

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BUAH STROBERI DI
KABUPATEN JAYAWIJAYA (PEDAGANG BUAH STROBERI DI PASAR
POTIKELEK)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Akademik Guna
Mencapai Gelar Sarjana S1 Pada Program Studi Administrasi Publik



Oleh:

**AGUSTA WUKA
NIM.2017-13-003**

**YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM DI TANAH PAPUA
CABANG KABUPATEN JAYAWIJAYA
UNIVERSITAS AMAL ILMIAH YAPIS WAMENA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS S1**

HALAMAN PERSETUJUAN

**JUDUL :ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BUAH STROBERI DI
KABUPATEN JAYAWIJAYA (PEDAGANG BUAH STROBERI DI PASAR
POTIKELEK)**

Disusun Oleh,

NAMA : **AGUSTAWUKA**
NIM : 2017–13–003
PROGRAMSTUDI : ADMINISTRASI BISNIS S1 FAKULTAS
: EKONOMIDANBISNIS

Telah diperiksa dan
disetujui Pada
Tanggal:.....

PembimbingI

PembimbingII

DEFRANSISKA,SE.,MM
NIDN.1417098702

WAHYUNI NURINDAH S,S.Sos.,MM
NIDN.1416019201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis S1

TATI HARYATI, S.Sos.,M.A.B.
NIDN. 1426048401

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
BUAH STROBERI DI KABUPATEN JAYAWIJAYA
(PEDAGANG BUAH STROBERI DIPASAR
POTIKELEK)

Telah dipertahankan skripsi ini didepan panitia ujian skripsi
Pada hari Rabu tanggal 28 September 2022

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Ketua

Sekretaris,

DEFRAN SISKA SE,MM
NIDN.1417098702

TUKIJAN.S.Sos.M.Si
NIDN.1427016601

Anggota,

Anggota,

RIANIK THOMAS.SE.M.Si
NIDN.1415097901

HASRIANI .M.S.pd. M.pd
NIDN.1409128201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

RIANIK THOMAS.SE.M.Si
NIDN.1415097901

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, hidayah, petunjuk, perlindungan serta pertolonganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam proses penyusunan dan penulisan proposal ini, penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini secara khusus penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak **Dr. H. Rudihartono Ismail, M.Pd** selaku Rektor Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena.
2. Ibu **Dra. Telly Nancy Silooy, M.Si** selaku dekan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena.
3. Ibu **DefranSiska, SE., MM** selaku Pembimbing I dan Ibu **Wahyuni Nurindah S, S.Sos., MM** Pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk penulis, guna memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak **Nanang Gunawan. S.Sos., M.AB** selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis S1.
5. Orang tua tercinta Ayahanda Jinawan Wuka dan Ibunda Hana Hisage selaku Ayah dan Ibu Kandung yang selalu memberikan doa terbaik serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
6. Suami tercinta Richard Miaga yang selalu memberikan doa terbaik serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tulisan ini
7. Ibu **Linda CH. Welikin, SE** selaku Kepala Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya.
8. Bapak/Ibu Dosen di lingkungan Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamen, khususnya pada Program Studi Administrasi Bisnis beserta seluruh staf yang telah membantu penulis selama menekuni studi.

9. Seluruh pedagang buah strowbery di potikelek yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan ini.
10. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena yang telah membantu penulis serta atas kebersamaannya selama penulis duduk dibangku kuliah.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini mungkin masih jauh dari sempurna, oleh karena itu atas segala kekurangan penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi menyempurnakan tulisan ini.

Semoga semua amal jasa dan bantuan yang diberikan kepada penulis dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa dan semoga skripsi ini memberi manfaat bagi pembaca.

Wamena, 08 September 2022
P e n u l i s,

AGUSTAWUKA
2017-13-003

ABSTRAK

AGUSTAWUKA NIM 2017 13 003 “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Buah Stroberi Di Kabupaten Jayawijaya (Pedagang Buah Stroberi Di Pasar Potikelek)”(pembimbing : Defran Siska, SE.,MM., Wahyuni Nurindah S,S.Sos.,MM).

Penelitian ini bertujuan bertujuan untuk mengetahui mengetahui strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnis buah strowbery di pasar potikelek Wamena di Kabupaten Jayawijaya. metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. adapun hasil penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini adalah Pengembangan usaha buah strowbery di pasar potikelek pada indikator Pemasaran adalah sangat baik, Pengembangan usaha buah strowbery di pasar potikelek pada indikator Operasi/produksi adalah sangat baik, Pengembangan usaha buah strowbery di pasar potikelek pada indikator Kondisi permodalan adalah sangat baik,. sehingga strategi Pengembangan usaha buah strowbery di pasar potikelek adalah sangat baik.

Kata Kunci : Strategi Pegembangan Usaha, Buah Strowbery, Strategi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAM PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Batasan masalah	2
C. Rumusan masalah.....	2
D. Tujuan dan kegunaan	3
BAB II LANDASAN TEORI	4
A. Kajian teori.....	4
1. Strategi Pengembangan Usaha	7
2. Pemasaran.....	12
3. Produksi.....	13
4. Modal	14
5. Manajemen	20
6. Pendapatan (omzet).....	24
7. PengertianStrategi	28
8. Usaha.....	29
9. Pengertian Stroberi	30
B. Penelitian terdahulu	31

C. Defenisi oprasional	35
D. Kerangka konseptual	36
BAB III METODE DAN TEKNIK PENELITIAN	37
A. Lokasi dan waktu penelitian	37
B. Jenis penelitian	37
C. Populasi dan sampel	37
D. Intrumen penelitian	38
E. Teknik pengumpulan data	39
F. Teknik analisa data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. HASIL PENELITIAN.....	42
1. Keadaan Lokasi Penelitian	42
2. Keadaan Responden	47
3. Analisa Data	49
B. PEMBAHASAN.....	62
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran- Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Pengukuran Variabel Instrument Skala Likert	39
Tabel 3.2	Nilai interpretasi skor.....	41
Tabel 4.1	Keadaan Responden Menurut umur	48
Tabel 4.2	Keadaan Responden Menurut Jenis Kelaminnya	48
Tabel 4.3	Keadaan Responden Menurut lama berdagang.....	49
Tabel 4.4	TanggapanrespondenmengenaiLokasi yang dipilih hendaklah dekat dengan keramaian.....	50
Tabel4.5	Tanggapan responden mengenai Kenyamanan pembeli harus diperhatikan	51
Tabel 4.6	Tanggapan responden Menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau	51
Tabel 4.7	TanggapanrespondenmengenaiSopan dan ramah kepada pembeli	52
Tabel 4.8	Tanggapan responden mengenai Menjawab seluruh pertanyaan pembeli terkait produk yang dijual	53
Tabel 4.9	Tanggapan responden mengenai Produk yang dijual merupakan produk yang dibutuhkan pembeli	54
Tabel 4.10	Tanggapan responden mengenaiT erdapat cara yang dapat dilakukan penjual agar produk yang tidak habis terjual dapat dipasarkan lagi keesokan harinya	54
Tabel 4.11	Tanggapan responden mengenai Meningkatkan kualitas produk penjualan agar memberikan kepuasan pada pembeli	55
Tabel 4.12	Tanggapan responden mengenai Memperhatikan kualitas	

produk jualan agar pembeli akan melakkukan transaksi secara terus menerus.....	56
Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai Memperhatikan produk cadangan guna menghindari kehabisan produk jualan pada saat terjadinya peningkatan jumlah pembeli	57
Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai Modal yang ada cukup untuk pembelian bahan baku	58
Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai Modal yang digunakan dalam menjalankan usaha bukan hanya modal uang tetapi juga pengalaman keberanian, pengetahuan, dll.....	59
Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai Jumlah biaya yang dikeluarkan harus dihitung guna mengetahui besar biaya yang dikeluarkan	60
Tabel 4.17 Tanggapan responden mengenai Modal yang digunakan berasal dari modal pribadi	61
Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai Penambahan modal dari pemerintah akan membantu dan dapat mengembangkan usaha agar lebih besar lagi	62
Tabel 4.19 Rata rata persentase Indikator Pemasaran	63
Tabel 4.20 Rata rata persentase Indikator Produksi	64
Tabel 4.21 Rata rata persentase Indikator Kondisi Permodalan.....	66
Tabel 4.22 Rata rata persentase Variabel Pengembangan Usaha	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 36

BAB I

PENDAHULUAN

A. LatarBelakang

Potensi alam Indonesia menyediakan berbagai sumber daya yang dapat diolah menjadi produk-produk yang bermutu tinggi. Salah satunya adalah potensi alam di bidang pertanian. Sampai saat ini pertanian masih menjadi sumber penghidupan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Usaha pertanian di Indonesia dilakukan oleh petani gurem sampai pengusaha perkebunan multinasional. Usaha di bidang pertanian, terutama yang berskala menengah-kecil terbukti mampu bertahan di tengah krisis yang imbasnya masih terasa sampai saat ini.

Sistem dan usaha agrobisnis merupakan salah satu ujung tombak kebangkitan perekonomian di Indonesia yang belum pulih dari krisis. Menurut Saragih (2003), agrobisnis akan tampil menjadi tulang punggung pembangunan ekonomi nasional. Agrobisnis mampu mengakomodasikan tuntutan agar perekonomian nasional terus bertumbuh dan sekaligus memenuhi prinsip kerakyatan, keberlanjutan dan pemerataan baik antar individu maupun antar daerah. Atas dasar pemikiran tersebut maka pembangunan sistem dan usaha agrobisnis dipandang sebagai bentuk pendekatan yang paling tepat bagi pembangunan ekonomi Indonesia.

Usaha agrobisnis memang masih menjanjikan keuntungan. Kunci dari keberhasilan usaha agrobisnis adalah pemilihan komoditas yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Hal lain yang harus diperhatikan dalam pemilihan komoditas adalah potensi yang dimiliki oleh daerah pengusahaannya. Salah satu komoditas yang bernilai

ekonomi tinggi adalah stroberi. Budiman dan Saraswati (2005) mengungkapkan harga jual stroberi yang cukup menjanjikan dan adanya peluang bisnis di dalam dan luar negeri.

Salah satu komoditas subsektor hortikultura yang unggul dan layak untuk dikembangkan adalah stroberi hal tersebut ditunjang oleh hasil penelitian purnomo (2008) mengenai strategi pengembangan agrobisnis stroberi. Dikatakan bahwa stroberi merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mempunyai potensi ekonomi yang tinggi hal ini dikarenakan stroberi memiliki daya tarik sendiri yang terletak pada bentuk, rasa dan warna dari buah stroberi sehingga berpengaruh terhadap harga jualnya di pasara yang masuk kategori tinggi dan menjanjikan dengan melihat peluang bisnis yang ada baik di dalam maupun diluar negeri.

Daya tarik stroberi terletak pada warnanya yang cerah, rasa dan aroma yang segar dan khas. didaerah pengunungan seperti di Kota Wamena sangat cocok untuk melakukan bisnis buah strowberry ini, karena Kota Wamenamemiliki iklim yang dingin. Namun, masyarakat belum banyakmengetahui dan menyadari bahwa tanaman buah strowberry sebagai tanaman yang sangat bermanfaat untuk kesehatan danmemiliki harga jual yang tinggi. Pada dasarnya bisnis Strowberry di Kota Wamena sudah mulaibermunculan (berjualan di pasar potikelek). Ini dapat dibuktikan adanya petani/masyarakat memulai mengenal dan membudidayakan buahstrowberry di Jayawijaya. Oleh karenanya penulis melihat bahwa pentingdilakukakan kajian untuk mengembangkan bisnis tersebut. Kenyataan inilah yang mendorong peneliti mengadakan suatu penelitian mengenai analisis strategi pengembangan bisnis buah strowberry di Pasar Potikelek Kabupaten Jayawijaya.

B. Batasan Masalah

Untuk menganalisa analisis strategi pengembangan bisnis buah strawberry (Pedagang Buah Stroberi Di Pasar Potikelek)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah Strategi Pengembangan Bisnis Buah Stroberi (Pedagang Buah Stroberi Di Pasar Potikelek)?”

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnis di Kabupaten Jayawijaya (Pdagang Buah Stroberi di Pasar Potikelek)

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua kegunaan penelitian sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini di peruntukkan untuk menambah kekayaan itelektual dan sebagai bahan referensi dalam ilmu pengetahuan di Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Amallmiah (UNA'IM) Yapis Wamena dalam Pemasaran Produk.

b. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap bahwa dengan adanya penelitian ini dapat:

- 1) Menjadi bahan referensi dan bahan studi bagi pihak-pihak lainnya yang membutuhkan; dan
- 2) Memberikan informasi kepada para Petani Stroberi mengenai strategi pengembangan bisnis Buah Stroberi.

BAB II

LANDASANTEORI

A. KajianTeori

1. StrategiPengembanganUsaha

a. Pengertian pengembangan usaha

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besar harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar (**Winda Lara Amalia, 2014**).

Menurut **Mulyadi Nitisusanto 2008**, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah – pemerintah daerah, masyarakat, dan stake holder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha.

Dari penjelasan diatas,pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut, baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat dan terutama pengusaha itu sendiri untu mengembangkan usahanya menjadi usha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitasdan

bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas.

Dalam pengembangan usaha terdapat beberapa unsure penting, ada pun diantaranya yaitu:

- 1) Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal)
 - 1) Adanya niat dari si pengusaha untuk mengembangkan usaha menjadi lebih besar
 - 2) Mengetahu teknik memproduksi barang
 - 3) Membuat anggaran yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.
- 2) Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)
 - 1) Mengikuti perkembangan informasi
 - 2) Mendapatkan dana tidak hanya dari dalam seperti meminjam dari luar
 - 3) Mengetahui kondisi lingkungan yang kondusif untuk usaha
 - 4) Harga dan kualitas, sebagai unsur strategi yang paling umum ditemui
 - 5) Cakupan jajaklan produk. Suatu jajaklan produk atau jasa yang bervariasi memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat saja. Namun, sebuah jajaklan produk yang sedikit memungkinkan untuk menggali potensi produk lebih dalam, termasuk banyak alternatif untuk jenis produk yang sama.

Kreativitas merupakan salah satu unsur penting yang perlu dijadikan sebagai salah satu karakter dalam mengelola bisnis. Kreativitas memberikan banyak kontribusi bagi pengembangan bisnis. Usaha bisnis sangat perlu dikelola secara kreatif oleh pemilik dalam segala aspek, mulai dari ide dan produksi.

b. Upaya Pengembangan Usaha

Menurut **Kartasasmita 2001**, Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah – masalah yang timbul dan Dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek – aspek sebagai berikut:

- 1) Peningkatan akses kepada set produktif, terutama modal, disamping juga teknologi, manajemen, dan segi-segi lainnya yang penting.
- 2) Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas mulai dari pencadangan usaha sampai pada informasi pasar, bantuan produksi dan prasarana serta pemasaran. Khususnya bagi usaha kecil dipedesaan, prasarana ekonomi yang dasar akan sangat membantu adalah prasarana perhubungan.
- 3) Kewirausahaan, dalam hal pelatihan – pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.
- 4) Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Memperkuat pasar sangat penting, tetapi harus disertai dengan pengendalian agar bekerjanya

pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan.

- 5) Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Pada umumnya, masalah yang dihadapi oleh industry kecil menyangkut soal manajemen, modal dan mutu disamping soal pemasaran. Salah satu pemecahannya adalah keterkaitan dengan perusahaan besar, baik industri maupun perdagangan. Sementara itu, bantuan unit pelayanan teknis, antara lain meliputi pengelolaan dan analisi data, desain dan rekayasa produk tertentu, penerapan teknologi modern, bantuan peralatan atau mesin produksi, pembinaan manajemen, dan pembinaan serta pelatihan tenaga kerja.

c. Langkah - langkah Pengembangan Usaha

(Bourne, M. C. 2002) Langkah – langkah yang harus dilakukan adalah dengan jalan memberikan pelatihan-pelatihan sebagai bekal yang amat penting ketika mereka memasuki dunia wirausaha, program pembinaan berkelanjutan itu dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan yaitu:

- 1) Pelatihan Usaha

Melalui pelatihan ini setiap peserta diberikan pemahaman terhadap konsep – konsep kewirausahaan dengan segala macam seluk beluk permasalahan yang ada dalam.

- 2) Pemagangan

Pemagangan dalam bidang usaha ini diartikan sebagai pengenalan terhadap realita usaha secara intens

dan empiric. Pemagangan ini sangat perlu karena suasana dan realita usaha mempunyai karakteristik yang khas, yang berbeda dengan dunia pendidikan atau kegiatan di luar usaha.

3) Penyusunan proposal

Untuk memulai kegiatan usaha hal yang sering kali dilakukan penyusunan proposal sebagai acuan dan target pengembangan usaha melalui penyusunan proposal ini juga memungkinkan untuk membuka kerjasama dengan berbagai lembaga perekonomian.

4) Permodalan

Permodalan dalam bentuk uang, merupakan salah satu factor penting dalam dunia usaha tetapi yang terpenting, untuk mendapatkan dukungan keuangan yang cukup stabil, perlu mengadakan kerjasama yang baik dengan lembaga keuangan, baik perbankan maupun dana bantuan yang disalurkan melalui kemitraaan usaha lainnya.

5) Pendampingan

Tahap ini yaitu ketika usaha itu dijalankan, calon wirausaha didampingi oleh tenaga kerja profesional, yang berfungsi sebagai pengarah sekaligus sebagai pembimbing, sehingga kegiatan usaha yang digelutinya benar – benar berhasil dikuasai dan berkembang.

d. Faktor-Faktor Pengembangan Usaha

Beberapa indicator pengembangan usaha menurut penelitian **Supristiwendik (2018)** dalam penelitiannya

Dalam melaksanakan usaha, pasti memiliki keinginan untuk mencapai keberhasilan. Berikut ini adalah faktor-faktor pokok yang menyebabkan suatu industri / perindustrian dapat berkembang dengan baik apabila memiliki.

1) Faktor Pokok.

1) Modal

Modal digunakan untuk membangun aset, pembelian bahan baku, rekrutmen tenaga kerja, dan lain sebagainya untuk menjalankan kegiatan industri. Modal bias berasal dari dalam suatu Negara serta dari luar negeri yang disebut juga sebagai penanaman modal asing (PMA).

2) Tenaga kerja

Dengan jumlah dan standar kualitas yang sesuai dengan kebutuhan suatu perindustrian tentu akan membuat industri tersebut menjadi lancar dan mampu berkembang di masa depan. Jika suatu Negara kelebihan tenaga kerja, maka salah satu solusi yang baik adalah mengirim tenaga kerja keluar negeri menjadi tenaga kerja asing.

3) Bahan Mentah atau Bahan Baku

Bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat dan bahkan terhenti. Untuk itu pasokan bahan mentah yang cukup baik dari dalam maupun luar

negeri impor dapat melancarkan dan mempercepat perkembangan suatu industri.

4) Transportasi

Sarana transportasi sangat dibutuhkan suatu industri baik untuk mengangkut bahan mentah kelokasi industri, mengangkut dan mengantarkan tenaga kerja, pengangkutan barang jadi hasil output industry keagen penyalur atau distributor atau ketahap produksi selanjutnya, dan lain sebagainya. Terbayang bila transportasi untuk kegiatan tadi terputus.

5) Sumber Energi

Tenaga Industri yang modern memerlukan sumber energy tenaga untuk dapat menjalankan berbagai mesin – mesin produksi, menyalakan perangkat penunjang kegiatan bekerja, menjalankan kendaraan – kendaraan industry dan lain sebagainya. Sumber energy dapat berwujud dalam berbagai bentuk seperti bahan bakar minyak, batubara, gas bumi, listrik, metan, baterai, dan lain sebagainya.

6) Marketing Pemasaran

Hasil Output Produksi Pemasaran produk hasil – hasil produksi dapat terjual untuk mendapatkan keuntungan profit yang diharapkan sebagai pemasukan untuk pembiayaan kegiatan produksi berikutnya, memperluas pasar, memberikan dividen kepada pemegang saham, membayar pegawai, karyawan, buruh, dan lain-lain.

e. Indikator Pengembangan Usaha

Beberapa indikator pengembangan usaha menurut penelitian Supristi wendi dkk (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa indikator pengembangan usaha terdiri dari:

1. Sumber daya manusia (kemampuan untuk mempekerjakan orang lain dan menggajinya)
2. Pemasaran (penambahan jenis/ragam atau jumlah dagangan)
3. Operasi/produksi(operation/production).
4. Kondisi permodalan (capital condition).
5. Manajemen (management).
6. Pendapatan (omzet)
7. Kebijakan pemerintah (government policy)

f. Sumber daya manusia

Menurut Nawawi (2000) dalam Sunyoto yang dikutip dalam Yusuf (2015, p.25), yang dimaksud dengan sumber daya manusia meliputi tiga pengertian yaitu:

1. Sumber daya manusia adalah manusia yang bekerja di lingkungan suatu organisasi, disebut juga personel, tenaga kerja, pegawai atau karyawan.
2. Sumber daya manusia adalah potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya.
3. Sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal (non materiil) di dalam organisasi bisnis, yang dapat mewujudkan

menjadi potensi nyata secara fisik dan non fisik dalam me-wujudkan eksistensi organisasi.

Menurut Yusuf (2015, p. 25), sumber daya manusia merupakan suatu modal dasar yang paling utama dalam setiap organisasi. Tanpa ada-nya sumberdaya manusia, dapat dipastikan roda organisasi tidak akan bergerak. Sumber dayamanusia dapat didefinisikan sebagai individu yang merancang dan memproduksi keluaran dalam rangka pencapaian strategi dan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Tanpa individu yang memiliki keahlian atau kompeten, maka mustahil bagi organisasi untuk mencapai tujuan. Dari beberapa definisi di atas, disimpulkan bahwa sumber daya manusia merupakan bagian penting yang harus dimiliki oleh organisasi sebagai penggerak operasional untuk mencapai tujuan organisasi

2. Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata “pasar” yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah “pemasaran” yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual. Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh **Kotler**, sebagai teori pasar. **Kotler** selanjutnya memberikan batasan bahwa teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi sosial dan dimensi

ekonomi.

Dimensi sosial yaitu terjadinya kegiatan transaksi atas dasar suka sama suka. Dan dimensi ekonomi yaitu terjadinya keuntungan dari kegiatan transaksi yang saling memberikan kepuasan. Tinjauan ekonomi, istilah pemasaran menurut Saladin merupakan aktivitas penjualan suatu produk atau jasa yang dapat diterima atau dibeli oleh pembeli karena produk atau jasa tersebut bermanfaat bagi pembeli dan menguntungkan bagi penjual. Dikatakan bahwa pemasaran melibatkan dua unsur yang berkenaan, yaitu adanya permintaan (demand) dan penawaran (supply). Dasar ini mengacu pada teori permintaan dan penawaran.

Teori permintaan dan penawaran menurut Douglas dalam Saladin yaitu bahwa permintaan meningkat apabila produksi kurang dan penawaran meningkat apabila produksi banyak atau berlimpah. Dasar inilah yang menjadi acuan terjadinya transaksi dalam kegiatan pemasaran. Dibuktikan dari banyaknya definisi pemasaran menurut para ahli yang berbeda-beda, baik dari segi konseptual maupun dari persepsi atau penafsiran, namun semuanya bergantung dari sudut mana tinjauan pemasaran tersebut, akan tetapi pada akhirnya mempunyai tujuan yang sama.

Umumnya para ahli pemasaran berpendapat bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya bertujuan bagaimana menjual barang dan jasa atau memindahkan hak milik dari produsen ke pelanggan akhir, akan tetapi pemasaran merupakan suatu usaha terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha bagaimana memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan yang

diharapkan.

3. Produksi

Menurut **Hanafiah dan Saefuddin(1986)** produksi merupakan sebuah rangkaian proses yang meliputi semua aktivitas dalam rangka menciptakan atau menambah nilai dari barang atau jasa, baik menjadi produk setengah jadi atau produk jadi. Produksi dapat dilakukan dengan cara mengubah bentuk bahan, memindah bahan ke tempat lain, atau menyimpannya.

Yang menjadi catatan di sini adalah terdapatnya nilai tambah. Contoh dari proses menambah nilai barang adalah memanen padi dan diolah menjadi beras, menjahit kain sehingga menjadi baju, memasak bahan baku makanan sehingga menjadi makanan jadi, mengolah batok kelapa menjadi mangkok atau arang, dan lain-lain. Contoh-contoh di atas menunjukkan adanya pertambahan nilai dari sebuah bahan baku sehingga siap untuk dikonsumsi oleh konsumen atau diolah lagi.

Proses produksi memerlukan sebuah teori agar produksi yang dilakukan oleh perusahaan dapat berjalan dengan baik sehingga perusahaan yang menjalankan bisnis mendapatkan keuntungan yang optimal, kualitas dan kuantitas produk terpenuhi, dan konsumen merasa puas. Teori tersebut dapat membantu proses produksi sehingga berjalan sesuai harapan atau setidaknya mendekati harapan

Teori produksi sendiri bisa diartikan sebagai sebuah teori yang menerangkan sifat hubungan antara tujuan produksi yang diinginkan dengan faktor-faktor produksi yang terlibat. Dengan kata lain, teori produksi mengajarkan sebuah mekanisme agar produksi dapat mencapai tujuang yang diharapkan dengan

memaksimalkan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh produsen **(Aryani, dkk, 2010)**.

Konsep utama yang digunakan dalam teori produksi adalah menghasilkan *output* semaksimal mungkin, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, dengan input tertentu. Dan menghasilkan sejumlah *output* yang ditargetkan dengan biaya produksi seminimal mungkin. Jika kondisi tersebut tercapai, perusahaan dapat mencetak keuntungan yang optimal.

teori produksi menggunakan prinsip ilmiah dalam melakukan proses produksi. Prinsip-prinsip ilmiah tersebut meliputi pemilihan kombinasi sehingga menghasilkan *output* dengan produktivitas dan efisiensi yang tinggi serta pemilihan teknologi yang tepat agar tercapai *output* yang diinginkan.

4. Modal

Secara garis besar, pengertian modal adalah sekumpulan uang ataupun barang yang bisa digunakan untuk dasar dalam melakukan suatu pekerjaan atau usaha. pengertian modal atau capital adalah suatu barang yang diproduksi oleh alam atau manusia untuk bisa membantu melakukan produksi barang lain yang diperlukan oleh manusia untuk mendatangkan keuntungan. Modal adalah suatu hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan atau bisnis. Tanpa adanya modal, maka bisnis tidak bisa bergerak seperti seharusnya. **(Gumbira, E dan A. Harizt. 2001)**

Modal diperlukan dalam berbagai skala bisnis, mulai dari bisnis berskala besar ataupun berskala kecil. Jadi, pengertian modal adalah suatu aset utama perusahaan dalam menjalankan bisnis yang umumnya berbentuk dana, aset, atau utang. Dengan

begitu, maka proses produksi hingga pemasaran perusahaan bisa berjalan dengan lancar:

Berikut ini adalah pengertian modal berdasarkan penjelasan para ahli:

- a. Pengertian Modal Menurut **Bambang Riyanto**, Bambang Riyanto menjelaskan bahwa pengertian modal adalah suatu hasil produksi yang bisa dimanfaatkan kembali untuk diproduksi lebih lanjut. Dalam prosesnya, modal akan lebih fokus pada nilai, daya beli atau kekuasaan menggunakan yang terdapat dalam barang-barang modal.
- b. Pengertian Modal Menurut **Drs. Moekijat, Moekijat** menjelaskan bahwa pengertian modal adalah seluruh hal yang dimiliki oleh pihak perusahaan yang meliputi uang tunai, kredit, hak dalam membuat, dan menjual sesuatu dalam bentuk paten, berbagai mesin, dan properti. Tapi, seringkali modal juga digunakan untuk menilai hak milik total yang tersusun dari sejumlah dana, surplus, dan keuntungan yang tidak dapat dibagi.
- c. Pengertian Modal Menurut **S. Munawir** Menurut Munawir, pengertian modal adalah nilai kekayaan perusahaan yang didapat dari pihak internal ataupun eksternal perusahaan, termasuk kekayaan yang diperoleh dari suatu hasil produksi perusahaan.
- d. Pengertian Modal Menurut **Lawrence J. Gitman** Lawrence J. Gitman berpendapat bahwa pengertian modal adalah suatu bentuk pinjaman dalam jangka waktu tertentu yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, atau seluruh hal yang terdapat pada

kolom bagian kanan neraca perusahaan selain kewajiban yang ditanggung saat ini.

- e. Pengertian Modal Menurut **Andrew Mayo** Andrew, Mayo berpendapat bahwa pengertian modal adalah suatu bentuk instrumen utang yang menggunakan dana investor yang membeli dalam sekuritas utang. Di dalamnya terdapat dua jenis saham, yaitu saham biasa dan saham preferen.
- f. Pengertian Modal Menurut **Arnold B. Bakker**, Baker menjelaskan bahwa pengertian modal adalah berbagai barang konkrit yang terdapat dalam rumah tangga perusahaan dan terdapat dalam neraca bagian debet, atau berupa daya beli atau nilai tukar barang yang tercantum dalam neraca bagian kredit.
- g. Polak menjelaskan bahwa pengertian modal adalah suatu bentuk wewenang yang dimiliki oleh organisasi atau perorangan untuk memanfaatkan barang modal yang berada dalam neraca kredit. Sedangkan barang modal adalah berbagai barang milik perusahaan yang belum dimanfaatkan.
- h. Pengertian modal menurut **Meij** adalah kolektivitas dari berbagai modal, yaitu seluruh barang yang terdapat dalam rumah tangga perusahaan yang berfungsi untuk membentuk pendapatan yang ada dalam neraca di sebelah debet. Sedangkan kekayaan adalah daya beli yang ada dalam berbagai modal dan berada di neraca sebelah kredit.
- i. Pengertian modal berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah dana yang dimanfaatkan sebagai suatu pokok atau induk untuk melakukan perdagangan. Harta atau benda tersebut juga bisa digunakan untuk memproduksi sesuatu yang

mampu meningkatkan kekayaan, dll. Pengertian modal menurut KBBI adalah uang yang digunakan sebagai pokok (induk) untuk berdagang; harta benda (uang, barang) yang bisa digunakan dalam menghasilkan sesuatu yang mampu menambah kekayaan dan sebagainya.

Terdapat beberapa jenis modal yang dipisahkan berdasarkan kategorinya, Jenis modal berdasarkan sumber terbagi menjadi dua, yaitu modal eksternal dan modal internal **(Dr. Febri Yulianti 2014)**.

- a. Modal Eksternal, Sumber modal eksternal adalah sumber modal yang diperoleh dari luar perusahaan atau dana yang didapat dari para kreditur atau para pemegang saham. Dengan adanya keterbatasan yang ada pada modal internal, membuat modal eksternal penting karena sifatnya tidak terbatas. Umumnya, modal eksternal ini bisa didapat dari pinjaman bank, koperasi atau sumber lainnya. Modal juga bisa didapat dari para investor yang menanamkan dananya pada perusahaan. Contoh lain dari modal eksternal adalah utang dagang, gaji karyawan yang belum terbayar, dll.
- b. Modal Internal, Sumber modal internal adalah modal yang diperoleh dari kekayaan seseorang atau perusahaan tersebut yang biasanya didapat dari hasil penjualan. Perlu diketahui bahwa modal internal ini akan sulit untuk mengembangkan bisnis karena sifatnya yang juga terbatas dan akan terasa sulit untuk mengalami peningkatan yang signifikan. Beberapa contoh modal internal adalah gedung, saham, kendaraan, laba yang diinvestasikan kembali, dll.

Berdasarkan fungsinya, modal terbagi menjadi dua, yaitu modal sosial dan modal perseorangan (**Baidi Abdullah, 2001**).

- a. Modal Sosial, Modal sosial adalah modal yang dimiliki oleh masyarakat yang nantinya modal tersebut akan mampu memberikan keuntungan untuk mereka dalam melakukan operasional produksi. Contoh dari modal sosial adalah jalan raya, jembatan, pasar, pelabuhan, dll.
- b. Modal Perseorangan, Jenis modal perseorangan adalah modal yang diperoleh dari mereka yang memiliki fungsi untuk memudahkan berbagai aktivitas dan akan memberikan laba pada pemiliknya. Contoh dari modal perseorangan ini adalah deposito, properti pribadi, saham, dll.

Modal juga terbagi berdasarkan bentuk atau wujudnya, yaitu modal abstrak dan modal konkret (**Baidi Abdullah, 2001**).

- a. Modal Abstrak (Modal Pasif), Modal abstrak adalah modal yang tidak bisa dilihat secara kasat mata, namun tetap penting untuk keberlangsungan suatu perusahaan, contohnya adalah hak cipta, pengetahuan, skill tenaga kerja, koneksi, hak pendirian usaha, citra perusahaan, dll.
- b. Modal Konkret (Modal Aktif), Modal konkret merupakan modal aktif yang artinya bisa dilihat secara kasat mata atau memiliki bentuk, contohnya adalah bahan baku, mesin, gedung, kendaraan, gudang, dll.

Berdasarkan sifatnya, jenis modal terbagi menjadi dua jenis, yaitu modal tetap dan modal lancar.

- a. Modal Tetap, Modal tetap adalah modal yang bisa digunakan untuk keperluan kegiatan produksi dalam kurun waktu yang lama atau untuk beberapa kali proses. Contoh modal tetap adalah gedung, tanah, kendaraan, laptop, mesin, dll.
- b. Modal Lancar, Modal lancar adalah jenis modal yang akan habis terpakai dalam satu kali proses produksi, contohnya adalah bahan bakar, bahan baku, dll.

Modal adalah hal yang sangat wajib dimiliki oleh suatu perusahaan, terlebih lagi untuk perusahaan yang tengah berkembang. Tanpa adanya modal, maka perusahaan akan sulit untuk menjalankan berbagai kegiatannya. Ketersediaan modal akan membantu proses produksi barang baru yang diperlukan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Selain itu, modal juga memiliki manfaat lain, yaitu:

- a. Membayar Sewa Tempat, Dalam menjalankan usaha, Anda tentu memerlukan lahan bisnis, lahan ini bisa didapat dengan menyewa tempat. Adanya modal sangat penting untuk sewa tempat yang harus berbanding lurus dengan harga lahan.
- b. Penyediaan Bahan Produksi, Modal juga diperlukan untuk persediaan bahan produksi, seperti bahan baku, peralatan pendukung produksi dan mesin produksi. Perusahaan yang menjalankan usahanya dalam bidang penyediaan produk pastinya sangat memerlukan modal untuk membeli alat produksi.
- c. Gaji Pekerja, Menjalankan perusahaan selalu lekat dengan anggota-anggota yang berada dalam perusahaan

tersebut, hal ini bisa berupa pegawai atau tenaga kerja. Adanya modal sangat diperlukan untuk membayar berbagai hak karyawan, seperti gaji, tunjangan, dan bahkan asuransi kerja.

- d. Simpanan, Tidak selamanya modal harus disalurkan dalam kepentingan produksi, modal juga harus berwujud simpanan. Gunanya adalah untuk mengantisipasi berbagai hal yang tidak diinginkan perusahaan, seperti defisit, kekurangan biaya operasional, atau adanya peningkatan pasar.

Berdasarkan penjelasan di atas, bisa kita tarik kesimpulan bahwa pengertian modal adalah salah satu hal yang sangat penting keberlangsungan suatu perusahaan. Setiap bentuk perusahaan pasti memerlukan modal, baik itu dalam bentuk uang, sarana dan prasarana, pengetahuan dan keterampilan, legalitas, dan modal lainnya untuk bisa menjalankan operasional perusahaannya dengan baik.

5. Manajemen

Manajemen adalah suatu seni atau prinsip yang berkaitan dengan pengorganisasian, seperti menyusun perencanaan, membangun organisasi dan pengorganisasiannya, pergerakan, serta pengendalian atau pengawasan. Manajemen merupakan suatu proses yang sistematis dalam pengorganisasian sehingga dapat dilakukan pengendalian dan pengawasan untuk mencapai tujuan tertentu. Kata 'manajemen' berasal dari bahasa Inggris yakni '*manage*' yang memiliki arti mengatur, merencanakan, mengelola, mengusahakan, dan memimpin.

Secara etimologis, **manajemen** merupakan seni untuk melaksanakan dan mengatur. Hal tersebut yang mendasari manajemen sebagai seni mengelola dan mengatur agar tersusun secara rapi. Istilah manajemen tersebut biasanya diidentikan dengan dunia bisnis dan perkantoran. Manajemen sangat dibutuhkan agar tujuan pribadi atau organisasi bisa tercapai. Manajemen juga sangat diperlukan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas suatu kerja organisasi. Adapun orang yang mengatur, merumuskan, dan melaksanakan berbagai tindakan manajemen disebut manajer.

Beberapa pengertian manajemen menurut para ahli:

George R. Terry

Manajemen adalah sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Henry Fayol

Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan terhadap sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien.

Oey Liang Lee

Manajemen adalah ilmu dan seni untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinasi serta mengawasi manusia dengan bantuan alat-alat sehingga dapat mencapai tujuan.

Ricky W. Griffin

Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, proses organisasi, proses koordinasi, dan proses kontrol terhadap sumber daya untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien.

Mary Parker Follet

Manajemen adalah sebuah seni untuk menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Pengertian ini dapat diartikan sebagai fungsi seorang manajer yang mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.

Akan tetapi, pengertian manajemen ini bisa salah penafsiran karena ada orang lain yang tujuannya membantu untuk menyelesaikan pekerjaan.

Federick Winslow Taylor

Manajemen adalah seni mengetahui apa yang harus dilakukan dan melihat bahwa itu dilakukan dengan cara sebaik mungkin.

Koontz dan Weihrich

Manajemen adalah proses merancang dan memelihara lingkungan di mana individu, bekerja sama dalam kelompok, secara efisien mencapai tujuan yang dipilih.

Tujuan Manajemen

- a. Bisa menentukan suatu strategi yang efektif serta efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.
- b. Melakukan sebuah evaluasi kerja dan mengkaji ulang akan situasi yang akan terjadi yang bertujuan untuk melakukan penyesuaian strategi jika terjadi hal-hal yang di luar strategi.
- c. Mengatur dan menjaga kesehatan emosi (personal), keuangan, dan semua sektor pada suatu perusahaan supaya perusahaan tersebut bisa mencapai profit yang maksimal.
- d. Mengevaluasi dan meninjau kembali suatu kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang maupun ancaman yang ada, dan sebagainya.

Fungsi Manajemen

- a. Perencanaan (Planning) Perencanaan adalah rangkaian proses pemilihan atau penetapan tujuan organisasi dan penentu strategi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Dengan perencanaan, dapat dilakukan penilaian alternatif dalam pengambilan keputusan agar mendapatkan pilihan terbaik di antara alternatif lainnya.
- b. Pengorganisasian (Organizing) Organizing atau pengorganisasian adalah rangkaian aktivitas pembagian tugas yang akan dikerjakan serta proses pengembangan struktur organisasi yang sesuai tujuan perusahaan. Tujuan organizing wajib dijalankan dengan baik agar dapat mengatur berbagai SDM atau sumber daya lain. Dengan begitu, sumber daya di dalam perusahaan dapat berfungsi secara optimal dan mampu melaksanakan peran serta fungsi masing-masing dengan baik.
- c. Fungsi Penempatan, Di sini seorang pemimpin memiliki tugas menempatkan sumber daya yang tersedia sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, proses pencapaian tujuan dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien.
- d. Pengarahan (Directing) yaitu suatu tindakan yang berupaya agar semua anggota kelompok dapat berusaha meraih tujuan yang sesuai dengan rencana manajerial serta usaha. Fungsi ini bertujuan mengarahkan atau mengendalikan agar pekerjaan makin efektif dan efisien.
- e. Pengawasan (Controlling) Tujuan controlling atau pengawasan ialah untuk menilai pekerjaan yang telah dilakukan oleh seluruh SDM yang ada di suatu

perusahaan. Fungsi pengawasan sangat penting dilakukan karena fungsi ini untuk menentukan kualitas layanan atau produk yang dihasilkan perusahaan dapat berjalan dengan baik atau tidak.

Unsur-Unsur Manajemen(**Rudi Rinaldi,1998**).

- a. Manusia (Human),Faktor yang paling utama dalam manajemen adalah manusia. Manusia membuat tujuan dan melakukan proses pencapaian tujuan tersebut. Dengan kata lain, proses kerja tidak akan terjadi bila terdapat unsur manusia di dalamnya.
- b. Uang (Money),Selain manusia, uang juga merupakan unsur manajemen yang sangat berpengaruh karena hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah yang beredar di suatu perusahaan. Adanya uang bisa menjadi alat dalam proses pencapaian tujuan dengan penggunaannya yang diperhitungkan secara rasional.
- c. Bahan (Materials), Ketersediaan bahan baku atau material sangat vital dalam proses produksi. Tanpa material, perusahaan tidak bisa mengolah sesuatu untuk dijual.Dibutuhkan tenaga ahli untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi atau setengah jadi. Sumber daya manusia dan bahan baku sangat berkaitan erat satu sama lain dan tidak bisa dipisahkan.
- d. Mesin (Machines), Mesin sangat dibutuhkan manusia untuk melakukan pekerjaan yang sulit menjadi lebih mudah dan cepat. Penggunaan mesin akan meningkatkan hasil dan keuntungan serta membuat proses kerja menjadi lebih efektif dan efisien.Selain efisien, tingkat kesalahan

manusia atau human error dapat diminimalkan. Namun, dibutuhkan sumber daya yang andal dan bahan baku yang berkualitas untuk memperoleh hasil yang maksimal.

- e. Metode (Methods), Kerja dapat berjalan dengan efektif dan efisien bila dilakukan dengan metode yang tepat. Suatu metode kerja harus mempertimbangkan sasaran, fasilitas, waktu, uang, dan kegiatan bisnis. Selain itu, metode yang tepat dan baik juga harus dipahami oleh manusia yang menjalankannya.
- f. Pasar (Market), Konsumen atau pasar merupakan elemen yang sangat penting. Tanpa adanya pemasaran, barang tidak akan laku terjual. Hal itu dikarenakan tidak adanya permintaan, yang bisa membuat produksi akan terhenti. Aktivitas perusahaan juga bisa vakum.

6. Pendapatan (omzet)

Berdasarkan ilmu ekonomi, pendapatan adalah hasil dari kegiatan penjualan barang atau jasa di sebuah perusahaan dalam periode tertentu. Sebenarnya tidak hanya hasil dari penjualan, pendapatan sebuah perusahaan bisa juga berasal dari bunga dari aktiva perusahaan yang digunakan pihak lain, dividen, dan royalti. Semuanya dijumlahkan dan dicatat dalam pembukuan perusahaan. Selain itu, pendapatan juga bisa didefinisikan sebagai biaya yang dibebankan kepada pelanggan atau konsumen atas harga barang atau jasa. Pendapatan merupakan faktor penting dalam perusahaan karena merupakan tolak ukur maju atau mundurnya sebuah perusahaan. Semakin besar pendapatan, perusahaan tersebut dinilai semakin maju, begitu pula sebaliknya (**Endang Larasati S,**

2015).

1) Jenis-jenis Pendapatan

Dalam perbankan, jenis pendapatan dibagi dua, yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non operasional.

- a. Pendapatan Operasional, pendapatan operasional merupakan hasil yang didapat langsung dari kegiatan operasional suatu perusahaan. Pendapatan operasional kembali dibagi 2 (dua) golongan, yakni pendapatan bersih dan pendapatan kotor.
- b. Pendapatan Kotor, pendapatan dari nilai asli dan faktor penjualan sebelum dikurangi faktor return barang dan potongan penjualan.
- c. Pendapatan Bersih, pendapatan dari hasil penjualan barang atau jasa setelah dikurangi faktor return barang dan potongan penjualan.
- d. Pendapatan Nonoperasional, pendapatan nonoperasional adalah pendapatan yang otomatis diterima tanpa adanya kegiatan. penjualan. Pendapatan nonoperasional juga dibagi menjadi 2 (dua) golongan, yakni hasil sewa dan bunga.
- e. Hasil Sewa, merupakan hasil yang didapat setelah menyewakan suatu objek, misalnya menyewakan rumah atau mobil.
- f. Bunga, merupakan hasil yang didapat setelah meminjamkan uang kepada pihak lain.

Sumber pendapatan perusahaan dibagi menjadi 3

(tiga). Menurut Suparmoko dalam Artaman, 2015, ada 3 (tiga) golongan pendapatan.

- a. Dari Gaji atau Upah, pendapatan seseorang yang didapat setelah bekerja dalam jangka waktu tertentu, biasanya 1 (satu) bulan. Tapi ada juga gaji yang dibayarkan per hari dan per minggu.
- b. Dari Usaha Sendiri, pendapatan dari total penjualan barang atau jasa setelah dikurangi total biaya produksi. Misalnya, pendapatan dari hasil jualan toko kelontong.
- c. Dari Pendapatan Lain, biasanya pendapatan lain didapat di luar dari gaji dan usaha sendiri. Pendapatan lain didapat tanpa adanya kegiatan usaha, misalnya hasil menyewakan rumah, mobil, aset berharga lainnya, atau dari investasi.

2) Konsep Pendapatan

Terdapat dua jenis konsep pendapatan dalam perusahaan, yakni:

- a. Inflow of Net Asset: Konsep pendapatan ini berfokus kepada inflow yang merupakan arus masuk kas perusahaan. Konsep ini akan mempengaruhi penambahan asset (aktiva tetap) dan berkurangnya hutang perusahaan.
- b. Outflow of Good Service: sebaliknya, konsep pendapatan ini berfokus kepada arus kas keluar atau outflow dengan terjualnya barang dan jasa sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Konsep pendapatan ini juga bisa

berguna untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

3) Karakteristik Pendapatan

Berikut beberapa karakteristik penting dari pendapatan dalam perusahaan:

- a. Sumber pendapatan
- b. Kegiatan - kegiatan serta produk yang dihasilkan perusahaan
- c. Jumlah pendapatan dalam rupiah serta proses penandingannya.

4) Pengukuran Pendapatan

Pendapatan paling baik diukur dengan nilai tukar (exchange value) dari suatu barang atau jasa. Nilai tukar tersebut juga diukur dari cash equivalent atau present value yang diharapkan dapat diterima melalui tagihan-tagihan yang masuk. Pada intinya, pendapatan diukur melalui nilai uang atau sejumlah uang yang nantinya diterima sebagai hasil dari suatu proses transaksi pendapatan.

5) Kriteria Pengakuan Pendapatan

Ada 4 kriteria pengakuan pendapatan yang harus diketahui:

- a. Pengakuan Ketika Penjualan: Pendapatan diakui dalam kondisi langsung di mana terjadi proses

penerimaan pendapatan dan penerimaan barang atau jasa kepada konsumen.

- b. Pengakuan Sebelum Penyerahan: kriteria pengakuan pendapatan ini berlangsung selama proses produksi berjalan maupun setelah selesai produksi, contohnya seperti sistem purchase order dan purchase requisition dalam bidang manufaktur dan retail.
- c. Pengakuan Setelah Penyerahan: sesuai namanya, pendapatan ini baru diakui setelah diterimanya uang pembayaran sebagai hasil dari transaksi yang terjadi.
- d. Pengakuan Atas Suatu Transaksi Khusus: Pengakuan pendapatan ini dapat dicontohkan seperti penjualan waralaba atau franchise, serta barang konsinyasi.

7. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.

Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumberdaya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Menurut Porter (1985) strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Hamel dan Prahalad (1995), yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal penting dengan

mendefinisikan strategi sebagai berikut:

“Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*corekompetencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan”.

Menurut **Chandler (1962)**, Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut **Quinn (1999:10)** mengartikan Strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan – tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Dari beberapa definisi tentang strategi diatas, peneliti dapat menyimpulkan pengertian strategi sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

8. Usaha

a. Pengertian Usaha

Menurut **Wasis dan Sugeng Yuli Irianto (2008)**, usaha pada umumnya merupakan upaya manusia yang ditujukan untuk bias mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan usaha dalam ilmu sains merupakan gaya yang diberikan sebuah benda yang

dapat menciptakan perpindahan posisi benda tersebut.

Nana Supriatna, Mamat Ruhimat, dan Kosim (2006) mendefinisikan usaha sebagai segala kegiatan yang dilakukan manusia dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Menurut Eprizon Umar (2008), usaha adalah resultan gaya yang berkeja pada benda yang menimbulkan pergerakan dan perpindahan posisi benda. Sedangkan Kamajaya (2007) menjelaskan usaha dalam Ilmu Fisika perpindahan energi melalui yang membuat benda menjadi berpindah.

Sebagai kesimpulan dari beberapa pengertian usaha diatas, peneliti menyimpulkan pengertian usaha sebagai aktivitas yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam sehari-hari.

b. Indikator Perkembangan Usaha

Keberhasilan usaha selalu diidentikan dengan perkembangan industri. Sehingga, dalam menjalankan suatu usaha, para wirausaha dituntut untuk tidak hanya fokus pada faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, namun juga harus mampu mengukur tingkat perkembangan usahanya. Hal ini sangat diperlukan karena wirausaha yang sukses dan progresif adalah mereka yang dapat mengetahui sejauh mana langkah yang telah mereka tempuh agar mampu menganalisa strategi – strategi atau kebijakan seperti apakah yang harus mereka ambil kedepan.

Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya perolehan laba, image industri, peningkatan output industri, peningkatan profesionalitas pegawai, dan rasio financial yang berkembang. Wirausaha dapat menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu industri yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

9. Pengertian Stroberi

Stroberi atau *Fragaria VescaL* merupakan buah yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Daya tarik buah ini terletak pada warnanya yang merah mencolok dengan bentuk yang mungil, menarik, dan rasanya yang manis segar. Negara penghasil

utama stroberi (*Fragaria Vesca L*) di dunia adalah Amerika Serikat dengan produksi sekitar 224.000 Ton Per Tahun dibandingkan dengan luar negeri, usaha stroberi (*Fragaria Vesca L*) di Indonesia masih tergolong pada skala kecil.

Menurut **(Eva N., 2004)** bahwa stroberi (*Fragaria Vesca L*) adalah salah satu tanaman yang sangat berguna dan bermanfaat bagi kebutuhan manusia dan sebagai salah buah yang bias dijadikan sebagai penghias. Sedangkan menurut Hanif Z, Budiwati E, dan

Basuki JS (2008) stroberi (*Fragaria Vesca L*) adalah salah satu tanaman yang memiliki harga ekonomis yang sangat tinggi bagi kebutuhan ekonomi masyarakat. Stroberi (*Fragaria Vesca L*) adalah salah satu tanaman buah yang bisa dijadikan minuman dalam hal ini, sirup, manisan, es krim dan juga bias menurunkan berat badan.

Berdasarkan beberapa uraian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa, stroberi (*Fragaria Vesca L*) adalah salah satu tanaman buah bisa dijadikan minuman dan juga bermanfaat bagi kesehatan. Kemudian memiliki nilai ekonomi yang sangat tinggi.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan kebutuhan penelitian dan waktu penelitian yang singkat, maka berikut penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pemasaran ritel yang dapat dimatrisikan seperti pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Matriks Penelitian
Terdahulu

No.	NamaPeneliti	JudulPenelitian	HasilPenelitian	SumberReferensi
1	Albert Tulank, khaerunisa shoy	Pengembangan budidaya stroberidi distrik walesika bupaten jayawijaya	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa;</p> <p>1.Faktor-faktor internal sebagai berikut:</p> <p>a. Kekuatan: iklim yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan tanaman stroberi, produk unggulan daerah, dan konsumen;</p> <p>b. Kelemahan: modal petani yang terbatas, manajemen usaha yang memadai, dan</p>	OPTIMA II Albert tulak, khearunisa dan shoy 2019

			<p>peningkatan sdm yang belum dicapai;</p> <p>c. Peluang: pasar yang masi terbuka,dukungan dari pemerintah dari pemerintah terhadap pengembangan budidaya stroberi dan motif ekonomi, pasar yang kuat dengan adanya investor; dan</p> <p>d. Ancaman: masuknya produk stroberi dari daerah laen, adanya peningkatan biaya, dan belum ada instrusi yang mau menjadi mitra.</p> <p>2. Alternatif strategi yang dapat diterapkan:</p> <p>a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi stroberi agar mampu memenuhi permintaan</p>	
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p>konsumen;</p> <p>b. Memaksimalkan SDM untuk melakukan perbaikan dalam strategi pemasaran serta mempertahankan kualitas stroberi; dan</p> <p>c. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi stroberi agar mampu memenuhi permintaan konsumen dengan menerapkan konsumen agrowisatastroberi.</p> <p>d. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam upaya pengajaran serta permodalan melalui kelembagaan dengan menyentuh seluruh petani untuk meningkatkan kuantitas</p>	
--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			sertakualitas stroberi untuk memenuhi permintaan pasar	
2	Adrianus Bria, Ana Arifatus Sa'diyah, Anung Prasetyo Nugroho.	Strategi pengembangan usaha straberi diagrowisata petikstraberi	Hasil analisis menunjukkan strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan agrowisata petik strawberi adalah mengoptimalisasi fasilitas dan meningkatkan pelayan serta promosi objekwisata strawberry, melakuakan di serfikasi produk dengan memaksimalkan lahan yang ada, menyusun paket wisata dengan berbagai tingkat harga, bekerja sama dengan travel agent dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia	SOSIAL EKONOMI PERTANIAN P- ISSN0853-8395- 5922Vol.16 No.3,Oktober2020
3	Denny saro insong,v.v	Agrobisnis tanaman stroberi di desa rurukan kecamatan tomohon timur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani yang melakukan dalam	Ugenia volume 18 no.3 Desember 2012

	.j.Laoh, dan C.B.D.Pakasi		budidaya tanaman stroberi secara umum meliputi: mengolah lahan, pembibitan, pengolah media tanam. Hal yang sangat penting untuk melalui dilakukan petani Agar pengembangan tanaman stroberinya berhasil yaitu teknik penanaman stroberi.	
--	------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

C. Definisi Operasional

Agar penelitian ini lebih jelas maka variabel-variabel operasional perlu didefinisikan terlebih dahulu. Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel-variabel tersebut.

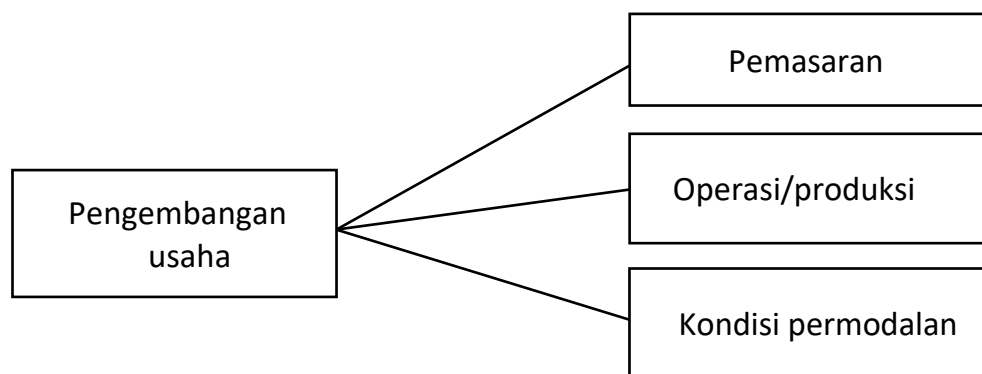
Dalam penelitian ini hanya menggunakan 1 (satu) variabel atau variabel mandiri yaitu pengembangan usaha, sehingga secara operasionalnya pengembangan usaha dapat diberikan arti yaitu : pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan seseorang yang terkait dalam usaha tersebut, terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas. Dengan indikator sebagai berikut :

1. Pemasaran adalah suatu strategis yang diarahkan pada usaha bagaimana memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan.
2. Produksi merupakan sebuah rangkaian proses yang meliputi semua aktivitas dalam rangka menciptakan atau menambah nilai dari barang
3. Kondisi permodalan (capital condition) merupakan suatu kondisi suatu barang/uang diproduksi oleh alam atau manusia untuk bisa membantu melakukan produksi barang lain yang diperlukan oleh manusia untuk mendatangkan keuntungan

D. Kerangka Konsep Penelitian

Adapun kerangka konsep penelitian yang digunakan pada variabel pengembangan usaha dapat dilihat pada gambar 2.1 :

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE DAN TEKNIK PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Adapun lokasi penelitian yakni diPasar Potikelek.

2. Waktu penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilaksanakan yaitu kurang lebih 2 bulan

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, menurut Nakaka, dalam Sugiyono (1985:63), penelitian deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan gambaran atau melukiskan keadaan objek/ subjek penelitian (seseorang lembaga masyarakat dan lain – lain) dan fakta – fakta yang dampak sebagaimana adanya pemilihan jenis penelitian ini didasarkan atas pemikiran dan alasan bahwa permasalahan yang diteliti merupakan suatu fenomena yang terjadi sebagaimana adanya berdasarkan fakta – fakta yang dampak pada lokasi penelitian pada masyarakat yang bersangkutan.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan unsur – unsur dan elemen yang menjadi objek penelitian, menurut Wahyu. M.S (1992 : 261) dengan demikian populasi merupakan jumlah keseluruhan objek yang akan diteliti. Dari pengertian tersebut maka yang menjadi

populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penjual jeruk di pasar potikelek.

2. Sampel

Menurut Sudjana dalam Nawawa, (1995 : 144), sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi dengan menggunakan cara – cara tertentu. Penentuan sampel hendaknya memperhitungkan berbagai aspek karena kesimpulan dari hasil penelitian yang dipelajari melalui sampel yang harus diperlukan pula untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus representatif. Sehingga betul – betul mewakili keseluruhan populasi sedangkan menurut Sugiyono, (2003 : 19), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.

Berdasarkan pada kedua pendapat tersebut di atas maka teknik sampel atau cara penarikan sampel yang penulis lakukan adalah dengan menggunakan accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dengan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 15 orang sampel.

D. Instrumen Penelitian

Adapun yang menjadi instrumen dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2010) skala likert adalah “ alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut Sugiyono (2013) “skala likert juga disebut summated rating scale, merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas yang digunakan dalam riset pemasaran, skala ini

memungkinkan responden untuk mengapresiasi intensitas perasaan mereka”.

Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata – kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberiskor, yaitu;

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel Instrument Skala Likert

No	Jawaban	Skala
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013)

E. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti. Untuk mendapatkan informasi yang berguna dalam penelitian adalah dengan cara menyebar kuisisioner (questionnaire) yaitu instrumen atau daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Angket / kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2010:199). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data primer dari responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup dengan skala likert dan langsung diberikan kepada sumber data. Responden disilahkan untuk memilih respon SS (sangat setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, KS (Kurang Setuju) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2, STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Sekaran, 2006). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal, buku – buku ilmiah, thesis, majalah - majalah perekonomian, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem on-line (internet).

c. Observasi

observasi adalah Melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian, yaitu di pasar Potikelek.

F. Teknik analisa data

Data yang memperoleh melalui sejumlah instrumen penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif. Melalui analisis ini hasil penelitian dideskripsikan atau diuraikan untuk memperoleh gambaran yang lengkap terhadap kondisi subjek penelitian. Penelitian ini penulis menggunakan analisis data dengan

perhitungan skor. Dimana jumlah skor minimum dan jumlah skor maksimum ditentukan setelah diperoleh jumlah sampel.

$$\begin{aligned} \text{Jumlah skor ideal} &= 5 \times \text{jumlah responden} \\ &= 5 \times 15 \\ &= 75 \\ \text{Jumlah skor terendah} &= 1 \times 15 \\ &= 15 \end{aligned}$$

Berdasarkan jumlah skor ideal (75) dan jumlah skor terendah (15) maka tabel interpretasi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Nilai interpretasi skor

No	Interval Jumlah Skor	Predikat
1	$60 < \text{jumlah skor} \leq 75$	Sangat Baik
2	$45 < \text{jumlah skor} \leq 60$	Baik
3	$30 < \text{jumlah skor} \leq 45$	Kurang Baik
4	$15 < \text{jumlah skor} \leq 30$	Tidak Baik
5	$1 < \text{jumlah skor} \leq 15$	Sangat tidak Baik

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Keadaan lokasi penelitian

a Gambaran Umum Pasar Tradisional Potikelek di Kabupaten Jayawijaya

Pada tahun 2011 dimasa kepemimpinan Bupati John Wempi Wetipo, dibangunlah Pasar Tradisional Potikelek di Kabupaten Jayawijaya tepatnya di kota Wamena. Pasar tersebut merupakan pasar tradisional pertama di Papua yang di peruntukkan bagi para pelaku usaha Orang Asli Papua (OAP) dan sekaligus sebagai pasar percontohan pertama bagi seluruh kota dan Kabupaten yang ada di Papua dan Papua Barat. Pasar tersebut di kenal dengan sebutan “pasar Mama-mama Papua” karena sebagian besar para pelaku usaha OAP adalah kaum perempuan. Pasar tersebut dibangun sebagai bukti rasa kepedulian Pemerintah Kabupaten Jayawijaya terhadap pedagang Mama-mama Papua yang tidak memiliki tempat berjualan yang layak. Mereka adalah para pedagang Mama-mama Papua yang selama ini berjualan di emperan kios, trotoar jalan, dan pinggir jalan raya. Sebelum memasuki tahun 2000, di Kabupaten Jayawijaya tepatnya di kota Wamena belum di jumpai penduduk asli Jayawijaya yang berjualan layaknya pedagang kaki lima dengan menggelar jualannya di pinggir-pinggir jalan atau di pusat-pusat keramaian lainnya. Karena pada masa itu semua pedagang baik yang OAP maupun non Papua di tempatkan dalam satu pasar besar yaitu pasar Nayak Wamena. Pasar tersebut adalah satu-satunya pasar tradisional yang ada di kota Wamena yang berdiri sejak tahun 1980.

Letak pasar tersebut persis berada ditengah kota. Mayoritas

pedagang yang berjualan sembako dan barang kelontongan adalah para pendatang yang berasal dari suku bugis, buton dan padang. Sedangkan barang-barang komoditi hasil bumi lainnya di jual oleh para pedagang OAP dengan menempati los pasar. Seiring berjalannya waktu ditahun 1999 yaitu pada masa kepemimpinan Bupati Jayawijaya Agustin Hubby, dilakukan pembongkaran Pasar Nayak Wamena. Seluruh pedagang yang menempati pasar Nayak tersebut semuanya direlokasi ke Pasar Baru Jibama. Namun, sebagian dari para pedagang OAP ini enggan untuk di relokasi ke pasar baru tersebut. Mama-mama Papua ini kemudian mencari lokasi-lokasi yang ramai dan mudah di jangkau oleh masyarakat. Pada saat itulah awal mulanya muncul pedagang kaki lima di kota Wamena dan mayoritas adalah kaum perempuan dari kalangan masyarakat asli Papua. Beberapa pedagang bunga dan buah-buahan seperti buah markisa dan jeruk lebih memilih berjualan di sekitar area bandara udara Wamena, karena jenis dagangan ini banyak dicari oleh para wisatawan untuk dijadikan oleh-oleh. Sedangkan Mama-mama yang menjual sayur-sayuran dan hasil bumi lainnya, mereka memilih menempati lokasi di pinggir Jalan Irian, Jalan Safri Darwin, dan seputaran Jalan SD Percobaan. Akhirnya ketiga lokasi tersebut dijadikan tempat tetap para Mama-mama Papua untuk berjualan selama bertahun-tahun, sehingga semakin hari jumlahnya semakin banyak dan mulai sulit dikendalikan.

Kondisi demikian berdampak pada munculnya permasalahan lingkungan terkait kebersihan dan keindahan kota. Lingkungan sekitar tempat berjualan para pedagang Mama-mama ini menjadi kotor karena banyaknya sampah yang berserakan. Selain itu karena para pedagang Mama-mama ini menggelar dagangannya di atas

trottoar jalan raya bahkan meluas sampai ke bahu jalan, menjadikan arus lalu lintas menjadi terganggu. Situasi menjadi semakin kacau dan semrawut sehingga sulit untuk dikendalikan. Keadaan tersebut mendorong Pemerintah Daerah untuk segera mengambil tindakan, akhirnya pada tahun 2011 Pemerintah Kabupaten Jayawijaya membangun Pasar Tradisional Potikelek yang di peruntukkan bagi para pelaku usaha Orang Asli Papua (OAP). Lokasi Pasar tersebut berada di Jalan SD Percobaan kelurahan Wamena kota Kabupaten Jayawijaya. Pasar tersebut dibangun berdasarkan kerja sama antara Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dan Pemerintah Kabupaten Jayawijaya.

Adapun anggaran yang digunakan untuk pembangunan pasar tersebut di peroleh dari berbagai sumber dana, diantaranya yaitu dana Tugas Pembantuan (TP), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), sumber dana dari Otsus (Otonomi Khusus) dan Dana Bagi Hasil. Adapun total alokasi anggaran yang dihabiskan untuk pembangunan Pasar Tradisional Potikelek mulai tahun 2011 hingga tahun 2014 yaitu sebesar 34.395.242.000 Milyar rupiah. Jumlah tersebut tentunya sangat fantastis, namun wajar apabila pembangunan Pasar Tradisional Potikelek menghabiskan anggaran yang begitu besar. Hal tersebut dikarenakan harga bahan-bahan material di Jayawijaya sangat mahal, seperti harga satu sak semen bisa mencapai 750.000 Rupiah padahal harga satu sak semen di pulau Jawa hanya senilai 55.000 Rupiah.

Adapun penyebab mahalnya harga barang-barang di Kabupaten Jayawijaya dikarenakan semua barang-barang tersebut di datangkan dari luar daerah menggunakan pesawat terbang. Karena pesawat terbang adalah alat transportasi satu-satunya untuk

menghubungkan kabupaten ini dengan daerah lainnya. Setelah proses pembangunan pasar tradisional Potikelek rampung pada tahun 2014, akhirnya tepat di bulan Februari 2015 pasar tersebut diresmikan langsung oleh Bupati Kabupaten Jayawijaya John Wempi Wetipo.

Pelaksanaan peresmian pasar sempat mengalami penundaan karena pasar yang ditargetkan selesai pada awal tahun 2014 ternyata meleset sampai dengan akhir tahun, sehingga pelaksanaannya baru dapat terealisasi pada awal tahun 2015. Saat itu antusias Mama-mama Papua terhadap peresmian pasar tradisional Potikelek cukup tinggi, sehingga untuk melaksanakan doa syukur bersama dalam rangka peresmian pasar tersebut mereka mengumpulkan uang secara sukarela. Uang yang terkumpul kemudian gunakan untuk acara pesta “bakar batu”(upacara adat masyarakat Jayawijaya sebagai wujud rasa syukur). Saat itu, berdasarkan data dari Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian dan Perdagangan Jayawijaya, mencatat sebanyak 250 pedagang asli Papua yang akan menempati pasar Tradisional Potikelek. Namun, setelah satu dua tahun pertama, aktifitas pasar tersebut terus mengalami pasang surut. Hampir semua kios tidak beroperasi. Sementara hanya ada beberapa pedagang hasil bumi yang beraktifitas yaitu pedagang sayur mayur, buah pinang, kayu bakar dan rotan. Kondisi tersebut ditengarai menjadi penyebab sepiunya pembeli di pasar tradisional tersebut.

Berbagai macam keluhan pun mulai bermunculan karena sepiunya pembeli hingga tuntutan bantuan dana untuk modal usaha bagi Mama-mama Papua. Sepinya pengunjung dan pembeli yang berkepanjangan membuat banyak Mama-mama Papua yang telah berjualan di Pasar Tradisional Potikelek akhirnya kembali berjualan

dan menjajakan dagangannya di Jalan Safri Darwin hingga Jalan Irian. Akhirnya, Pemerintah Daerah pun merealisasikan janji bantuan dana sebagai modal usaha kepada 230 dari total 540 pedagang yang dinilai telah memenuhi syarat dan diminta kembali berjualan di dalam pasar Potikelek.

Akan tetapi pemberian bantuan modal usaha tersebut ternyata tidak serta merta menjawab permasalahan para Mama-mama yang sepi dari pembeli. Sehingga, Disperindagkop Kabupaten Jayawijaya sebagai instansi yang menaungi para pedagang ini kemudian mengambil langkah baru dengan memasukan para pedagang kios non Papua ke dalam pasar yang awalnya diperuntukan bagi pedagang asli Papua tersebut. Selain itu, pada bulan puasa tahun 2017 pihak Disperindagkop menggelar bazar Ramadhan di Pasar Potikelek guna meramaikan pasar tersebut. Namun, berbagai usaha tersebut ternyata belum mampu menarik Mama-mama Papua untuk kembali menempati pasar Potikelek. Hingga awal Maret 2018, pasar yang telah menghabiskan anggaran senilai 34 Milyar tersebut dapat dikatakan masih sepi oleh pengunjung, padahal apabila dilihat dari sisi letak bangunan pasar, justru pasar ini letaknya sangat strategis karena berada tepat di tengah kota dan dekat dengan pemukiman penduduk. Selain itu, struktur bangunan pasar Potikelek jauh lebih unggul di bandingkan pasar-pasar tradisional lainnya yang ada di Kota Wamena.

Pada umumnya pasar Tradisional yang ada di kota Wamena terkesan kumuh, kotor dan bau, serta ruang parkir yang sempit dan terbatas sehingga menimbulkan kesemrawutan. Akan tetapi jauh berbeda dengan kondisi lingkungan yang ada di Pasar Tradisional Potikelek. Dimana pasar tersebut terlihat bersih, tertata rapi dan

memiliki area parkir yang cukup luas sehingga memudahkan para pengunjung yang akan memarkir kendaraannya disana. Pasar tersebut dibangun diatas areal lahan seluas 1 hektar lebih, terdiri dari 48 unit kios/ruko yang menyerupai bentuk “Honai” dan 15 los pasar tempat menjual aneka sayur mayur.

Dua tahun pasca di operasikannya pasar tersebut ternyata masih banyak yang tutup sehingga mengakibatkan aktivitas di Pasar Tradisional Potikelek menjadi lumpuh, akhirnya pada tahun berikutnya dari 48 kios yang ada sebagian besar difungsikan oleh pedagang non Papua. Kepemilikan kios tetap atas nama Orang Asli Papua (OAP), namun kios tersebut kemudian di sewakan kepada para pelaku usaha non Papua.

b Sarana dan prasarana yang tersedia di pasar potikelek kabupaten jayawijaya

Pedagang Papua yang menempati los pasar sebanyak 58 orang dan 11 pedagang lainnya ditempati oleh pedagang non Papua. Mayoritas yang menempati los pasar tersebut adalah para pedagang OAP yang berprofesi sebagai penjual sayur mayur, buah-buahan hasil bumi, penjual ikan, penjual kayu, dan pinang. Sedangkan pedagang non Papua yang ikut berjualan di los pasar adalah pedagang pinang yang merupakan suku Buton. Selain bangunan 48 kios dan 15 los yang ada di Pasar Tradisional Potikelek, pemerintah juga menyediakan beberapa fasilitas pendukung lainnya yaitu 1 Posko Satpol PP, 8 toilet umum dan 2 unit rumah Dinas Disperindagkop. Saat pertama Pasar Tradisional Potikelek dibangun belum dilengkapi dengan pos keamanan polisi, namun karena melihat banyaknya gangguan dari preman-preman serta orang mabuk yang selalu membuat kekacauan di pasar tersebut, akhirnya pada tahun 2017

pemerintah membangun 1 unit Pos Polisi guna menjaga keamanan dan ketertiban pasar tersebut.

Keberadaan 15 bangunan los dan 48 kios dan beberapa fasilitas pendukung yang telah disediakan oleh Pemerintah Daerah ternyata masih tidak mampu untuk meramaikan pasar tersebut, sehingga pada tahun 2016 Pemerintah Kabupaten Jayawijaya bekerjasama dengan para pelaku usaha non Papua untuk membangun 23 kios tambahan. Kios tersebut dibangun secara swadaya guna untuk peningkatan aktifitas jual beli dipasar Tradisional Potikelek sekaligus merelokasi para pelaku usaha non Papua yang ada di sepanjang Jalan Safri Darwin. Adapun dari 23 kios tambahan tersebut, seluruhnya milik para pedagang non Papua dan mayoritas jenis usahanya adalah toko penjual bumbu dapur dan sayur mayur yang di datangkan dari Jayapura.

Kios swadaya yang berjumlah 23 unit tersebut dibangun di dalam area pasar Tradisional Potikelek tepatnya disebelah kiri dari pintu masuk pasar. Dari 23 kios swadaya yang aktif sebanyak 15 kios dan sisanya masih dalam tahap proses pembangunan. Kios tersebut dibangun secara swadaya oleh para pedagang non Papua dengan menggunakan biaya sendiri tanpa adanya bantuan dari Pemerintah Daerah. Pemerintah hanya membantu memfasilitasi dengan menyediakan lahan yang digunakan untuk membangun kios tersebut. Adapun hak guna bangunan nantinya akan menjadi milik Pemerintah Daerah setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan antara kedua belah pihak yaitu pemerintah dan pedagang non Papua.

2. Keadaan Responden

Berdasarkan data dan informasi yang dihimpun menunjukkan bahwa jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 15 orang.

Untuk lebih jelasnya keadaan responden dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

1) Keadaan responden menurut umur

Keadaan responden menurut umur selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1

Keadaan Responden Menurut umur

No	Umur / usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	20 – 30	5	33
2	31 – 40	7	47
3	>41	3	20
	Total	15	100

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa seluruh responden menurut umur selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya yang berumur antara 20 – 30 sebanyak 5 orang (33%) , yang berumur antara 31 - 40 yakni sebanyak 7 orang (47%), dan yang berumur > 41 yakni sebanyak 3 orang (20%).

2) Keadaan responden menurut jenis kelaminnya

Keadaan responden menurut jenis kelamin selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2

Keadaan Responden Menurut Jenis Kelaminnya

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	15	100
2	Laki – laki	0	0

	Total	15	100
--	-------	----	-----

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat bahwa seluruh responden menurut jenis kelamin selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berjenis kelamin laki laki yakni tidak ada, dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 15 orang (100%).

3) Keadaan Responden menurut lama berdagang

Keadaan responden menurut jumlah kunjungan selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3

Keadaan Responden Menurut lama berdagang

No	lama berdagang (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1 - 2	3	20
2	3 - 4	7	47
3	5 - 6	3	20
4	7 - 8	2	13
	Total	15	100

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.3 terlihat bahwa seluruh responden menurut lama berdagang selaku pedagang buah strawberry di pasar

potikelek Kabupaten Jayawijaya dengan lama berdagang 1 sampai 2 tahun sebanyak 3 orang (20%), dengan lama berdagang tiga sampai 4 tahun berjumlah 7 orang (47%), dengan lama berdagang lima sampai 6 tahun berjumlah 3 orang (20%), dan dengan lama berdagang tujuh sampai delapan tahun sebanyak 2 orang (13%).

3. Analisis Data

Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis buah strawberry di Pasar Potikelek Kabupaten Jayawijaya peneliti membagikan kuisisioner kepada pedagang dengan variabel pengembangan usaha sebagai berikut :

a. Indikator pemasaran

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang pengembangan bisnis buah strawberry pada Indikator pemasaran sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan Lokasi yang dipilih hendaklah dekat dengan keramaian dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.4

Tanggapan responden Lokasi yang dipilih hendaklah dekat dengan keramaian

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	8	40
2	Setuju	4	6	24

3	Kurang setuju	3	1	3
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	67

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Lokasi yang dipilih hendaklah dekat dengan keramaian dengan jumlah skor sebesar 67 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator pemasaran.

- 2) Berdasarkan Kenyamanan pembeli harus diperhatikan dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.5

Tanggapan responden Kenyamanan pembeli harus diperhatikan

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	8	40
2	Setuju	4	6	24
3	Kurang setuju	3	1	3
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-

Jumlah	15	67
---------------	-----------	-----------

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Kenyamanan pembeli harus diperhatikandengan jumlah skor sebesar 67 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator pemasaran.

- 3) Berdasarkan Menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.6
Tanggapan responden Menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	8	40
2	Setuju	4	6	24
3	Kurang setuju	3	1	3

4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	67

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau dengan jumlah skor sebesar 67 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator pemasaran.

- 4) Berdasarkan Sopan dan ramah kepada pembeli dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.7

Tanggapan responden Sopan dan ramah kepada pembeli

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	10	50
2	Setuju	4	1	4

3	Kurang setuju	3	4	12
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	66

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Sopan dan ramah kepada pembeli dengan jumlah skor sebesar 66 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator pemasaran.

- 5) Berdasarkan Menjawab seluruh pertanyaan pembeli terkait produk yang dijual dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.8
Tanggapan responden Menjawab seluruh pertanyaan
pembeli terkait produk yang dijual

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	5	25
2	Setuju	4	7	28
3	Kurang setuju	3	3	9
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	62

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Menjawab seluruh pertanyaan pembeli terkait produk yang dijual dengan jumlah skor sebesar 62 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator pemasaran.

b. Indikator produksi

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang pengembangan bisnis buah strawberry pada Indikator produksi sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan Produk yang dijual merupakan produk yang dibutuhkan pembeli dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.9

Tanggapan responden Produk yang dijual merupakan produk yang dibutuhkan pembeli

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	8	40
2	Setuju	4	6	24
3	Kurang setuju	3	1	3
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	67

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Produk yang dijual merupakan produk yang dibutuhkan pembeli dengan jumlah skor sebesar 67 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator produksi.

- 2) Berdasarkan Terdapat cara yang dapat dilakukan penjual agar produk yang tidak habis terjual dapat dipasarkan lagi keesokan harinya

Tabel 4.10
Tanggapan responden Terhadap Cara Yang Dapat Dilakukan
Penjual

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	7	35
2	Setuju	4	6	24
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	65

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Terhadap cara yang dapat dilakukan penjual agar produk yang tidak habis terjual dapat dipasarkan lagi keesokan harinya dengan jumlah skor sebesar 65 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator produksi.

- 3) Berdasarkan Meningkatkan kualitas produk penjualan agar memberikan kepuasan pada pembeli

Tabel 4.11
Tanggapan responden Meningkatkan Kualitas Produk
Penjualan Agar Memberikan Kepuasan Pada Pembeli

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	5	25
2	Setuju	4	5	20
3	Kurang setuju	3	3	9
4	Tidak setuju	2	2	4
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	58

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Meningkatkan kualitas produk penjualan agar memberikan kepuasan pada pembeli dengan jumlah skor sebesar 58 berada pada predikat **Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator produksi.

- 4) BerdasarkanMemperhatikan kualitas produk jualan agar pembeli akan melakkukan transaksi secara terus menerus

Tabel 4.12
Tanggapan responden Memperhatikan Kualitas Produk
Jualan Agar Pembeli Akan Melakukan Transaksi Secara
Terus Menerus

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	9	45
2	Setuju	4	6	24
3	Kurang setuju	3	-	-
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	69

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Memperhatikan kualitas produk jualan agar pembeli akan melakukan transaksi secara terus menerus dengan jumlah skor sebesar 69 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator produksi.

- 5) Berdasarkan Memperhatikan produk cadangan guna menghindari kehabisan produk jualan pada saat terjadinya peningkatan jumlah pembeli

Tabel 4.13
Tanggapan responden Memperhatikan Produk Cadangan Guna
Menghindari Kehabisan Produk Jualan Pada Saat Terjadinya
Peningkatan Jumlah Pembeli

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	2	10
2	Setuju	4	4	16
3	Kurang setuju	3	5	15
4	Tidak setuju	2	4	8
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	49

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Memperhatikan produk cadangan guna menghindari kehabisan produk jualan pada saat terjadinya peningkatan jumlah pembeli dengan jumlah skor sebesar 49 berada pada predikat **Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator produksi.

c. Indikator Kondisi Permodalan

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang

pengembangan bisnis buah strawberry pada Indikator Kondisi Permodalan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan Modal yang ada cukup untuk pembelian bahan baku

Tabel 4.14
Tanggapan responden Modal Yang Ada Cukup Untuk
Pembelian Bahan Baku

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	7	35
2	Setuju	4	5	20
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	1	2
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	63

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Modal yang ada cukup untuk pembelian bahan baku dengan jumlah skor sebesar 63 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator Kondisi Permodalan.

- 2) Berdasarkan Modal yang digunakan dalam menjalankan usaha bukan hanya modal uang tetapi juga pengalaman keberanian, pengetahuan, dll

Tabel 4.15
Tanggapan responden Modal Yang Digunakan Dalam
Menjalankan Usaha Bukan Hanya Modal Uang Tetapi Juga
Pengalaman Keberanian, Pengetahuan, Dll

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	5	25
2	Setuju	4	5	20
3	Kurang setuju	3	4	12
4	Tidak setuju	2	1	2
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	59

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Modal yang digunakan dalam

menjalankan usaha bukan hanya modal uang tetapi juga pengalaman keberanian, pengetahuan, dll dengan jumlah skor sebesar 59 berada pada predikat **Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator Kondisi Permodalan.

- 3) Berdasarkan Jumlah biaya yang dikeluarkan harus dihitung guna mengetahui besar biaya yang dikeluarkan

Tabel 4.16

Tanggapan responden Jumlah Biaya Yang Dikeluarkan Harus Dihitung Guna Mengetahui Besar Biaya Yang Dikeluarkan

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	10	50
2	Setuju	4	3	12
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	68

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku

pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Jumlah biaya yang dikeluarkan harus dihitung guna mengetahui besar biaya yang dikeluarkan dengan jumlah skor sebesar 68 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator Kondisi Permodalan.

- 4) Berdasarkan Modal yang digunakan berasal dari modal pribadi

Tabel 4.17
Tanggapan responden Modal Yang Digunakan Berasal Dari
Modal Pribadi

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	10	50
2	Setuju	4	3	12
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	68

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis

dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Modal yang digunakan berasal dari modal pribadi dengan jumlah skor sebesar 68 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator Kondisi Permodalan

- 5) Berdasarkan Penambahan modal dari pemerintah akan membantu dan dapat mengembangkan usaha agar lebih besar lagi

Tabel 4.18

Tanggapan responden Penambahan Modal Dari Pemerintah Akan Membantu Dan Dapat Mengembangkan Usaha Agar Lebih Besar Lagi

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai skor
1	Sangat setuju	5	11	55
2	Setuju	4	4	16
3	Kurang setuju	3	-	-
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	71

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang sebagai responden selaku pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya berkaitan dengan Penambahan modal dari pemerintah akan membantu dan dapat mengembangkan usaha agar lebih besar lagi dengan jumlah skor sebesar 71 berada pada predikat **Sangat Baik**. Hal ini dapat dilihat dari strategi pengembangan usaha dengan indikator Kondisi Permodalan

B. PEMBAHASAN

Untuk menunjukkan data dan hasil penulisan ini maka penulis melakukan interpretasi data secara keseluruhan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis buah strawberry DiPasar Potikelek.

Dalam menganalisa variabel pengembangan usaha maka digunakan indikator yang diukur meliputi indikator pemasaran, indikator produksi, indikator kondisipermodalan, Sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarakan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh yang berkaitan dengan indikator pada variabel pengembangan usaha yang dijelaskan per indikator seperti berikut ini :

1. Indikator Pemasaran

Dalam menganalisa Indikator Pemasaran pada bisnis buah strawberry DiPasar Potikelek sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarakan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.19

Rata rata persentase Indikator Pemasaran

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Lokasi yang dipilih hendaklah dekat dengan keramaian	67	Sangat Baik
2	Kenyamanan pembeli harus diperhatikan	67	Sangat Baik
3	Menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau	67	Sangat Baik
4	Sopan dan ramah kepada pembeli	66	Sangat Baik
5	Menjawab seluruh pertanyaan pembeli terkait produk yang dijual	62	Sangat Baik
Jumlah rata rata		65.8	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya. Lokasi yang dipilih hendaklah dekat dengan keramaian dengan skor 67, Kenyamanan pembeli harus diperhatikan dengan skor 67, Menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau dengan skor 67, Sopan dan ramah kepada pembelidengan skor 66 dan Menjawab seluruh pertanyaan pembeli terkait produk yang dijual dengan skor 62. Maka angka angka pada pembahasan tersebut menunjukkan bahwa indikator pemasaran pada bisnis buah strawberry DiPasar Potikelek, nilai skor 65.8 dengan predikat **Sangat Baik**.

2. Indikator Produksi

Dalam menganalisa Indikator Produksi pada bisnis buah strawberry DiPasar Potikelek sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari

daftar pertanyaan yang disebarkan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.20

Rata rata persentase Indikator Produksi

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Produk yang dijual merupakan produk yang dibutuhkan pembeli	67	Sangat Baik

2	Terdapat cara yang dapat dilakukan penjual agar produk yang tidak habis terjual dapat dipasarkan lagi keesokan harinya	65	Sangat Baik
3	Meningkatkan kualitas produk penjualan agar memberikan kepuasan pada pembeli	58	Baik
4	Memperhatikan kualitas produk jualan agar pembeli akan melakukan transaksi secara terus menerus	69	Sangat Baik
5	Memperhatikan produk cadangan guna menghindari kehabisan produk jualan pada saat terjadinya peningkatan jumlah pembeli	49	Baik
Jumlah rata rata		61,6	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya. Produk yang dijual merupakan produk yang dibutuhkan pembeli dengan skor 67, Terdapat cara yang dapat dilakukan penjual agar produk yang tidak habis terjual dapat dipasarkan lagi keesokan harinya dengan skor 65, Meningkatkan kualitas produk penjualan agar memberikan kepuasan pada pembeli dengan skor 58,Memperhatikan kualitas produk jualan agar pembeli akan

melakukan transaksi secara terus menerus dengan skor 69 dan memperhatikan produk cadangan guna menghindari kehabisan produk jualan pada saat terjadinya peningkatan jumlah pembeli dengan skor 49. Maka angka angka pada pembahasan tersebut menunjukkan bahwa indikator Produksi pada bisnis buah strawberry Di Pasar Potikelek, nilai skor 61.6 dengan predikat **Sangat Baik**.

3. Indikator Kondisi Permodalan

Dalam menganalisa Indikator Kondisi Permodalan pada bisnis buah strawberry DiPasar Potikelek sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarakan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.21

Rata rata persentase Indikator Kondisi Permodalan

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Modal yang ada cukup untuk pembelian bahan baku	63	Sangat Baik
2	Modal yang digunakan dalam menjalankan usaha bukan hanya modal uang tetapi juga pengalaman keberanian, pengetahuan, dll	59	Baik
3	Jumlah biaya yang dikeluarkan harus dihitung guna mengetahui besar biaya yang dikeluarkan	68	SangatBaik
4	Modal yang digunakan berasal dari modal pribadi	68	SangatBaik
5	Penambahan modal dari pemerintah akan membantu dan dapat mengembangkan usaha agar lebih besar lagi.	71	SangatBaik
Jumlah rata rata		65.8	SangatBaik

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya. Modal yang ada cukup untuk pembelian bahan baku dengan skor 63, Modal yang digunakan dalam menjalankan usaha bukan hanya modal uang tetapi juga pengalaman keberanian, pengetahuan, dll dengan skor 59, Jumlah biaya yang dikeluarkan harus dihitung guna mengetahui besar biaya yang dikeluarkan dengan skor 68, Modal yang digunakan berasal dari modal pribadi dengan skor 68

dan Penambahan modal dari pemerintah akan membantu dan dapat mengembangkan usaha agar lebih besar lagi jumlah pembeli dengan skor 71. Maka angka angka pada pembahasan tersebut menunjukkan bahwa indikator Kondisi Permodalan pada bisnis buah strawberry DiPasar Potikelek, nilai skor 65.8 dengan predikat **Sangat Baik**.

Strategi pengembangan bisnis buah strawberry oleh Pedagang Buah Stroberi Di Pasar Potikelek sangat baik dari indikator pemasaran, produksi, dan kondisi permodalan, jika ketiga indikator tersebut dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan maka akan membuat para pedagang mencapai target penjualan setiap harinya hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh albert tulank,dkk dengan judul penelitian pengembangan budidaya stroberi didistrik walesi kabupaten jayawijaya hasil penelitian menunjukkan bahwa Aternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi stroberi agar mampu memenuhi permintaan konsumen; Memaksimalkan SDM untuk melakukan perbaikan dalam strategi pemasaran serta mempertahankan kualitas stroberi; dan Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi stroberi agar mampu memenuhi permintaan konsumen dengan menerapkan konsumen agrowisata stroberi. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam upaya pengajaran serta permodalan melalui kelembagaan dengan menyentuh seluruh petani untuk meningkatkan kuantitas serta kualitas stroberi untuk memenuhi permintaan pasar.

Tabel 4.22

Rata rata persentase Variabel Pengembangan Usaha

No	Uraian	Nilai skor	Predikat
1	Indikator pemasaran	65.8	Sangat Baik
2	Indikator produksi	61.6	Sangat Baik
3	Indikator kondisi permodalan	65.8	Sangat Baik
Jumlah rata rata		64.4	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2022

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya diuraikan beberapa indikator pada variabel pengembangan usaha pada bisnis buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya yaitu Indikator pemasaran dengan skor 65.8 predikat **Sangat Baik** Indikator produksi dengan skor 61.6 predikat **Sangat Baik**, Indikator kondisi permodalan dengan skor 65.8 predikat **Sangat Baik** maka rata rata rekapitulasi persentase variabel pengembangan usaha buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya diatas mendapat nilai skor 64.4 dengan predikat **Sangat Baik**.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada pedagang buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya diuraikan beberapa indikator pada variabel pengembangan usaha pada bisnis buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya yaitu Indikator pemasaran dengan skor 65.8 predikat **Sangat baik** Indikator produksi dengan skor 61.6 predikat **Sangat baik**, Indikator kondisi permodalan dengan skor 65.8 predikat **Sangat baik** maka rata rata rekapitulasi persentase variabel pengembangan usaha buah strawberry di pasar potikelek Kabupaten Jayawijaya diatas mendapat nilai skor 64.4 dengan predikat **Sangat baik**.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, berikut ini adalah diberikan saran yakni :

1. Indikator Pemasaran pada bisnis buah strawberry DiPasar Potikelek dengan predikat Sangat baik sehingga pada indikator ini terus dipertahankan oleh para pedagang untuk dapat mengembangkan usaha buah strawberry
2. Indikator produksipada bisnis buah strawberry DiPasar Potikelek dengan predikat Sangat baik sehingga pada indikator ini terus dipertahankan oleh para pedagang bukan hanya pada kualitas dan kuantitas buah tetapi juga sebaiknya adanya diversifikasi produk untuk meningkatkan jumlah pembeli.

3. Indikator kondisi permodalan pada bisnis buah strawberry Di Pasar Potikelek dengan predikat Sangat baik sehingga pada indikator ini pedagang sebaiknya mendapatkan tambahan modal untuk memperbanyak jumlah produk agar dapat memenuhi permintaan jumlah konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- AipSaripudin.(2007).*PraktisBelajarFisika3*.Jakarta:VisindoMediaPersada
- Arikunto, S. (2002). *ProsedurPenelitianSuatuPendekatan Proses*. Jakarta:RinekaCipta.
- Budi Prasodjo. (2007). Teori Fisika SMP kelas VIII. Bogor: PT. GhaliIndonesiaPrinting,h.39.
- Elyarni,H.(2016).*AnalisisSWOTTerhadapStrategiPemasaranLayananSAPExpre sspada PTSAP*.Jakarta.
- EprizonUmar. (2008).*BukuPintarFisika*.Jakarta:PuspaSwara,h.55.
- EvaN.(2004).*Pengaruhlingkungantumbuhyangberbedaterhadapertumbuha ndankualitasbuahstroberisecarahidropinik*. Bogor:IPB.
- Harmaizar Z. (2008). *Peluang Usaha*. Bekasi: CV Dian Anugerah PrakasaEd.II,h.13.
- HanifZ,BudiyatiE,&BasukiJS. (2008).*Budidayastroberi*.BatuMalang:Balaipenelitian Tanamandan Buah Subtropika.
- Henry Faizal Noor. (2007). *EkonomiManajerial*. Jakarta: RajaGrafindoPersada,h.397.
- IngramDKK.(2015).*Efekpemberianpupukterhadapertumbuhantanamanstro beri*.Yogyakarta.
- Kamajaya (2007). *BukuCerdasBelajarFisika*. Bandung: Garuda MediaPratama,h.120.9.
- Mantra,I.B.(2008).*FilsafatPenelitiandanMetodePenelitianSosial*. Yogyakarta:PustakaPelajar.
- MudjiartodanAliarasWahid(2006).*MembangunKarakterdanKepribadianKewi rausahaan*.Yogyakarta:Grahallmu,h.148.
- MuhadjirEffendy (2016). *KamusBesarBahasa Indonesia EdisiKelima,AplikasiLuringresmiBadanPengembanganBahasadanPeruk uan,KementerianPendidikandanKebudayaanRepublikIndonesia*.
- Nana Supriatna, MamatRuhimat, Kosim. (2006). *IPS terpadu (Sosiologi,Geografi,Ekonomi,Sejarah)*.Bandung:PT.GrafindoMediaPrata ma,h.342.
- Nawawi,H.H.(2012).*MetodePenelitianBidangSosial*.Yogyakarta:GadjahMada UniversityPress.
- Octavianthy,H.(2006).*AnalisisPengembanganBisnisbuahKomoditistroberidiK ecamatanTawangmanguKabupatenKaranganyar*.Surakart:UNISMA.
- JurnalAkutansifakultas. EkonomiUniversitasSiliwangi. Robert Pindyck& Daniel L. Rubinfeld. 2007. Mikroekonomiedisikeenam. Indeks: Jakarta.
- Adang ,Suherman, (2000). Produksi.Jakarta :Depdiknas. Arikunto,

- Suharsimi.dkk.2010. PenelitianTindakanKelas.Jakarta: PT Bumi.
- Abdul, Halim. 2005. AnalisisInvestasi. EdisiKedua. Sukirno, Sadono. 2000.
- Suparmoko, M. 2002. EkonomiPublik, UntukKeuangan dan ...
- Joesron, TatiSuhartatidanFathorrozi. 2003. TeoriEkonomiMikroDilengkapi.
BeberapaBentukFungsiProduksi. Jakarta: SalembaEmpat.
- Sukirno, Sadono. 2008. TeoriPengantarMakroekonomiedisi 3. Jakarta: PT Raja
Grafindo. Persada.
- Nicholson, Walter. 2001. TeoriEkonomiMikrodanPrinsipDasar.
Pengembangannya. RajaGrafindoPerasada. Jakarta.
- Soekartawi. 2006:24. AnalisisUsahatani. UI Press, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. PrinsipDasarEkonomiPertanian. TeoridanAplikasi. Raja
grafindo. Persada : Jakarta. 2003
- Vink, G.J. 1984. Dasar-dasarUsahatani di Indonesia. YayasanObor Indonesia.
- Kardiman, dkk. 2006. Prinsip-PrinsipAkuntansi I SMA Kelas XI. Jakarta:
Yudhistira. Marsudi, L. 2003. PsikologiPendidikandanBimbingan.
Malang: UNM Press.
- Schultz, Sydney Ellen. 1994. Psychology and Work Today. New York:
Macmillan Publishing Company
- Sumitro (2015). PerkembanganPemikiranEkonomi: DasarTeori.
EkonomiPertumbuhandanEkonomi Pembangunan. PT Pustaka LP3ES.
Indonesia. Jakarta
- Tiomybutsiantoadi. 2019. Analysis of factors that affect the purchase decision
of wamena Arabica coffe. Journals. Mindamas.

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BUAH STROBERI DI KABUPATEN JAYAWIJAYA (PEDAGANG BUAH STROBERI DIPASAR POTIKELEK)

PENILAIAN RESPONDEN

Identitas responden :

No res :

Jenis kelamin :

Usia :

Petunjuk :

1. Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut saudara/I dengan memberikan tanda (\surd) pada kotak yang tersedia.

2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pernyataan.

Keterangan :

SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
KS	= Kurang Setuju
TS	= Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

NO	DAFTAR PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
PEMASARAN						
1	Lokasi yang dipilih hendaklah dekat dengan keramaian					
2	Kenyamanan pembeli harus diperhatikan					
3	Menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau					
4	Sopan dan ramah kepada pembeli					
5	Menjawab seluruh pertanyaan pembeli terkait produk yang dijual					
PRODUKSI						
1	Produk yang dijual merupakan produk yang dibutuhkan pembeli					
2	Terdapat cara yang dapat dilakukan penjual agar produk yang tidak habis terjual dapat dipasarkan lagi keesokan harinya					
3	Meningkatkan kualitas produk penjualan agar memberikan kepuasan pada pembeli					
4	Memperhatikan kualitas produk					

	ualan agar pembeli akan melakukan transaksi secara terus menerus					
5	Memperhatikan produk cadangan guna menghindari kehabisan produk jualan pada saat terjadinya peningkatan jumlah pembeli					
KONDISI PERMODALAN						
1	Modal yang ada cukup untuk pembelian bahan baku					
2	Modal yang digunakan dalam menjalankan usaha bukan hanya modal uang tetapi juga pengalaman keberanian, pengetahuan, dll					
3	Jumlah biaya yang dikeluarkan harus dihitung guna mengetahui besar biaya yang dikeluarkan					
4	Modal yang digunakan berasal dari modal pribadi					
5	Penambahan modal dari pemerintah akan membantu dan dapat mengembangkan usaha agar lebih besar lagi.					

3. Kondisi permodalan

No	1					2					3					4					5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	√						√				√					√					√				
2		√						√			√					√					√				
3	√						√				√					√					√				
4		√						√				√				√						√			
5		√						√			√					√					√				
6	√						√				√						√					√			
7		√					√						√			√					√				
8								√					√			√						√			
9	√	√					√				√							√				√			
10			√				√				√					√					√				
11	√						√					√						√			√				
12									√		√						√				√				
13			√				√					√				√					√				
14	√						√				√						√				√				
15	√						√				√					√					√				
Jumlah	7	5	2	0	0	5	5	4	1	0	10	3	2	0	0	10	3	2	0	0	11	4	0	0	0

lampiran 2

1. Pemasaran

No	1					2					3					4					5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	√					√					√						√				√				
2	√					√						√					√					√			
3			√			√					√				√							√			
4	√					√						√					√						√		
5		√						√			√				√						√				
6		√				√					√				√							√			
7		√					√						√					√					√		
8		√				√						√			√						√				
9	√						√				√						√					√			
10		√					√					√			√							√			
11		√				√					√				√								√		
12	√						√					√			√						√				
13	√					√					√				√							√			
14	√						√					√			√							√			
15	√						√				√				√						√				
Jumlah	8	6	1	0	0	8	6	1	0	0	8	6	1	0	0	10	1	4	0	0	5	7	3	0	0

2. Operasi/produksi

No	1					2					3					4					5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	√						√					√					√						√		
2		√				√					√						√						√		
3		√				√						√					√						√		
4		√					√					√				√							√		
5	√					√					√						√						√		
6	√					√						√				√								√	
7	√							√					√			√							√		
8		√					√				√					√								√	
9			√			√						√				√							√		
10	√						√						√				√							√	
11	√					√							√			√							√		
12		√						√			√					√					√				
13	√						√							√		√								√	
14	√						√							√			√						√		
15		√				√					√					√					√				
Jumlah	8	6	1	0	0	7	6	2	0	0	5	5	3	2	0	9	6	0	0	0	2	4	5	4	0

DOKUMENTASI



DOKUMENTASI BISNIS USAHA STROWBERY DI POTIKELEK



DOKUMENTASI BISNIS USAHA STROWBERY DI POTIKELEK





DOKUMENTASI PENGISIAN KUSIONER



DOKUMENTASI PENGISIAN KUSIONER

BIODATA PENULIS



AGUSTA WUKA (24tahun) lahir di Megapura 11 agustus 1998, istri dari Richard Miaga, Putri dari pasangan Bapak Jinawan Wuka dan Ibu Hana Hisage. Anak ke 4 dari 5 orang bersaudara dan beragama Kristen katolik. Menyelesaikan pendidikan tingkat dasar di SD Impres Minimo pada tahun 2010 dan Sekoah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Wamena Kabupaten Jayawijaya pada Tahun 2013, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) Advent Sogokmo pada Tahun 2016.

Setelah menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Pada tahun 2016, kemudian pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena pada Program Studi Administrasi Bisnis (S1).