk bertukar pikiran atau ide, informasi melalui proses tanya jawab mengenai orang, kejadian, organisasi, kegiatan, perasaan dan lain sebagainya, sehingga dapat disimpulkan sebuah arti dalam satu data tertentu. Peneliti menggunakan wawancara untuk menggali informasi yang lebih mendalam tentang narasumber dalam menginterpretasikan suatu fenomena yang terjadi. Dalam hal ini peneliti mengajukan beberapa daftar pertanyaan kepada empat narasumber yaitu pengusaha di kelompok tani desa Rejosopinggir untuk mendapatkan informasi. Wawancara dilakukan dengan cara menggunakan media elektronik untuk mencatat dari daftar pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti untuk dijawab oleh narasumber sebagai sumber data penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik penelitian dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari tempat penelitian, instansi, atau lembaga yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Dokumen ini dapat berbentuk gambar, tulisan, artikel, dan karya penelitian terdahulu yang berhubungan dengan strategi pengembangan usaha yang dijadikan sebagai bahan teori oleh peneliti terhadap permasalahan yang dibahas.

### 3.5 Teknik Keabsahan Data (Triangulasi)

Triangulasi data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi atau dengan mewawancarai lebih dari satu informan yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Peneliti menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah menggalih kebenaran data informasi melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Beberapa metode tersebut akan menghasilkan fakta data yang berbeda, kemudian memberikan gambaran yang berbeda tentang fenomena yang diteliti (Raco, 2010 : 25).

### 3.6 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah teknik analisis kepada data dengan menggunakan metode tertentu yang dapat digunakan dalam penelitian, seperti *editing*, *organizing*, dan analisis. Editing merupakan peninjauan kembali dari seluruh data yang terkumpulan. Dengan kata lain *editing* merupakan pemeriksaan ulang sumber data sebelum dianalisis. *Organizing* merupakan menggolongkan, mengelompokkan data yang diperoleh kemudian dipilah dengan keperluan kerangka yang dibutuhkan sesuai dengan rumusan masalah secara terstruktur. Dalam hal ini peneliti mengelompokkan data yang dibutuhkan kemudian dianalisis, kemudian disusun kembali secara sistematis agar mempermudah dalam melakukan analisis. Teknik yang terakhir yaitu analisis data yang telah didapatkan oleh

peneliti, kemudian dapat ditarik kesimpulan yang bisa digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dapat dikatakan sebagai cara menafsirkan dan mengolah data. Analisis data juga merupakan serangkaian kegiatan mengelompokkan, menafsirkan, dan memverifikasi data dari sebuah fenomena agar memiliki nilai akademis, sosial, dan ilmiah (Mamik, 2015:133). Analisis data berasal dari data yang dikumpulkan. Oleh karena itu data sudah terkumpul apabila tidak dianalisis maka data tersebut tidak mempunyai makna. Sebab analisis data sangat perlu dilakukan untuk memberikan makna dari data tersebut.

Tujuan analisis data dari penelitian kualitatif ialah membuat data lebih sederhana dalam bentuk kata-kata sehingga mudah dibaca dan diinterpretasikan, mulai dari data yang dikumpulkan, diolah, disajikan, hingga ditarik kesimpulan (verifikasi). Dengan demikian peneliti menentukan tahapan-tahapan analisis data sebagai berikut:

- a. Pengumpulan data adalah sebuah proses mengumpulkan data yang didapat dari lokasi penelitian dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi berupa kata-kata verbal dengan menentukan strategi yang tepat dalam mengumpulkan data dan pendalaman data.
- b. Reduksi data adalah proses penyeleksian, pengorganisasian, pemfokusan, penggolongan dengan sedemikian rupa dari data kasar yang ada di

lapangan dan membuang data yang tidak perlu, sehingga muncul kesimpulan-kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi.

- c. Penyajian data adalah pemaparan dan penguraian data yang tersusun sehingga kesimpulan dapat ditarik dan dilakukan pengambilan tindakan. Penyajian ini bisa berupa narasi atau tulisan, gambar, grafik dan bagan.
- d. Penarikan Kesimpulan adalah pengumpulan data dan peneliti harus tanggap dan mengerti tentang apa yang diteliti langsung dilapangan dengan membuat penjelasan.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki

##### 4.1.1 Sejarah Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki

Sebelum terbentuknya kelompok tani ternak itik “Meri Rejeki” di desa Rejosopinggir Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang, bapak Mujiono merupakan peternak itik yang memulai usaha di bidang penetasan dan pembudidayaan itik yang dilakukan bersama keluarganya pada tahun 1990. Perjalanan peternak itik di desa Rejosopinggir diawali dengan beternak sistem gembala di sawah yang memiliki kapasitas pemeliharannya maksimal 50 sampai 100 ekor itik pada waktu itu.

Seiring dengan berjalannya waktu sistem ini semakin tidak efektif karena terkendala dengan kondisi pertanian yang semakin berkurang. Melihat semakin sempitnya lahan pertanian padi, bapak Mujiono dan keluarganya mengadakan uji coba dengan melakukan pola ternak kandang. Awalnya hanya satu orang saja yang menerapkan sistem pengandangan ini, namun setelah dilihat hasilnya yang cukup efektif, anggota lainnya mengikuti pola tersebut serta bisa merasakan hasil dan manfaatnya.

Ketika sudah sukses dengan menerapkan sistem dengan pola ternak kandang, kegiatan usaha kelompok tidak mengesampingkan potensi di wilayah yang ada. Segala sumberdaya pendukung yang ada disekitar dimanfaatkan semaksimal mungkin. Bahan baku pakan mayoritas mengambil dari produk pertanian disekitar. Sehingga roda perputaran

ekonomi di pedesaan yang mayoritas penduduknya sebagai petani dapat dirasakan mulai lakunya bahan baku pakan ternak itik hasil pertanian jagung dan katul.

Dalam perjalannya usaha ini sempat dihantam keterpurukan pada tahun 1997 karena terjadi krisis moneter. Dengan bermodalkan tekad dan kemauan para peternak desa Rejosopinggir, tahun 2010 sektor usaha budidaya itik mulai bangkit ditandai dengan terbentuknya Kelompok Tani Ternak Itik “Meri Rejeki” yang didirikan oleh Bapak Mujiono sekaligus menjadi ketua kelompok.

Pendirian Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki ini di latarbelakangi oleh kurangnya akses kelompok peternak terhadap bantuan dana pemerintah dan dana dari bank, karena pemerintah akan memberikan dananya ketika kelompok tani ternak itik tersebut memiliki badan hukum atau lembaga yang sah. Oleh karena itu para peternak berinisiatif membentuk kelompok tani ternak itik Meri Rejeki.

Pada awal terbentuknya kelompok ini banyak menghadapi masalah antara lain banyak anggota yang vakum tidak mau mengikuti kegiatan pertemuan dan menganggap bahwa terbentuknya kelompok ini tidak penting. Namun setelah berjalan satu tahun anggota menyadari betapa pentingnya dibentuk kelompok untuk meujudkan keinginan bersama yaitu memajukan ekonomi anggota menuju kesejahteraan bersama. Kelompok ternak ini sebagai motivator para anggota untuk terus mengadakan sharing

dan memecahkan masalah dalam suatu pertemuan yang diadakan secara rutin oleh ketua kelompok.

Ketua kelompok tani ternak itik “Meri Rejeki” tergolong masih muda dan mempunyai cita-cita yang tinggi dalam mengembangkan usahanya dalam bidang agribisnis. Setelah terbentuk kelompok ini banyak produk yang dihasilkan seperti telur, DOD (itik), bebek, dan mesin tetas. Berdirinya kelompok tani ini diharapkan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, dibuktikan dengan jumlah anggota yang awalnya tiga orang menjadi sepuluh orang hingga saat ini, walaupun dalam skala kecil dan masih butuh proses membuka lapangan kerja secara luas.

#### **4.1.2 Visi dan Misi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki**

##### **a. Visi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki**

Terwujudnya masyarakat Rejosopinggir yang sejahtera, maju, mandiri, berbasis agribis.

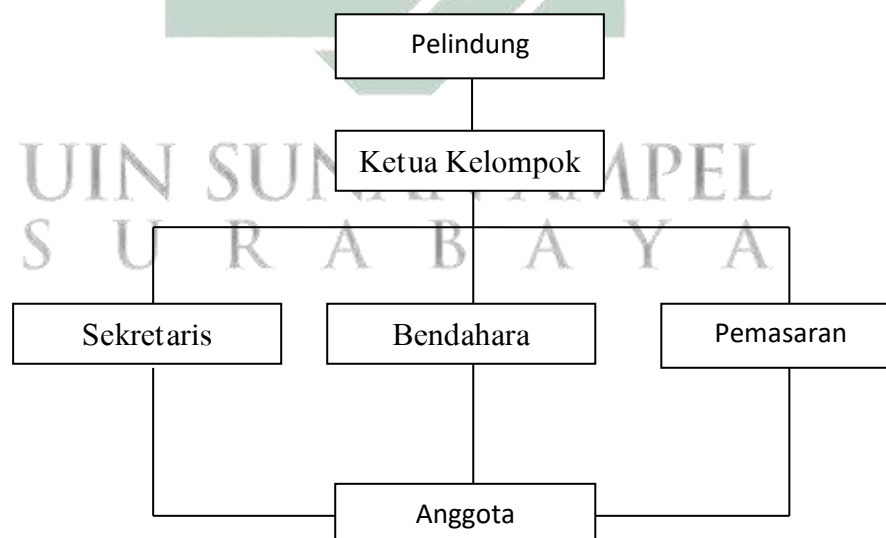
##### **b. Misi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki**

- 1) Membangun struktur dan fungsi kelompok yang kokoh dan kompetitif.
- 2) Meningkatkan kualitas sumber daya dan alam.
- 3) Mewujudkan usaha peternakan itik yang produktif dan ramah lingkungan.
- 4) Mengembangkan inovasi teknologi tepat guna.

Sedangkan untuk mendorong dan mengembangkan usaha agar lebih meningkat dan berlangsung terus, dengan Motto: “Itikku Sehat Rejekiku Lancar, Bebekku Bertelur Hidupku Makmur”.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki

Struktur organisasi diperlukan setiap organisasi demi tercapainya tujuan organisasi tersebut. Struktur organisasi dijadikan sebagai tempat melakukan interaksi antar anggota dan juga sebagai wadah untuk semua kegiatan berlangsung. Berdasarkan hasil observasi secara langsung di lapangan, Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki telah memiliki struktur organisasi secara tertulis dan telah membagi tugas kepada anggota dalam kegiatan operasionalnya. Dalam melakukan kegiatan operasional ketua kelompok tani dengan anggotanya lebih bersifat kekeluargaan. Berikut struktur organisasi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki:



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki**

Sumber: Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki

## 4.2 Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki

Menjalankan sebuah usaha tentu tidak selamanya berjalan dengan lancar. Hambatan dalam perjalanan usaha pasti dialami oleh para pelaku usaha. Begitu pun kelompok tani ini pasti menghadapi hambatan setelah 10 tahun menjalankan usaha. Namun Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki memiliki strategi untuk mengatasi hambatan yang dihadapi yaitu strategi fungsional. Strategi fungsional menjadi strategi utama dalam menjalankan usaha. Setiap perusahaan harus mempunyai bidang-bidang fungsional yang utama agar bisa bersaing dengan pesaingnya. Strategi fungsional Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki sebagai berikut:

### 4.2.1 Strategi Produksi

Proses produksi dalam suatu usaha berfungsi sebagai aktivitas yang menjadikan input menjadi barang dan jasa. Proses produksi usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki desa Rejosopinggir cukup beragam mulai dari pembibitan, perawatan, hingga pengolahan. Secara umum proses produksi kelompok tani ternak itik desa Rejosopinggir meliputi beberapa aspek sebagai berikut:

#### a. Cara Memperoleh Bibit (Calon Induk)

Pengadaan bibit yang dilakukan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yaitu diperoleh dari tetasan internal anggota kelompok. Perolehan yang didapat yaitu bibit induk betina yang dipilih dari jenis itik hibrida dan peking. Sedangkan bibit induk jantan di dapatkan dari luar kelompok, lebih tepatnya dari kota sekitar jombang yaitu kabupaten

Nganjuk dan Kediri. Induk jantan yang dipilih ialah dari jenis itik peking.

Bibit induk jantan dan betina dilakukan melalui metode penyeleksian berdasarkan bentuk fisik (peforma) dan seleksi genetik. Induk yang memiliki produktivitas tinggi diperoleh dari seleksi genetik karena memiliki efek tahan lama dibandingkan dengan seleksi berdasarkan bentuk fisik.

Proses seleksi dengan menggunakan metode yang diyakini kelompok tani ternak dilakukan di lokasi kelompok untuk bibit induk betina. Sedangkan pada bibit induk jantan diseleksi di tempat kota asalnya. Pemilihan bibit induk jantan dari luar kota wilayah kabupaten Jombang dikarenakan agar terhindar dari perkawinan sedarah *inbreeding* yang dapat menurunkan kualitas bibit induk atau DOD (*day of duck*). Tujuan pemilihan bibit itik adalah untuk memperoleh kualitas prima bibit ternak itik (DOD) yang dijadikan sebagai ikon kebanggaan kelompok.

b. Cara Persilangan Untuk Menghasilkan DOD Unggul

Produk utama kelompok tani ternak itik Meri Rejeki adalah DOD unggul. Untuk memperoleh DOD yang berkualitas prima, kelompok melakukan berbagai cara mulai dari proses seleksi induk hingga proses perkawinan silang. Tujuan perkawinan silang ialah untuk memperoleh sifat positif yang mendominasi induk dan meminimalisir munculnya sifat negatif dari induk. Metode yang dilakukan kelompok

tani agar mendapatkan DOD berkualitas prima ialah dengan menyilangkan itik peking jantan dengan itik hibrida atau peking betina pada usia lima bulan ke atas. Dalam proses perkawinan silang, perbandingan jumlah induk itik (*sex ratio*) antara jantan dan betina ialah 1:10. Sistem perkawinan yang dilakukan adalah sistem kawin alami secara masal dengan perbandingan induk jantan 6-10 ekor dan betina 60-100 ekor dalam satu kandang.

c. Cara Penyeleksian Telur dan Penetasan Telur

Telur itik diseleksi untuk kegiatan penetasan. Penetasan telur tidak semua bisa dilakukan, karena hanya telur dari bebek yang sudah tiga bulan bertelur. Ciri-ciri telur yang baik menurut pengalaman kelompok adalah memiliki berat normal sekitar 60-70 gram, memiliki bentuk normal dengan perbandingan panjang : lebar yaitu 3:4, cangkang bersih dari kotoran serta tidak retak, cangkangnya tebal di satu bagian, tidak busuk, rongga udara terlihat dibagian tumpul dan tidak berpindah-pindah, umur telur tidak lebih dari empat hari setelah dikeluarkan dari induknya, dan telur didapat dari induk yang telah bertelur lebih dari dua bulan.

Penetasan telur yang telah diseleksi kemudian ditetaskan secara keseluruhan dengan menggunakan mesin tetas untuk meningkatkan produktifitas dan efektifitas penetasan telur selama 25-28 hari dalam masa inkubasi.

#### d. Cara Penyeleksian DOD dan Pencatatan

Setelah telur ditetaskan, kemudian dilakukan proses penyeleksian bibit (*grading*) berdasarkan jenis kelamin dan keseragaman postur tubuh DOD. Proses berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk membedakan antara DOD jantan dan betina saat itik baru menetas dengan cara melihat tunjolan yang berbeda dibagian kloaka. Sedangkan berdasarkan keseragaman postur tubuh dibagi menjadi dua bagian yaitu grade-A memiliki kriteria kepala besar, mata jernih, kaki kokoh, bulu tebal, dan paruh yang rata dan grade B memiliki kriteria dibawah grade A.

Secara umum produk DOD yang dihasilkan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memiliki keunggulan seperti pertumbuhan daging secara cepat, cepat menyerap nutrisi yang diberikan, masa panen lebih cepat, rasa daging gurih dan lembut.

#### e. Perkandangan dan Peralatan

Teknis pengandangan menjadi kunci utama dalam kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dalam memelihara itik petelur maupun pedaging. Itik yang berada di dalam kandang yang nyaman akan meningkat produktivitasnya dibandingkan dengan itik yang berada di dalam kandang yang tidak nyaman. Kandang merupakan tempat kediaman hewan ternak yang harus dipenuhi oleh peternak. Agar kandang menjadi tempat yang bermanfaat bagi itik, maka kelompok tani ternak itik Meri Rejeki menerapkan sistem pengandangan yang baik dengan menggunakan

kaidah-kaidah yang harus dipenuhi. Berikut kaidah yang harus dipenuhi antara lain:

1) Sinar matahari

Diusahakan kandang itik terpapar sinar matahari yang cukup agar mampu memproduksi secara optimal dan sehat sehingga bermanfaat untuk aktivitas ternak

2) Luas kandang

Berikut luas kandang ideal menurut kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yaitu untuk itik petelur per 100 ekor luas kandangnya 45 m<sup>2</sup>. Sedangkan untuk itik pedaging per 100 ekor luas kandangnya 25 m<sup>2</sup>.

3) Sumber air bersih

Hal ini sangat diperlukan bagi setiap usaha ternak, karena digunakan untuk kebutuhan mutlak seperti kebutuhan minum, kolam, dan kebersihan kandang. Oleh sebab itu setiap kandang anggota kelompok disediakan air bersih yang cukup.

4) Kolam mandi

Kolam digunakan untuk semua kandang itik petelur maupun pedaging. Namun untuk petelur kolam mandi dan tempat bertelur dipisah dengan pembatas parit agar tempat bertelur tidak basah dan bau.

5) Atap kandang

Pembuatan atap kandang harus sesuai dengan kebutuhan ternak. Seperti bentuk atap diatur agar sirkulasi udara tetap terjaga, bahan

atap kandang terbuat dari bahan yang tidak mudah bocor jika turun hujan dan mampu menahan panas yang berlebih.

#### 6) Tempat pakan dan lantai kandang

Itik petelur dibuatkan 2 kandang yang memiliki dua ruang. Satu ruang memiliki alas yang padat terbuat dari semen untuk tempat itik bertelur dan istirahat. Satu ruang lainnya memiliki alas berlubang untuk tempat itik minum dan makan. Sedangkan untuk kandang itik pedaging lantainya dibuat agak miring serta bagian tepinya dibuatkan parit sekitar 20 cm yang ditutup dengan anyaman bambu agar mudah saat dibersihkan dengan disiram air. Tempat ini digunakan untuk tempat makan dan minum. Semua lantai kadang diusahakan tetap kering agar tidak lembab yang berlebihan pada kandang.

#### 7) Listrik dan Penerangan

Listrik digunakan untuk menerangi kandang agar itik tetap hangat pada malam hari dan digunakan untuk menjaga keamanan kandang.

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memiliki kandang itik yang terbagi menjadi beberapa bagian berdasarkan fungsinya, antara lain:

- 1) Kandang pembibitan yaitu kandang yang berfungsi sebagai tempat perkawinan antara induk itik jantan dan betina serta menjadi tempat untuk bertelur.
- 2) Kandang penetasan yaitu kandang yang berfungsi sebagai penampungan anak itik (DOD) setelah keluar dari mesin penetasan.

- 3) Kandang pembesaran yaitu kandang yang berfungsi sebagai tempat pemeliharaan itik pedaging.
- 4) Kandang isolasi yaitu kandang yang berfungsi sebagai tempat penampungan itik yang terserang penyakit atau sebagai tempat karantina itik yang baru datang.

Kelompok tani tenak itik Meri Rejeki membuat standart operasional (SOP) yang harus dilakukan kelompok untuk merawat kandang. Berikut standar operasional yang harus dilakukan adalah menjaga kebersihan kandang setiap hari, menyemprot disinfektan, mengganti alas apabila kotoran sudah mulai bau, menjaga kebersihan kolam, membersihkan daerah sekitar kadang agar tidak menghalangi cahaya yang masuk, segera mengubur hewan apabila ada kematian hewan ternak.

Dalam upaya melaksanakan SOP yang baik, disediakan berbagai perlengkapan alat untuk mendukung kegiatan operasional sehari-hari oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki seperti, sepatu boot, *hand sprayer*, sapu, cangkul, timba, sekop, hingga pompa air.

#### f. Teknis Pemeliharaan

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki melakukan budidaya itik petelur dan pedaging mulai dari DOD hingga afkir. Mempersiapkan kandang dan perlengkapannya terlebih dahulu sebelum DOD datang, dengan tujuan apabila DOD langsung merasa nyaman dengan tempat tersebut dan mengurangi stress pada itik.

Pemberian pakan starter secukupnya pada itik yang berusia 1 sampai 15 hari. Pemberian pakan tidak boleh berlebihan agar tidak boros yang menyebabkan pengeluaran bertambar besar. Apabila pakan kurang maka itik akan mengalami kekerdilan sehingga memperlambat pertumbuhannya di usia berikutnya.

Tidak hanya pemberian makan itik yang berusia 1 sampai 15 hari, tetapi juga memberikan minuman dengan vitamin dan mineral. Tempat pemberian makan dan minum terpisah untuk menghindari tempat makan menjadi becek dan itik akan berlari menuju tempat minum setelah makan dengan tujuan itik berlari-lari sebagai olahraga bagi itik tersebut.

Pada itik yang berusia 16 sampai 30 hari pemberian makan menggunakan beberapa bahan yang terdiri dari kebi, sentrat, dan jagung. Pemberian minum pada usia ini menggunakan dua waktu, yang pertama pagi hari menggunakan mineral dan sore hari menggunakan vitamin atau mineral.

Pada usia satu bulan keatas minumannya air putih biasa serta memberikan probiotik dengan jarak dua minggu sekali. Probiotik merupakan organisme mikroskopis yang berperan penting dalam peningkatan daya cerna dan membantu penguraian pencernaan. Untuk pemberian pakan menggunakan formulasi yang dibuat oleh kelompok dan tambahan makanan hijau.

Pada usia kurang dari empat bulan pemberian pakan konsentrat dikurangi dan pakan harus sesuai dengan kebutuhan. Itik pada usia satu bulan sampai usia empat bulan disebut dengan itik baya. Pada usia tersebut bebek sudah bisa dipanen untuk dikonsumsi dagingnya. Pada usia empat bulan sampai akhir ditambah konsentrat kembali untuk merangsang pembentukan sel telur. Itik dewasa yang siap bertelur adalah itik yang berusia lima keatas hingga berusia kurang lebih tiga tahun masa produksi. Per ekor itik dewasa dapat menghasilkan 250-300 telur per tahun.

g. Bahan Baku dan Pakan

Kebutuhan pokok dalam usaha peternakan itik adalah pakan. Fungsi pakan adalah untuk memenuhi kebutuhan pokok untuk hidup. Pemberian pakan yang baik harus terpenuhi komposisinya mulai kandungan karbohidrat, protein, dan lemak yang cukup untuk membentuk sel-sel jaringan tubuh itik hingga usia reproduksi.

Guna memenuhi bahan kebutuhan pakan itik, kelompok tani ternak itik Meri Rejeki menjalin kerjasama dengan beberapa mitra untuk memenuhi kebutuhan pakan itik. Berikut gambaran bahan pakan dan asalnya dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Struktur Organisasi Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki**

No	Nama Bahan Pakan	Asal Bahan
1	Konsentrat	Toko Lina PS Jombang / PT. Charoen Pokphan
2	Katul	Penggilingan padi desa Rejosopinggir
3	Kebi	Mitra di desa Rejosopinggir

No	Nama Bahan Pakan	Asal Bahan
4	Nasi Aking	Mitra di desa Rejosopinggir
5	Jagung	Mitra di desa Rejosopinggir

Sumber: wawancara dengan Mujiono tanggal 30 Mei 2021

Bahan baku yang dipilih merupakan bahan baku lokal yang didapatkan tidak jauh dari lokasi kelompok tani ternak itik. Bahan baku tersebut harganya lebih terjangkau dan pakan yang dihasilkan masih berkualitas. Pada awalnya, sebelum mendapat bantuan dari pemerintah kelompok membuat pakan secara manual menggunakan skrup dan cangkul untuk mencampur semua pakan yang ada di tabel, namun setelah mendapat bantuan berupa satu unit pencampur (*mixer*) pembuatan pakan jadi lebih berkualitas.

#### h. Obat-obatan dan Vaksin

Pada proses pemeliharaan ternak tentu saja tidak luput dari munculnya penyakit. Sebagai upaya penanganan terjadinya hal tersebut, kelompok selalu menyediakan obat-obatan yang didapat dari toko obat-obatan ternak. Tidak hanya itu, kelompok juga membuat inovasi ramuan herbal dari fermentasi kunyit, temulawak, jahe, dan tanaman herbal lainnya. Kebutuhan vaksin juga diperlukan, namun sementara ini kebutuhan vaksin *avian influenza (AI)* disinfektan yang didapat dari bantuan Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Jombang.

#### i. Pencegahan Penyakit

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memiliki prinsip “menjegah lebih baik daripada mengobati”. Hal ini diterapkan oleh

anggota kelompok untuk menjaga agar ternaknya sehat dan terhindar dari serangan penyakit. Sebagai upaya pencegahan kelompok melakukan koordinasi dengan Dinas Peternakan dan melakukan secara mandiri, antara lain:

- 1) Melaksanakan sanitasi kandang dan perlengkapannya
- 2) Membatasi keluar masuknya orang kedalam kandang
- 3) Mengisolasi ternak yang sakit agar tidak terjadi penularan
- 4) Melaksanakan vaksinasi, memberikan vitamin, dan jamu
- 5) Memberi pakan yang tepat sesuai kebutuhan nutrisi

Kelompok juga sudah diberi pelatihan dalam upaya mendiagnosa dan menentukan jenis penyakit, seperti membedakan itik yang sakit dan sehat, mengenali kelainan pada tubuh itik, dapat membedakan kotoran bebek yang sehat dan sakit, dan menentukan langkah pertolongan awal.

j. Kematian Ternak

Salah satu tolak ukur keberhasilan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dalam mengembangkan usaha budidaya itik adalah tingkat kematian ternak (*mortality*). Tingkat keberhasilan usaha ternak itik dikatakan semakin baik apabila angka kematian ternak rendah. Rata-rata penyebab kematian ternak terjadi karena stress di akibatkan oleh adaptasi akibat perubahan cuaca.

k. Penanganan Limbah

Pada usaha yang bergerak di sektor peternakan pasti menghasilkan limbah baik kotoran maupun bangkai ternak. Namun



riba. Jadi modal yang diperoleh kelompok tani ternak itik adalah menggunakan modal pribadi dan bantuan dari pemerintah.

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki mengajukan proposal kepada pemerintah untuk membantu kelangsungan hidup usaha ternak kelompok. Setelah melalui proses yang cukup panjang akhirnya pemerintah memberikan modal usaha kepada kelompok berupa bantuan itik baya sekitar 600 ekor, mesin tetas berkapasitas 1000, obat-obatan dan uang.

#### 4.2.3 Strategi Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia selalu melekat pada kegiatan usaha. Setiap pelaku usaha membutuhkan tim kerja untuk mengembangkan usahanya. Oleh karena itu sumber daya manusia memiliki andil besar di dalamnya. Dalam hal ini sumber daya manusia yang ada di Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki adalah peternak itik di Desa Rejosopinggir sekaligus pengelola. Berpengalaman ataupun tidak dalam beternak diperbolehkan bergabung dalam kelompok. Sebagai upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia, keterampilan dan pelatihan juga diberikan kepada kelompok yang diadakan oleh instansi pemerintah. Berikut data pelatihan yang pernah diikuti oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dari tahun 2012 sampai tahun 2015.

**Tabel 4.2**  
**Data Pelatihan Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki**  
**Tahun 2012 – 2015**

No	Materi Pelatihan	Tahun	Lama Pelatihan	Lembaga Penyelenggara
1	Diklat Metode Pelatihan P4S (Pusat Pelatihan	2012	25 – 31 Januari	BBPP – Ketindan

No	Materi Pelatihan	Tahun	Lama Pelatihan	Lembaga Penyelenggara
	Pertanian dan Perdesaan Swadya)			Malang
2	Diklat Moral dan Etika Bagi Wirausahawan	2013	13 – 19 September	BBPP – Batu Malang
3	Diklat Metode Pelatihan P4S (Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadya)	2014	27 Februari – 5 Maret	BBPP – Ketindan Malang
4	Diklat Kompetensi dan Pelatihan Tenaga Kerja Pertanian	2015	28 Oktober – 3 November	BBPP – Batu Malang

Sumber: wawancara dengan Anjik pada tanggal 28 Juni 2021

#### 4.2.4 Strategi Pemasaran

Kegiatan pemasaran kelompok tani ternak itik Meri Rejeki ditangani oleh bagian pemasaran yaitu Sulistyowati. Berdasarkan hasil wawancara terdapat beberapa aspek yang diterapkan pada strategi pemasaran pada kelompok yaitu sebagai berikut:

##### a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar kelompok tani ternak itik Meri Rejeki adalah berdasarka aspek geografis. Menurut kelompok tani ternak itik Meri Rejeki aspek ini merupakan seluruh kalangan masyarakat di wilayah kabupaten Jombang dan sekitarnya, baik individu, pedagang eceran, UMKM, hingga peternak besar.

##### b. *Targeting*

*Targeting* kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yaitu seluruh masyarakat yang berada di sekitar wilayah kabupaten Jombang, para

peternak, pedagang makanan, atau yang membutuhkan produk kelompok tani ternak itik Meri Rejeki.

c. *Positioning*

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memosisikan dirinya sebagai peternak itik yang memberikan produk ternak yang berkualitas baik dan terjangkau bagi konsumen. Kelompok juga memberikan pelayanan yang mudah dalam pemesanan baik secara online melalui *facebook, instagram*, maupun offline.

d. Diferensiasi

Diferensiasi pada kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yakni produk DOD yang dihasilkan berkualitas baik dibandingkan dengan kompetitornya.

e. Bauran Pemasaran

1) Produk

Produk yang ditawarkan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki berupa DOD, itik pedaging dan petelur, telur asin, bebek unkep, dan mesin tetas. Jenis itik diproduksi adalah itik peking dan hibrida. Berdasarkan produk-produk tersebut, kelompok telah menerapkan strategi yang layak untuk ditawarkan kepada konsumen dan memiliki kualitas yang baik dengan memilih bahan baku yang bagus. Hal tersebut di karenakan kelompok sudah berternak secara efisien secara biaya dan tenaga serta berapa pelatihan yang diikuti

anggota, belajar mandiri, dan inovasi yang menjadikan produk-produk kelompok berkualitas.

Sebagai upaya menambah daya tarik konsumen, Kelompok menerapkan strategi khusus antara lain:

a) Pelayanan

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki menerapkan pelayanan dengan sebaik mungkin untuk menambah daya tarik konsumen kepada kelompok. Calon konsumen diberi kebebasan memilih barang yang akan dibeli dan melihat langsung proses berternak mulai dari menetas hingga pembesaran dikandang kelompok atau bahkan sekedar bertanya-tanya mengenai proses produksinya. Kelompok selalu meminta kritik dan saran kepada para konsumen agar dapat mengevaluasi produk sehingga tidak mengecewakan konsumen. Sebisa mungkin kelompok memberikan produk yang terbaik untuk konsumen dan sesuai pesanan agar usaha kelompok menjadi berkah dengan menjaga amanah para konsumen.

b) Kemasan

Produk kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dikemas sesuai dengan jenis produk, seperti DOD dikemas dalam box itik, telur asin dikemas menggunakan tray karton, bebek ungkep dikemas menggunakan plastik kedap udara.

c) Melakukan *quality control*

Kegiatan *quality control* penting dilakukan sebelum produk sampai di tangan konsumen demi menjaga kualitas produk dan meyakinkan konsumen. Kelompok melakukan *quality control* pada awal pemilihan telur untuk ditetaskan hingga DOD siap jual, jangan sampai ada produk yang berkualitas buruk.

Menurut kelompok tani ternak itik Meri Rejeki *quality control* adalah tahapan yang penting untuk mengaudit kualitas produk. Sebab bahan baku yang didapat dari supplier tidak seratus persen sesuai dengan standar kelompok.

d) Memberikan garansi produk

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memberikan garansi produk dengan melakukan perjanjian terlebih dahulu pada konsumen, seperti mengganti produk yang rusak atau hanya membayar produk yang bagus saja.

2) Harga

Mujiono mengatakan bahwa dalam menetapkan harga, kelompok tani ternak itik Meri Rejeki masih mengikuti harga pasar yang berlaku. Peternakan itik di Mojosari masih menjadi patokan kelompok dalam menentukan harga, karena di Mojosari merupakan peternakan itik yang cukup besar di wilayah Jawa Timur. Jadi kelompok mengikuti harga pasar, meskipun produk yang dihasilkan berkualitas dan bisa menetapkan harga rendah maupun tinggi tetapi

kelompok memilih aman dengan mengikuti harga pasar. Terdapat sedikit perbedaan harga hanya selisih sekitar 100-200 rupiah. Berikut adalah harga produk kelompok tani ternak itik Meri Rejeki:

**Tabel 4.3**  
**Harga Produk Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki**

Produk	Harga	Satuan
DOD	6000	1 ekor
	25.000	1,4 Kg – 1,6 Kg
Itik pedaging	22.000	1,1 Kg – 1,2 Kg
Telur asin	2500	1 biji
Bebek unkep	45.000	1 ekor
	5.000.000	Mesin berkapasitas 1000 telur
Mesin Tetas	3.000.000	Mesin berkapasitas 500 telur
	1.000.000	Mesin berkapasitas 250 telur

Sumber: wawancara dengan Mujiono pada tanggal 30 Mei 2021

### 3) Tempat

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memilih tempat untuk menyampaikan produk kepada konsumen di rumah ketua kelompok. Pemilihan tempat tersebut karena lokasinya di pinggir jalan utama dan ramai masyarakat. Sehingga lokasi yang dijadikan untuk menyampaikan produk kelompok cukup strategis. Sedangkan untuk tempat produksinya di rumah masing-masing anggota.

#### 4) Promosi

Sulistyowati selaku pemasaran mengatakan bahwa dalam mempromosikan hasil pengembangan produknya melalui kerabat, teman, keluarga, dan brosur. selain itu juga melalui media sosial facebook, intagram, dan whatsapp. Ketua kelompok juga menyampaikan kepada anggota agar berperan dalam mempromosikan produk yang dihasilkan oleh kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dengan tujuan mengenalkan itik hasil produksi kelompok kepada konsumen. Promosi yang dilakukan yaitu:

*Pertama*, melalui periklanan dalam bentuk media cetak untuk mempengaruhi konsumen dengan cara mendirikan papan reklame yang didirikan sejak tahun 2015 diletakkan didepan rumah ketua. Sedangkan brosur dicetak bagian pemasaran sejak 2014. Tidak hanya itu kelompok membuat patung itik di tikungan jalan yang akan memasuki desa Rejosopinggir dengan tujuan memberitahukan masyarakat bahwasanya mereka memasuki kawasan sentra peternakan dan penetasan itik desa Rejosopinggir.

*Kedua*, melalui penjualan pribadi atau *personal selling* dengan cara berkomunikasi yang dilakukan oleh semua anggota dengan seseorang atau beberapa konsumen. Penjualan pribadi ini terjadi dengan cara bertemu secara langsung dengan konsumen agar konsumen menerima informasi secara keseluruhan yang dijelaskan oleh anggota sehingga konsumen tertarik dengan produk yang

ditawarkan. Pejualan pribadi ini sudah dilakukan oleh masing-masing anggota, namun apabila kesulitan dalam penjualan maka akan dibantu oleh kelompok untuk mendapatkan pembeli.

*Ketiga*, melalui media sosial facebook, instagram, dan whatsapp. Media sosial digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain yang dilakukan secara *online* tanpa ada batasan waktu dan ruang. Melalui media sosial kelompok lebih mudah dalam mengenalkan produknya kepada calon pelanggan. Selain itu media sosial dapat memperluas jangkauan promosi, sehingga meningkatkan volume penjualan.

*Keempat*, promosi penjualan, kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memberikan promosi kepada pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan pelanggan serta menaikkan volume penjualan. Promosi yang diberikan ialah dengan memberikan satu hingga empat ekor DOD pada setiap pembelian 100 DOD.

#### **4.3 Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki Desa Rejosopinggir**

Pengembangan adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh pengusaha, pemerintah, dan masyarakat melalui pemberdayaan untuk menumbuhkan serta meningkatkan kemampuan usaha tersebut agar menjadi sebuah usaha yang mandiri (Bismala et al., 2018).

Pengembangan usaha sendiri merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh sekumpulan orang dalam organisasi untuk mendapatkan

keuntungan dengan cara memproduksi serta menjual barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Ariyanti & Widaningsih, 2018).

Seorang pengusaha diharapkan mampu mengembangkan usahanya secara inovatif baik dari segi manajemen, produk, distribusi, hingga lokasi tempat usaha dengan tujuan meraih pangsa pasar tertentu.

#### **4.3.1 Strategi Produksi**

Proses produksi merupakan proses tahapan-tahapan tertentu dalam membuat suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan sehingga menghasilkan produk yang diinginkan. Imam Al-Ghazali menyatakan bahwa produksi sebagai bentuk kontribusi maksimal sumber daya alam oleh sumber daya manusia untuk menjadikan barang yang dibutuhkan bagi manusia (Winata, 2017). Strategi produksi berguna untuk menentukan produk unggulan, produk kompetitif, dan produk baru sesuai dengan kemampuan yang dimiliki perusahaan.

Sistem produksi erat kaitannya dengan proses input produksi hingga output produksi. Input produksi berupa bahan baku, modal, mesin, informasi, dan tenaga kerja. Sedangkan output produksi adalah produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri dari proses produksi.

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki selalu memperhatikan tahapan-tahapan proses produksi yang cukup beragam mulai dari pembibitan, perawatan, dan pengolahan. Dalam proses pembibitan dimulai

dari penyeleksian telur yang akan ditetaskan menjadi DOD sesuai dengan standar kelompok.

Proses produksi DOD sudah menggunakan mesin tetas modern dengan tenaga listrik dan pengatur suhu otomatis yang memiliki kapasitas 200, 500, dan 1000 telur per mesinnya. Mesin ini sangat berperan penting bagi usaha ini karena memberikan kemudahan dalam proses produksi dengan jumlah besar.

Setelah DOD menetas, kelompok melakukan perawatan hingga masa panen selama 40 hari terhitung mulai dari DOD menetas. Kelompok melakukan teknik pengandangan, perawatan hewan, hingga menyediakan bahan pakan bernutrisi. Penyediaan bahan baku pakan selain konsentrat untuk meningkatkan kualitas itik yaitu dengan cara mengolah pakan alami seperti katul, kebi, nasi aking, dan jagung dalam membesarkan hewan ternak. Pakan alami tersebut didapatkan dari petani sekaligus tetangga sekitarnya. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi kenaikan harga konsentrat dan meminimalisir biaya produksi yang dikeluarkan untuk pakan ternak.

Kelompok memberikan pelayanan pesan antar kepada konsumen yang membeli produknya melalui media sosial maupun regular, serta diberi kebebasan memilih produk yang diinginkan maupun diwakilkan dengan kelompok.

Berdasarkan analisis di atas, kelompok tani ternak itik Meri Rejeki sudah melaksanakan strategi produksi secara efektif, yakni dengan

memproduksi mulai dari bahan baku, perawatan, sampai pendistribusian, hingga memberikan pelayanan kepada konsumen sesuai dengan keinginan pelanggannya.

#### **4.3.2 Strategi Keuangan/Modal**

Usaha yang dijalankan pasti membutuhkan modal sebagai penunjang jalannya usaha. Modal diperoleh dari diri sendiri ataupun pinjaman bank, dan kerabat. Kebutuhan modal usaha yang diperoleh kelompok, ketua mengatakan bahwa modal berasal dari dana pribadi masing-masing anggota dan mendapat bantuan modal dari pemerintah. Kelompok tidak menggunakan jasa perbankan untuk memperoleh pinjaman karena dapat memberatkan mereka dengan bunga yang tinggi. Hal ini dihindari kelompok agar tidak terjatuh dalam riba. Meskipun kelompok masih menggunakan bank konvensional, namun hanya digunakan untuk penyimpanan uang dan transfer dengan pembeli. Kelompok berusaha tidak menggunakan hasil dari bunga bank tersebut.

Berkaitan dengan modal usaha, kelompok belum mampu membeli atau menyewa lahan untuk produksinya dan memilih mengerjakan dirumah masing-masing anggota kelompok dengan lahan yang terbatas. Jadi, keterbatasan modal menjadi penghambat proses produksi, karena ternak itik membutuhkan tempat yang luas sebagai penunjang kegiatan usaha.

Sedangkan pengalokasian dana hasil penjualan adalah mengurangi hasil penjualan dengan modal produksi. Penjualan merupakan kegiatan menyalurkan barang kepada pembeli. Hasil penjualan selain diputar untuk

modal yaitu dialokasikan untuk *shadaqah*, dan infaq kepada takmir masjid Al-Ikhlas desa Rejosopinggir untuk kegiatan setiap hari jum'at.

Strategi keuangan umumnya berfokus pada tiga hal yaitu bagaimana perusahaan memperoleh modal, alokasi kapital serta manajemen modal kerja yang termasuk dalam hal pembagian keuntungan atau laba (Siagian, 2007).

Berdasarkan analisa di atas, bahwa dalam mengembangkan usaha diperlukan modal yang cukup besar. Sehingga produksi dan penjualan harus ditingkatkan agar keperluan modal juga bertambah.

#### **4.3.3 Strategi Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia selalu melekat pada kegiatan usaha terutama dalam proses produksi. Sumber daya manusia berperan pada suatu organisasi secara efektif menangani lingkungan eksternal, fungsi manajemen sumber daya manusia diterima sebagai mitra strategis dalam perumusan strategi organisasi yang pelaksanaannya dilakukan melalui perencanaan sumber daya manusia, ketenagakerjaan, pelatihan, penilaian, serta memberikan hadiah pada personil (Suherman et al., 2018:52).

Oleh karena itu sumber daya manusia memiliki andil besar dalam tercapainya tujuan-tujuan perusahaan. Sumber daya manusia pada kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dalam menjalankan usahanya adalah peternak itik di desa Rejosopinggir yang tergabung dalam kelompok tersebut. Dimana beberapa anggota mendapat tugas khusus selain ketua,

sekretaris, dan bendahara yaitu pemasaran, seksi pakan, dan teknisi kandang.

Proses perekrutan anggota kelompok ternak adalah harus memiliki pengalaman beternak sebagai syarat bergabung dalam kelompok. Sebagai upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia, kelompok mengikuti pelatihan yang diadakan oleh instansi pemerintah maupun studi banding secara mandiri.

Berkaitan dengan upah tenaga kerja, para anggota mendapatkan upah dari hasil penjualan produk. Selain upah yang diterima, kelompok mendapatkan bonus tahunan dengan mengadakan *family gathering* semua anggota kelompok, serta pemberian fasilitas mesin tetas, mesin pengaduk pakan itik dan pelayanan dari inventaris lainnya dalam menunjang kegiatan usaha kelompok tani ternak itik.

Apabila dilihat dari beberapa aspek sumber daya manusia, kelompok sudah memberdayakan anggotanya yang berasal dari desa Rejosopinggir itu sendiri dengan segala fasilitas yang diberikan kelompok untuk anggotanya. Hal tersebut sesuai dengan salah satu tujuan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yakni menciptakan lapangan pekerjaan di sekitarnya. Sehingga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.

#### **4.3.4 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pemberian brand

pada produk, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan lain sebagainya. Menurut Kotler dan Amstrong, pemasaran merupakan suatu proses individu dengan individu dan kelompok dengan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling bertukar produk serta nilai satu sama lain (Kotler & Amstrong, 1997).

Jadi, pemasaran dapat dikatakan dengan kegiatan mengalirkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki melakukan kegiatan pemasarannya dengan menentukan segmentasi pasar, *targeting*, *positioning*, *diferensiasi*, dan bauran pemasaran atau *marketing mix*.

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yaitu berdasarkan kondisi geografis yaitu seluruh lapisan masyarakat khususnya wilayah Jombang dan sekitarnya, baik peternak besar, pedagang eceran, UMKM, dan para wirausaha ternak itik.

b. *Targeting*

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memiliki target yaitu semua masyarakat yang berada di wilayah Jombang dan sekitarnya, para peternak, pedagang makanan, atau yang membutuhkan produk atau jasa dari kelompok tani ternak itik Meri Rejeki. Target pasar juga ditentukan melalui platform digital yang digunakan oleh kelompok untuk membidik calon konsumen di dalam maupun luar kota hingga luar provinsi. Namun

untuk saat ini pengiriman ke luar provinsi seperti Jakarta, Papua, dan Batam masih dihentikan sementara karena terkait dengan regulasi pemerintah tentang pengiriman hewan ternak khususnya DOD ke luar provinsi melalui cargo.

c. *Positioning*

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki memosisikan dirinya sebagai peternak itik yang memberikan produk ternak yang berkualitas baik dan terjangkau bagi konsumennya. Kelompok juga memberikan kemudahan dalam proses pemesanan melalui *online* maupun *offline*. Berdasarkan analisis peneliti, kelompok tani ternak itik Meri Rejeki sudah berhasil menempatkan dirinya sebagai peternak itik yang cukup dikenal di masyarakat Jombang dan sekitarnya hingga mendapatkan prestasi dari Dinas Peternakan Jombang.

d. Diferensiasi

Diferensiasi Kelompok Ternak Itik Meri Rejeki yaitu produk DOD yang dihasilkan sangat baik dan berkualitas dibandingkan dengan kompetitornya. Hal tersebut yang menjadikan pelanggan setia dengan melakukan *repead order* kepada kelompok, karena terlihat perbedaannya saat membesarkan produk DOD yang dibeli di kelompok ini dengan yang lainnya.

e. *Marketing mix*

*Marketing Mix* adalah aspek yang dievaluasi dari rumus 4p (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Adapun beberapa aspek bauran

pemasaran yang digunakan oleh kelompok adalah produk, harga, promosi, dan tempat, sebagai berikut:

#### 1) Produk (*product*)

Produk adalah titik utama kegiatan marketing. Produk diartikan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada target pasar mereka. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka, dengan kata lain manfaat dari produk tersebut akan menjadi solusi kebutuhan dan keinginan konsumen (Jayanti Mandasari et al., 2019). Berikut strategi yang digunakan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki untuk menambah daya tarik konsumen antara lain:

##### a) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu hal penting bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing produk di pasaran agar tercipta kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah penilaian emosional pelanggan yang terpenuhi setelah menggunakan produk yang digunakan (Santoso, 2019).

Hasil dari penelitian tentang kualitas produk, kelompok tani ternak itik Meri Rejeki sangat konsisten menjaga kualitas produk dengan memilah bahan baku pembibitan atau pakan yang berkualitas, serta menerapkan manajemen perawatan dengan baik dan benar. Seperti yang dikatakan pelanggan yang telah membeli

produk tersebut, harga dan produk dari kelompok tani ternak itik Meri Rejeki sangat bagus dan harganya terjangkau.

Strategi ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan terhadap konsumen sehingga mereka loyal kepada kelompok untuk terus berlangganan. Selain itu, pelanggan dapat membedakan produk dari kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dengan produk-produk sejenis dari peternak lain. Hal ini menjadi motivasi pelanggan untuk membeli produk kelompok tani ternak itik Meri Rejeki.

b) Melakukan *quality control*

Menjaga standar kualitas produk dengan melakukan *quality control*, agar kualitas produk tetap konsisten. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk meminimalisir adanya produk ternak yang tidak sesuai dengan standar dan tetap konsisten ataupun tidak jauh berbeda. Hal ini dapat meningkatkan rasa kepuasan pelanggan pada produk kelompok dan terus berlangganan di kelompok tani ternak itik Meri Rejeki

c) Kemasan

Kemasan yaitu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dengan mengemas, melindungi komoditi yang akan dikirim dan menjadi nilai produk itu sendiri (Widiati, 2020). Dalam melakukan pengemasan harus dilakukan dengan baik serta dapat memenuhi harapan konsumen. Oleh karena itu pengemasan

harus bisa melindungi produk dari cuaca, jatuh, tumpah, kotoran, bakteri, mudah dibuka, dan lain-lain.

Dalam hal ini kelompok tani ternak itik Meri Rejeki sudah menerapkan kemasan yang baik sesuai dengan produknya, seperti DOD dikemas dalam box itik, telur asin dikemas menggunakan tray karton, bebek unkep menggunakan plastik kedap udara.

d) Memberikan garansi produk

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki melakukan perjanjian kepada pelanggan, apabila produk yang diterima dalam kondisi yang tidak sesuai atau bahkan terjadi kematian hewan maka kelompok akan mengganti dengan syarat lokasi pelanggan tidak jauh dari peternakan kelompok, dan apabila jauh maka yang ditransaksikan hanya produk yang sesuai. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir rasa kecewa pelanggan pada kelompok apabila produk yang diterima mengalami kerusakan. Dengan ini dijadikan bahan evaluasi oleh kelompok untuk berhati-hati dalam produksi, pengemasan, dan pendistribusian.

2) Harga (*price*)

Faktor utama perusahaan dalam persaingan bisnis adalah menentukan harga. Harga produk merupakan cerminan dari nilai dan utilitas untuk konsumen, permintaan, keamanan, kualitas, kehandalan, persaingan yang dihadapi, laba yang diinginkan, dan lain sebagainya (Abdullah, 2014).

Harga ditetapkan sebagai penentu kualitas suatu produk yang ditawarkan dan penyebab laku atau tidak di pasar. Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki menentukan harga produk sesuai dengan pasar lokal seperti mengikuti harga dari peternak besar di Mojosari atau mencari informasi harga itik melalui internet sebelum menetapkan harga produknya.

Strategi ini dilakukan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki bertujuan untuk menawarkan produk dengan harga sangat terjangkau dan dapat diterima oleh semua orang, namun tetap mengutamakan kualitas. Dengan begitu kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dapat menarik banyak konsumen.

### 3) Tempat (*place*)

Tempat merupakan strategi yang penting serta memiliki faktor kesuksesan pemasaran dalam sebuah usaha. Semakin strategis lokasi yang dipilih maka semakin berpengaruh terhadap kesuksesan usaha dan begitupun sebaliknya (Syukur & Syahbudin, 2020:36).

Strategi tempat usaha yang digunakan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki adalah rumah ketua kelompok. Lokasi tersebut sangat strategis karena berada di pinggir jalan utama, ramai kendaraan, dekat dengan pusat perbelanjaan dan sekolahan. Lokasi usaha kelompok berada di desa Rejosopinggir, kecamatan Tembelang, kabupaten. Jombang. Penerapan strategi ini dapat mempermudah kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dalam mempromosikan produk.

#### 4) Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan aspek dalam bauran pemasaran yang memiliki kegiatan dalam mengenalkan dan menjual produk kepada calon konsumen. Tujuan promosi yaitu mengenalkan produk kepada pelanggan, membujuk pelanggan, membuat sadar pelanggan dengan produk tersebut, membujuk pelanggan untuk membeli dan meningkatkan volume penjualan (Saleh & Said, 2019:143).

Sebagai penunjang keberhasilan kegiatan pemasaran, kelompok tani ternak itik Meri Rejeki menerapkan strategi promosi sebagai berikut:

##### a) Penjualan Pribadi (*Personal selling*)

Penjualan pribadi adalah cara perusahaan mengenalkan produknya dengan bertatap muka dengan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki bahwasanya kelompok telah menerapkan strategi ini dengan cara menawarkan secara langsung kepada masyarakat yang ada disekitar melalui acara seminar atau pelatihan, hingga terjun langsung ke pasar. Tidak ada pemberlakuan jam operasional bagi kelompok, namun tetap melayani pembeli secara profesional.

Selain itu, strategi ini juga dilakukan melalui media sosial *instagram*, *whatsapp*, dan *facebook* dengan cara mengikuti atau meminta akses pertemanan kepada seseorang untuk menawarkan produknya serta membangun interaksi sosial kepada calon pembeli.

## b) Periklanan

Iklan merupakan alat bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya. Iklan dapat dilakukan melalui media sosial, majalah, surat kabar, ataupun bentuk poster yang diletakkan di pinggir jalan yang strategis. Pada saat ini semua kalangan pebisnis menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya.

Kelompok tani ternak itik Meri Rejeki melakukan kegiatan promosi secara manual dengan mendirikan papan reklame dan patung bebek sejak tahun 2015 terletak di jalan yang memasuki desa Rejosopinggir. Sedangkan brosur disediakan oleh bagian pemasaran sejak 7 tahun yang lalu.

Kelompok juga menawarkan melalui media sosial seperti facebook sejak tahun 2014 dan instagram sejak 2016 hingga sekarang. Menggunakan media sosial sebagai media promosi merupakan langkah yang tepat, karena sebagian besar orang sudah mengenal dan menggunakan media sosial ini. Namun bagian pemasaran belum sepenuhnya melakukan promosi dengan kreatif di media sosial.

Kelompok juga melakukan promosi penjualan melalui pameran seperti kontes ternak yang diadakan oleh Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Jombang dan provinsi pada tahun 2015-2018.

Menurut analisa peneliti, bentuk promosi periklanan dengan menggunakan media sosial ataupun persuasive adalah cara yang cukup mudah karena tidak memerlukan biaya yang besar. Diharapkan kelompok bisa mengembangkan kreatifitasnya dalam memasarkan produk di media sosial, sehingga calon pembeli akan tertarik untuk membeli produk kelompok tani ternak itik Meri Rejeki. Dalam melakukan promosi sebaiknya dengan menerapkan sikap kejujuran dan bertanggung jawab atas produk yang dijual.

c) Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat, adalah bentuk komunikasi suatu perusahaan untuk memengaruhi opini, persepsi dan sikap masyarakat terhadap perusahaan tersebut secara menyeluruh (Saleh & Said, 2019:146).

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua kelompok tani ternak itik Meri Rejeki bahwa kelompok turut berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan di desa Rejosopinggir dan berperan sebagai salah satu donatur kegiatan keagamaan dan sponsorship. Kegiatan tersebut selayaknya dilakukan sebagai pebisnis muslim yaitu dengan menyisihkan sebagian rizkinya untuk sesama, sehingga kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dikenal masyarakat yang berdampak pada penjualannya.

#### **4.4 Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki Dalam Perspektif Islam**

Agama Islam menyuruh umatnya untuk selalu beramal saleh, beribadah, berusaha, dan bekerja secara halal, serta semua aktivitas muamalah yang dilakukan harus sesuai dengan syariat Islam. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan harta yang berkah, kedamaian, dan kebahagiaan dalam hidup.

Dalam menjalankan sebuah bisnis tidak terlepas yang namanya nilai-nilai keislaman. Baik dalam transaksi maupun dalam hal manajemen perusahaan, harus menerapkan nilai-nilai tersebut, tidak diperbolehkan ada hal-hal yang bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam. Apabila hal tersebut dilakukan, maka transaksi dalam bentuk apapun di bolehkan dalam syari'at.

Dalam pandangan Islam hal yang harus dihindari dalam bisnis yaitu dzolim kepada orang maupun terhadap lingkungan. Oleh karena itu pebisnis harus dibekali dengan etos dan etika kerja. Islam menganjurkan manusia untuk untuk bekerja dan berinovasi agar kehidupan jadi lebih baik. Produktifitas dan pengembangan sangat dianjurkan oleh Ekonomi Islam, dilarang menyia-nyiakan potensi sumber daya yang ada untuk memberikan banyak kemanfaatan bagi manusia (Ghufron, 2015).

Usaha peternakan itik yang dilakukan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki ialah kegiatan ekonomi yang berada di desa Rejosopinggir Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang. Dalam mengembangkan

strategi usahanya kelompok tani ternak itik Meri Rejeki menerapkan enam sikap yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, serta melaksanakan zakat, infaq, sadaqah, serta upaya agar terbebas dari hal yang bertentangan dengan ekonomi Islam meliputi produksi, sumberdaya manusia, keuangan, dan pemasaran.

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 97.

*Artinya: barang siapa yang mengerjakan amal shaleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya ia akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik, dan sesungguhnya akan kami berikan balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan (QS. An-Nahl : 97) .*

Dalam surat tersebut, orang-orang Islam disuruh melakukan perbuatan yang baik dalam bekerja serta mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT, dan dilarang untuk melakukan perbuatan-perbuatan yang melanggar aturan syari'at.

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yaitu startegi produksi, startegi keuangan / modal, strategi sumber daya manusia, dan strategi pemasaran.

Strategi produksi ini dilakukan kelompok untuk meningkatkan mutu dan kualitas bahan baku produk. Produk yang dihasilkan harus berkualitas sebelum dipasarkan kepada konsumen. Dalam meningkatkan hal tersebut, selain proses memilah telur dan menetasakan, kelompok membuat pakan alternatif dari bahan baku alami yang terbebas dari bahan pengawet atau formalin, sehingga produk yang dihasilkan bagus dan sehat.

Upaya yang dilakukan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki tidak bertentangan dengan ekonomi Islam. Kegiatan produksi ini dilakukan semata-mata karena niat ibadah kepada Allah SWT dan tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan yang besar, tetapi juga mendapatkan keberkahan usaha dan memberi manfaat bagi lingkungan dan masyarakat. Dalam hal ini Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Qashash ayat 77.

*Artinya: Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan (QS. Al-Qashash: 77).*

Dari arti ayat di atas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan sebuah pekerjaan kita dilarang berbuat curang terhadap lingkungan maupun orang lain. Kita disuruh untuk berbuat yang jujur dan professional dalam bekerja, agar tidak ada yang dirugikan atas tindakan yang kita perbuat. Berbeda dengan

Strategi sumber daya manusia sangat berpengaruh pada keberlangsungan usaha. Sumber daya yang berkualitas menghasilkan produksi yang berkualitas. Upaya yang dilakukan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dalam meningkatkan kreatifitas sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan memberikan pelatihan.

Pelatihan diberikan bertujuan untuk meningkatkan keahlian anggota agar bekerja lebih terampil dan efisien. Islam menganjurkan untuk lebih efisien dan professional dalam bekerja. Rasulullah SAW memberikan contoh seorang yang professional tidak pernah menyerah, jujur dalam

bekerja dan berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau menghadapi masalah. Oleh sebab itu kelompok tani ternak itik dituntut untuk selalu sabar, telaten dalam menjalankan usaha peternakan ini. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Qashash ayat-26.

Artinya: *“berkata kepada anaknya:”Hai Bapakku, Ambilah dia (Musa) jadi pekerja (Mengembalikan ternak kita) karena yang sebaik-baik pekerja ialah yang kuat lagi jujur (QS. Al-Qashash:26).*

Sikap jujur dapat dilihat ketika para pembisnis melakukan promosi usahanya. Apakah ia mempromosikan dengan jujur atau bohong dengan memberikan keterangan palsu kepada konsumen sehingga berdampak buruk kepada konsumen atau perkembangan bisnis kedepannya.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab ayat 70-71.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (70) يُصْلِحْ  
لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا  
عَظِيمًا (71)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakannlah perkataan yang benar niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.*

Kelompok juga memberikan bonus tahunan yaitu bersilatullahim pada acara *family gathering*. Hal ini yang membuat kelompok tani ternak itik Meri Rejeki mampu mempertahankan kelangsungan usahanya hingga sekarang. Pertama, kerana usaha yang dijalankan kelompok tidak mengganggu aktivitas ibadah. Kedua, mendapatkan keberkahan dari silatullahim yakni sebagaimana yang disebutkan dalam hadis.

Artinya: *Barangsiapa menginginkan rizkinya dimudahkan dan umurnya dipanjangkan, hendaklah menyambung tali silaturahmi*

Strategi Keuangan/Modal kelompok tani ternak itik Meri Rejeki dapat dilihat dari cara mengelolah keuangannya. Kelompok berusaha agar tidak mengandung unsur riba dalam kegiatan transaksinya. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

.....وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: ... *Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*

Selain itu, keuntungan yang diperoleh kelompok juga disisihkan untuk memberi kepada mereka yang membutuhkan, dalam bentuk zakat, infaq, maupun shadaqah. Dalam Ekonomi Islam harta harus berputar agar bermanfaat bagi orang lain. Allah berfirman Surat Al-Hasyr ayat 7 artinya:

*“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada rasulnya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, oranr-orang miskin dan orang-orang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar diantara orang-orang kaya sajadi antara kamu. Apa yang diberikan rasul kepadamu, maka terimalah. Dan Apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah, Dan bertakwalah Kepada Allah. Ssungguhnya Alalh amat keras hukumannya.”*

Harta yang digunakan di jalan Allah tidak akan hilang, melainkan akan menjadi berkah dan dilipatgandakan oleh Allah baik secara langsung maupun di akhirat. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surat Saba’ ayat 39.

Artinya: *Katakanlah, “sungguh, Tuhanku melapangkan rezeki dan membatasinya bagi siapa yang Dia kehendaki di antara hamba-hambanya.” Dan siapa saja yang kamu infaqkan, Allah akan menggantinya dan Daialah Pemberi Rezeki yang terbaik (QS. As-Saba’:39).*

Strategi keuangan atau modal penetapan harga diterapkan kelompok dengan memberikan harga terjangkau dan bervariasi untuk konsumen sesuai dengan kondisi pasar yang ada atau sesuai dengan tingkat kesulitan dalam mengelolah peroduk kelompok. Kelompok juga memberikan diskon dalam pembelian skala besar. Penetapan harga yang dilakukan kelompok melihat dari dua sisi. Hal tersebut tidak menjadi masalah dan tidak bertentangan dengan ekonomi Islam karena harga yang diterapkan secara wajar sesuai dengan kualitas produk yang diperjual belikan.

Strategi distribusi dan promosi yang dilakukan oleh kelompok ternak itik Meri Rejeki dengan memperluas pasar. Target pasar kelompok adalah konsumen yang membeli dalam skala kecil maupun besar. Dalam pendistribusian produk kelompok seperti DOD, telur, bebek, dan mesin telah sesuai dengan pandangan Islam, karena dalam pendistribusian tidak terdapat kecurangan yang merugikan para pihak. Allah SWT berfirman dalam Surat An-nahl ayat 105.

Artinya: *Sesungguhnya yang mengada-ngadakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman terhadap ayat-ayat Allah, dan mereka itulah orang-orang pendusta* (QS. An-Nahl :105)

Sedangkan dalam hal promosi kelompok selalu menerapkan sikap yang dicontohkan Rasulullah SAW yaitu bersilatullahim seperti menjalin hubungan dengan konsumen, ramah dalam melayani konsumen dan membangun relasi dengan banyak pihak.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

##### 5.1.1 Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki menggunakan beberapa strategi antara lain:

*Pertama*, strategi produksi. Kelompok melakukan proses produksi secara efisien mulai dari pembibitan, perawatan, hingga pengolahan produk.

*Kedua*, strategi keuangan yang diterapkan kelompok yaitu menggunakan modal sendiri dan bantuan dari pemerintah, kemudian hasil penjualan digunakan pemutaran modal dan membayar zakat, infaq, dan shadaqah.

*Ketiga*, strategi sumber daya manusia yang diterapkan kelompok adalah memberdayakan anggotanya dengan memberikan pelatihan manajemen agribisnis dan bonus tahunan.

*Keempat*, strategi pemasaran sudah diterapkan pada semua aspek. namun kondisi kelompok saat ini mengalami jumlah penjualan yang fluktuatif.

Terdapat beberapa kekurangan dalam memasarkan produk secara luas melalui media sosial. Kurangnya inovasi pengembangan produk

membuat kelompok masih megandalkan produk yang sudah ada dan belum ada inovasi seperti aneka olahan daging bebek dan telur.

### **5.1.2 Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Itik Meri Rejeki dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Tinjauan ekonomi Islam proses pengembangan usaha kelompok tani ternak itik Meri Rejeki secara umum sudah berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Dikarenakan pengembangan usaha kelompok tani ternak itik Meri Rejeki lebih mengutamakan kualitas produk dan mutu, memberikan produk yang bermanfaat serta dilihat dari beberapa sikapnya yaitu jujur, ikhlas, professional dalam mengelola ternak itik dan penjualan produk kelompok.

Kemudian sikap niat suci karena ibadah, menunaikan zakat, infaq, dan shadaqah, karena pebisnis harus memperhatikan usahanya dari semua aspek baik dari produk maupun keuntungan yang diperoleh terbebas dari keharaman dan *riba* atau hal-hal yang melanggar syariat Islam.

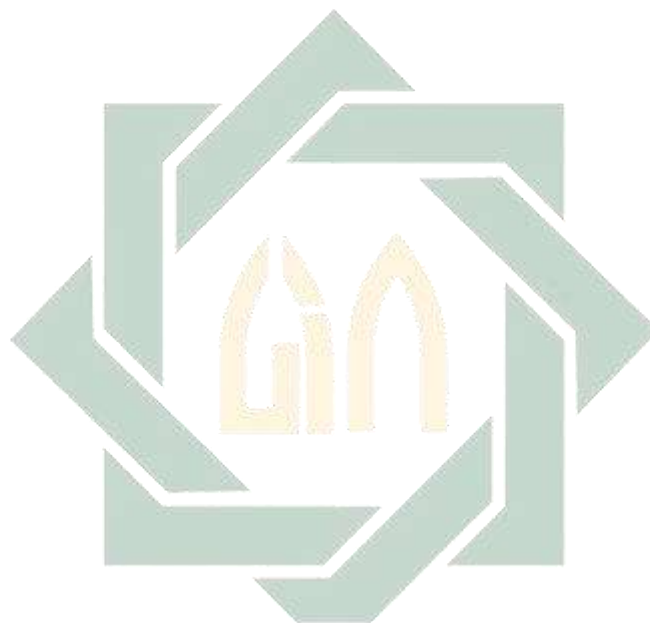
## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka saran dari penulis kepada kelompok tani ternak itik Meri Rejeki yaitu:

*Pertama*, strategi pengembangan usaha yang dilakukan kelompok tani ternak itik Meri Rejeki diharapkan bisa berinovasi untuk pengembangan produknya agar pembeli semakin banyak dan penjualan meningkat.

*Kedua*, kelompok tani ternak itik Meri Rejeki diharapkan memanfaatkan strategi pemasaran secara maksimal seperti promosi

penjualan yang kreatif melalui media sosial facebook, instagram, terlebih melalui e-commerce seperti shopee, tokopedia, dan lain sebagainya agar konsumen tertarik serta keuntungan yang diperoleh lebih besar hingga dapat mencukupi kebutuhan ekonomi dan mensejahterakan keluarga.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Aswaja Pressindo.
- Abdullah, B., & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Pustaka Setia.
- Abdullah, M. (2013). *Wirausaha Berbasis Syariah* (1st ed.). Aswaja Pressindo.
- Aldi, B. E. (2015). Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 6(2), 1576–1580.
- Alfrida, A., & Noor, T. I. (2012). Analisis Pendapatan Dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Padi Sawah Berdasarkan Luas Lahan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(3), 803–810.
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha UKM Batik Semarang Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 1–12.
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori Konsep - Kinerja*. Mitra Wacana Media.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). CV Jejak.
- Arafah, M. (2019). Sistem Keuangan Islam : Sebuah Telaah Teoritis. *Journal Of Islamic and Business*, 1(1), 56–66.
- Ariyanti, & Widaningsih. (2018). *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Polinema Press.
- Bismala, L., Handayani, S., Andriany, D., & Hafsa. (2018). *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. PT. Grasindo.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 45–55.
- Harmaizar. (2003). *Menangkap Peluang Usaha* (2nd ed.). CV Dian Anugerah Prakasa.
- Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Muhammadiyah University Press.
- Ilahi, M. I. (2019). *Strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi islam terhadap peningkatan penjualan pada toko*.
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha

- Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123.  
<https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Kasmir. (2008). *Manajemen Perbankan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Indonesia* (1st ed.). PT. Prehallindo.
- Kurniawan, A. (2017). Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah. *Justitia Jurnal Hukum*, 1(1). <https://doi.org/10.30651/justitia.v1i1.601>
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif* (1st ed.). Zifatma Publisher.
- Musfiqoh, S., & Bukhori, I. (2014). *Sistem Ekonomi Islam*. Uinsa Press.
- Mutakin, I., & Ridwan, T. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Komunitas (Studi Kasus Pada Konveksi Jack Tailor Di Desa Ciperna). *Jurnal Indonesia Sains*, 1(1), 1–9.
- Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2017). *Jurnal Manajemen Indonesia*. 163–184.
- Raco, J. . (2010). *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*. PT. Gramedia Mediasarana Indonesia.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membeda Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. CV Budi Utama.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.); 1st ed.). CV. SAH MEDIA.
- Samodro, G. S., & Yuliawati. (2018). Strategi Pengembangan Usahatani Sayuran Organik Kelompok Tani Cempoko Mulyo Kabupaten Boyolali. *Journal Of Sustainable*, 33(2), 169–179.
- Selaras, R. (2018). *Pengaruh Strategi Fungsional Terhadap Kinerja Bisnis UKM Di Yogyakarta*. 1–15.
- Septiyani, K., Mardiningsih, D., & Eddy, T. B. (2012). Analisis Pengembangan Usaha Tingkat Kelompo Tani Ternak Itik di Gapoktan Purwadiwangsa Kelurahan Pasurungan Lor Kecamatan Margadana Kota Tegal. *Animal Agriculture Journal*, 1(1), 637–651.
- Sholiha, I. (2016). Teori Produksi Dalam Islam. *INZAH Online Journal*, XII(3), 1–19.
- Siagian, S. P. (2003). *Manajemen Stratejik*. Bumi Aksara.
- Siagian, S. P. (2004). *Manajemen Stratejik*. Bumi Aksara.

- Siagian, S. P. (2007). *Manajemen Strategik* (7th ed.). PT. Bumi Aksara.
- Suherman, U. D., Sunan, U. I. N., & Djati, G. (2018). *Pengaruh Penerapan Nilai-nilai Islami dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan Pemasaran Bank Umum Syariah di Jawa Barat Pendahuluan Faktor sumber daya manusia (SDM) menjadi modal yang penting untuk*. 9, 51–81.
- Suparwo, A., Suhendi, H., Rachman, R., Arifin, T., & Shobary, M. N. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection. *Jurnal ABDIMAS BSI*, 1(2), 208–214.
- Suripto, T. (2012). MANAJEMEN SDM DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM : TINJAUAN MANAJEMEN SDM DALAM INDUSTRI BISNIS. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, II(2).
- Sutrisno, E. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana.
- Syukur, P. A., & Syahbudin, F. (2020). Konsep Marketing Mix Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 71–94.  
<https://doi.org/10.46899/jeps.v5i1.167>
- Turmudi, M. (2017). PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Islamedia*, XVIII(1), 37–56.
- Umar, H. (2008). *Strategic Management in Action* (5th ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widyawati, R. F. (2017). Keterkaitan Sektor Pertanian Dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Indonesia (Analisis Input Output). *Jurnal Economia*, 13(1).
- Winata, R. (2017). *Strategi Produksi dan Distribusi Industri Kerajinan Sentra Rotan Kelurahan 3 Ilir di Kota Palembang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*.
- Yazid, M. (2017). *Fiqh Muamalah Ekonomi Islam*. Imtiyaz.