

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan perusahaan ditentukan dengan kemampuan membangun strategi. Karena strategi memaksa perusahaan untuk memandang masa depan dan berusaha membentuk masa depannya secara proaktif. Strategi membantu memberikan kesadaran tentang arah yang dituju perusahaan, menjaga kesinambungannya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif.<sup>1</sup>

Setiap perusahaan harus menggunakan strategi untuk mengembangkan usahanya. Tidak hanya perusahaan besar saja yang mempunyai manajemen strategis, perusahaan kecilpun sebaiknya dikelola dengan menggunakan manajemen strategis. Manajemen strategis merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan.<sup>2</sup> Dengan demikian manajemen strategis melibatkan pengambilan keputusan berjangka panjang dan rumit serta berorientasi ke masa depan.

Perencanaan strategi memiliki tiga tahapan utama. Fase pertama adalah menyelaraskan kepentingan organisasi dengan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), yaitu setiap pihak yang berkontribusi terkena dampak dari berbagai aktivitas yang dilakukan organisasi. Fase kedua adalah memformulasikan atau merumuskan apa strategi organisasi, yang dimulai dengan penyusunan visi dan misi. Selanjutnya akan menerapkan sasaran strategis, yaitu hasil spesifik yang ingin dituju untuk dapat mencapai misi yang telah dicanangkan. Fase ketiga adalah menyusun rencana bisnis.<sup>3</sup> Kemudian mengimplementasikan rencana strategi yang telah disusun.

Perusahaan yang menghasilkan berbagai jenis produk, akan bersaing di berbagai tingkatan bisnis atau pasar. Dalam bisnis diperlukan menyusun strategi bisnis dalam mengembangkannya sehingga sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan. Strategi bisnis biasanya dikembangkan dalam level divisi dan

---

<sup>1</sup> AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014, h. 11.

<sup>2</sup> M. Suyanto, *Strategic Management Global Most Admired Companies*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007, h. 10.

<sup>3</sup> AB Susanto, *Manajemen Strategik,,* h. 12.

menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut.<sup>4</sup>

Sebagaimana dikutip oleh Suyanto “*Strategic Management Global Most Admired Companies*”. Menurut Michael Porter telah merangkum pemikiran strategis menjadi tiga jenis yaitu: keunggulan biaya secara keseluruhan, diferensiasi, dan fokus. Strategi keunggulan biaya secara keseluruhan merupakan strategi yang membuat unit bisnis bekerja keras mencapai biaya produksi dan distribusi terendah sehingga harganya dapat lebih rendah dari pada pesaing dan mendapat pangsa pasar yang besar.<sup>5</sup> Perusahaan harus mencapai biaya yang paling rendah dibandingkan pesaingnya.

Strategi diferensiasi merupakan strategi unit bisnis yang berkonsentrasi untuk mencapai kinerja terbaik dalam memberikan manfaat bagi pelanggan yang dinilai penting oleh sebagian besar pasar. Diferensiasi menonjolkan perbedaan yang mencolok atas mereknya dengan merek pesaing tidak secara superior. Strategi fokus merupakan strategi unit bisnis yang memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit dari pada mengejar pasar yang lebih besar. Perusahaan memahami kebutuhan segmen sasaran.<sup>6</sup> Perusahaan yang melaksanakan strategi tersebut dengan paling baik akan memperoleh laba paling besar. Jadi perusahaan yang memiliki biaya paling rendah di antara perusahaan-perusahaan yang melaksanakan strategi biaya rendah akan tampil paling baik. Perusahaan yang tidak menerapkan strategi dengan jelas, pengambil jalan tengah, akan gagal.

Proses penyusunan strategi sangat dibutuhkan, karena merupakan perencanaan jangka panjang. Konsep strategi berkembang mulai dari alat untuk mencapai tujuan kemudian berkembang menjadi alat menciptakan keunggulan bersaing dan selanjutnya menjadi tindakan dinamis untuk memberikan kekuatan motivasi kepada *stakeholder* agar perusahaan tersebut dapat memberikan kontribusi secara optimal.<sup>7</sup> Dengan demikian strategi bisnisnya dapat dilihat dari usaha yang telah dilakukan pada perusahaan tersebut apakah berhasil ataupun gagal dalam menjalankan sebuah organisasi.

---

<sup>4</sup> M. Suyanto, *Strategic Management* ,,, h. 107.

<sup>5</sup> Ibid, h. 121.

<sup>6</sup> Ibid, h. 127.

<sup>7</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, h. 12.

Situasi perekonomian nasional yang tidak stabil berpengaruh pada perekonomian daerah. Upaya mempercepat pertumbuhan ekonomi, Indonesia sangat mendukung adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia maupun ASEAN. Lebih dari 90 persen bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM, menyerap hampir 100 persen tenaga kerja di ASEAN. Pemerintah Indonesia juga mendukung UMKM melalui kemudahan akses permodalan melalui kredit usaha kecil.<sup>8</sup> Karena UMKM dapat menjadi tulang punggung perekonomian di setiap daerah terutama Kabupaten Rembang, di tengah ketidakpastian perekonomian.

Tumbuh pesatnya ekonomi kreatif turut berperan dalam membuka peluang bagi UMKM untuk dapat berkompetisi dan melakukan inovasi produk dan market. Partisipasi kalangan menengah untuk turut berbisnis membangun dinamika baru perekonomian daerah. Manajemen dan *marketing online* mendorong lahirnya bisnis baru yang melibatkan semua kalangan. Misalnya, bila diamati dari aktivitas *facebook* saja semangat warga Rembang untuk berurusan sangatlah tinggi. Hal ini adalah potensi awal untuk merayu bersama-sama, mengembangkan sektor usaha rakyat.<sup>9</sup> Sebagaimana *Homemade Kefir Khadeejah Rembang* yang melakukan inovasi produk yang kemudian memanfaatkan adanya pasar *online* sehingga dapat memperluas pangsa pasarnya.

*Homemade Kefir Khadeejah Rembang* adalah sebuah *home industry* yang menghasilkan produk kecantikan dan kesehatan tanpa bahan kimia. Ia merupakan satu-satunya *home industry* yang menghasilkan produk kesehatan dan kecantikan kefir di Rembang. Kefir adalah susu yang difermentasi oleh sejumlah mikroba, yaitu bakteri penghasil asam laktat (BAL) dan khamir. Kefir mempunyai efek yang baik untuk kesehatan, seperti mengontrol metabolisme kolestrol sebagai probiotik, anti tumor bagi hewan, anti bakteri, anti jamur dll.<sup>10</sup> Biasanya produk susu fermentasi hanya dikonsumsi sebagai minuman yang menyehatkan, namun seiring berkembangnya teknologi *Homemade Kefir Khadeejah Rembang* tidak hanya memproduksi susu fermentasi dalam bentuk minuman kemasan. *Homemade Kefir*

---

<sup>8</sup> Direktorat Jendral Kerja Sama ASEAN, "Mewujudkan Masyarakat ASEAN yang Dinamis", dalam *Majalah Masyarakat ASEAN* ed. 11/Maret 2016, h. 7.

<sup>9</sup> Arif Giyanto, "Hikmah Purnamawati: UMKM Dapat Menjadi Tulang Punggung Perekonomian Rembang", <http://rembangdaily.com>, diakses pada 26 Maret 2017 pukul 17:27.

<sup>10</sup> Amanda Liana Aristya, "Total Asam, Total Yeast, Dan Profil Protein Kefir Susu Kambing Dengan Penambahan Jenis Dan Konsentrasi Gula Yang Berbeda", *Jurnal Pangan Dan gizi*, (Vol. 04, No. 07, 2013), h. 39.

Khadeejah Rembang mulai mengembangkan usahanya yaitu mengolah bakteri kefir menjadi sebuah produk kosmetik dan produk kesehatan. Dengan menggunakan strategi-strategi yang telah direncanakan kini *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang mampu melakukan inovasi produk yang tentunya berbeda dengan produsen kefir yang lain. Dimana produsen kefir yang lain hanya memproduksi beberapa produk khusus, seperti produsen hanya memproduksi susu kefir, produsen hanya memproduksi masker, dan produsen hanya memproduksi susu kefir dan masker kefir tanpa memproduksi kosmetik.

Berawal dari pengalaman pemilik *homemade* yang merasa kecewa terhadap berbagai macam produk kosmetik yang pernah dikonsumsi itu berdampak hilangnya protein dan beberapa bakteri yang menguntungkan kulit, serta memunculkan proses detoks (penetrasi toksin di dalam tubuh atau munculnya jerawat) saat pemakaian dihentikan. Sehingga pemilik *homemade* berinisiatif untuk mencari produk yang menggunakan bahan alami dan tidak merusak struktur kulit, hingga akhirnya bertemu kefir dan menjadi penggiat untuk dikenalkan di masyarakat luas.

Sebagaimana naluri manusia yang hidup bermasyarakat. Manusia membutuhkan bantuan orang lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh sebab itu, manusia tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan dan pertolongan orang lain. Sejalan dengan itu perdagangan (bisnis) merupakan salah satu bentuk aktivitas yang terpenting dalam bidang muamalat. Keperluan terhadap perdagangan (bisnis) ini telah bermula sejak dahulu dan terus berkembang hingga sekarang, dimana manusia telah berinteraksi satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>11</sup> Allah telah menjelaskan dalam QS. Al-Maidah (5) :2:

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

الْعِقَابِ

<sup>11</sup> Mardani, *Hukum Bisnis Syari'ah*, Jakarta: Prenandamedia Group, 2014, h. 10.

*Artinya: “ ...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya. ”*<sup>12</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa hubungan masyarakat dengan masyarakat hendaknya tercermin dalam sikap saling membantu dan bekerja sama dalam hal kebajikan dan ketakwaan, sehingga akan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia. Lebih jauh ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia dilarang bekerja dan saling membantu dalam permusuhan, yang mendatangkan mudarat dan dosa. Dengan begitu tindakan ini mesti terlihat dalam bentuk kerja sama, sikap tolong-menolong dalam rangka memenuhi kepentingan masing-masing.<sup>13</sup> Dalam bisnis tidak diperbolehkan merugikan orang lain, sehingga dalam penerapannya atau strategi yang digunakan dalam bisnis harus sesuai dengan syariat islam. Apabila strategi yang digunakan tepat, maka akan mendapatkan hasil yang maksimal.

Pemilik *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang mengikuti pelatihan bagi penggiat kefir yang diadakan oleh Komunitas Kefir Indonesia pembuatan kefir guna memperluas ilmu dalam pengembangan sumber daya manusia. Hal tersebut merupakan salah satu strategi *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang dalam pengembangan usahanya, karena sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. Perkembangan suatu perusahaan dapat dilihat dari segi laporan keuangan tersebut, apakah mengalami penurunan atau kenaikan pada pendapatannya. Oleh karena itu, untuk melihat perkembangan *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang, maka dapat dilihat pada pendapatan perbulannya pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1. Pendapatan *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang dalam satu tahun

<b>Bulan</b>	<b>Pendapatan</b>
April 2016	Rp 1.440.000
Mei 2016	Rp 1.404.000
Juni 2016	Rp 2.110.000
Juli 2016	Rp 1.805.000
Agustus 2016	Rp 1.865.000
September 2016	Rp 2.525.000

<sup>12</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2009, h. 106

<sup>13</sup> Mardani, *Hukum...*, h. 12

Oktober 2016	Rp 2.700.000
November 2016	Rp 2.915.000
Desember 2016	Rp 3.335.000
Januari 2017	Rp 3.700.000
Februari 2017	Rp 4. 686.000
Maret 2017	Rp 5.450.000

*Sumber data: laporan penjualan Homemade kefir Khadeejah Rembang*

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pendapatan *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang selalu mengalami peningkatan. Meskipun usaha *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang terhitung usaha kecil namun usaha tersebut mampu mengembangkan usahanya dengan baik dengan pertumbuhan yang cepat. Sehingga perlu diketahui strategi-strategi yang diterapkannya dalam mengembangkan usaha tersebut. Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *HOMEMADE* KEFIR KHADEEJAH REMBANG.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengembangan produk *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan untuk mengembangkan usaha *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengembangan usaha yang ditempuh *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang dalam mengembangkan produknya
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang dalam memperebutkan pangsa pasar.

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan informasi bagi:

1. Perusahaan atau *homemade*, untuk menjadi pertimbangan perencanaan dan penetapan strategi yang berkaitan dengan pengembangan usaha.

2. Penulis, penelitian ini berguna untuk melatih kemampuan dalam menganalisis masalah dan menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai *home industry* sejenis.
3. Pembaca, penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan dan dapat dijadikan perbandingan atau acuan dalam melakukan studi lanjutan.

#### D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan uraian sistematis tentang penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (*previous finding*) yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan.<sup>14</sup> Berikut ini adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang peneliti ambil:

Tabel 1.2. Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode	Hasil Penelitian
1.	Analisis Pengembangan Usaha Pada Susu Kefir (prima) Ungaran Menurut Teori Stale and Morse.	Albertus Titus Sutejo	Kualitatif	Meninjau sepuluh kriteria industri kecil pada susu prima menunjukkan bahwa susu kefir prima memiliki potensi menjadi usaha kecil yang baik dan dapat berkembang kedepannya. Dengan pengembangan yang akan dilakukan. <sup>15</sup>
2.	Startegi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarang Kecamatan Dermaga Kabupaten Bogor Jawa Barat)	Agus Santoso	Deskriptif Kuantitatif	WO1 dan WO2 adalah strategi melakukan promosi dan melakukan pencatatan keuangan dan administrasi dengan nilai yaitu 6,177. Strategi ST2 dengan nilai 6,009 menduduki urutan kedua yaitu meningkatkan sinergisme dengan kemitraan pihak lain. <sup>16</sup>
3.	Startegi	Fatchur	Deskriptif	Strategi pengembangn usaha

<sup>14</sup> Pedoman Penulisan Skripsi FEBI. Pdf, h. 10

<sup>15</sup> Albertus Titus Sutejo, "Analisis Pengembangan Usaha Pada Susu Kefir (prima) Ungaran Menurut Teori Stale and Morse", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, 2013.

<sup>16</sup> Agus Santoso, "Startegi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarang Kecamatan Dermaga Kabupaten Bogor Jawa Barat)", Skripsi Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, 2008.

	Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas (Studi Kasus Konveksi di Condongcatur Depok Sleman)	Rohman Mursalin	Kualitatif	paguyuban konveksi mandiri dengan menggunakan komunitas sebagai basis kekuatan pengembangan usaha melalui simpan pinjam yang terbukti cukup efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Condongcatur. <sup>17</sup>
4.	Strategi Pengembangan Usaha Kecil (Studi Pada Kripik Ubi Mak Atik)	Mentari Astuti	Kualitatif	Strategi yang dapat diterapkan pada usaha kripik mak Atik untuk mengembangkan usaha adalah analisis SWOT yaitu dengan menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sesuai dengan keinginan konsumen dan mempertahankan pelayanan yang ramah untuk mempertahankan loyalitas konsumen. <sup>18</sup>
5.	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Produk Susu Olahan Pada PT Fajar Taurus, Jakarta.	Yosa Novianti	Deskriptif	Strategi yang tepat untuk diimplementasikan perusahaan dengan menggunakan matriks QSPM, yaitu: (1) Memelihara kualitas serta mutu pelayanan kepada konsumen. (2) Mengoptimalkan R&D untuk menghasilkan diversifikasi produk dan mencari pasar mana yang potensial. (3) Mengoptimalkan volume produksi serta melakukan efisiensi biaya produksi dan pemasaran. <sup>19</sup>

Perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang sudah ada dapat dilihat dari fokus penelitian. Penelitian yang peneliti lakukan lebih berfokus pada faktor internal strategi pengembangan yang dilakukan oleh *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang dalam usahanya. Kelebihan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti membahas pengembangan produk dan membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang dalam memperebutkan pangsa pasar.

<sup>17</sup> Fatchur Rohman Mursalin, "Startegi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas (Studi Kasus Konveksi di Condongcatur Depok Sleman)", Skripsi Fakultas Dakwah Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

<sup>18</sup> Mentari Astuti, "Startegi Pengembangan Usaha Kecil (Studi Pada Kripik Ubi Mak Atik)", Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sumatera Utara, 2014.

<sup>19</sup> Yosa Novianti, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Prosuk Susu Olahan Pada PT Fajar Taurus Jakarta", Skripsi Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, 2012.

## E. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif mengandalkan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini pembahasan menitik beratkan pada bagaimana *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang mengembangkan strategi bisnis mereka dalam memperebutkan pangsa pasar. Sumber data utama ialah kata-kata, dan tindakan.

### 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian dapat mengungkap keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diteliti. Untuk menentukan lokasi penelitian, maka penelitian ini mengambil lokasi yaitu *Homemade* Kefir Khadeejah di Desa Plawangan Rt 04 Rw 01 Kec. Kragan Kab. Rembang.

### 3. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata kata, dan tindakan. Selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain sebagainya. Untuk memudahkan mengidentifikasi sumber data, maka penulis mengklasifikasi sumber data sebagai berikut:

#### a. Sumber Data Primer

Data primer adalah kata-kata dan tindakan orang orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tapes dan pengambilan foto. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperanserta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.<sup>21</sup> Data tersebut diperoleh dari pemilik *homemade* secara langsung baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi atau cara lainnya.

#### b. Sumber Sekunder

Data sekunder adalah sumber diluar kata dan tindakan yang merupakan sumber kedua, dan tidak bisa diabaikan. Dilihat dari segi sumber data, bahan

---

<sup>20</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, h. 208.

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 157.

tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.<sup>22</sup>

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>23</sup> Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

##### a. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain.<sup>24</sup> Adapun jenis wawancara atau interview yang digunakan oleh penulis adalah wawancara tidak terstruktur atau terbuka, yaitu peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara ditujukan kepada pemilik *Homemade* Kefir Khadeejah tentang bagaimana mengembangkan produk dari hanya beberapa produk saja yang mampu dihasilkan hingga mampu menghasilkan hingga puluhan jenis produk serta bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan *Homemade* Kefir Khadeejah dalam memperebutkan pangsa pasar.

##### b. Observasi

Sebagaimana dikutip oleh Sugiyono, menurut Nasution bahwa Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.<sup>25</sup> Pengamatan atau observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan terhadap

---

<sup>22</sup> Ibid, h. 159.

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 224.

<sup>24</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian*, h. 186.

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, h. 224.

objek yang diteliti.<sup>26</sup> Teknik observasi digunakan untuk mengumpulkan data tentang bagaimana pemilik *Homemade* Kefir Khadeejah mengembangkan strategi bisnisnya dengan pengembangan produk yang dilakukan serta strategi pemasaran yang diterapkan dalam memperebutkan pangsa pasar sehingga usaha yang mereka jalankan saat ini masih berkembang.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>27</sup> Selain dengan teknik wawancara dan pengamatan, data hasil penelitian juga dikumpulkan melalui pengkajian dokumen. Teknik ini digunakan untuk menggali data yang bersumber dari dokumen-dokumen seperti arsip-arsip surat, data statistik, laporan-laporan lain yang mengandung petunjuk-petunjuk tertentu yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini. Dokumen dalam hal ini diperoleh dari pemilik *homemade* mengenai bagaimana perkembangan kefir khadeejah dari tahun ke tahunnya dan laporan pendapatan yang diperoleh setiap bulannya.

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini menggunakan metode deskriptif dan analisis strategi, yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.<sup>28</sup> Sehubungan dengan hal tersebut, maka peneliti mengumpulkan data yang diperoleh dari pemilik *homemade* Kefir Khadeejah Rembang. Kemudian data yang telah dikumpulkan tersebut dianalisis oleh peneliti, dan yang terakhir data tersebut diinterpretasikan. Data yang telah diinterpretasikan kemudian dianalisis dengan analisis strategi sehingga diketahui perkembangan yang telah dicapai dengan pengembangan produk yang dihasilkan dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh *home industry* dalam memasarkan produk yang telah dikembangkan tersebut dapat memperebutkan pangsa pasar.

---

<sup>26</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 23.

<sup>27</sup> *Ibid*, h. 240.

<sup>28</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian...*, h. 11.

## F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi kedalam lima bab, yang akan diuraikan sebagai berikut:

**Bab I**, merupakan Pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab II**, menjelaskan tentang beberapa pokok teori yang terkait dengan strategi, teori pengembangan usaha, jenis-jenis strategi pengembangan usaha, strategi pengembangan usaha dalam perspektif islam, produk dan pasar, perencanaan strategi unit bisnis, dan penjelasan mengenai kefir.

**Bab III**, menjelaskan tentang gambaran umum *Homemade* Kefir Khadejah Rembang, sejarah *Homemade* Kefir Khadejah Rembang, visi, misi dan tujuan *Homemade* Kefir Khadejah Rembang, kondisi *Homemade* Kefir Khadejah Rembang, pengembangan produk *Homemade* Kefir Khadejah Rembang, dan strategi pemasaran usaha *Homemade* Kefir Khadejah Rembang.

**Bab VI**, bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan terhadap pengembangan usaha *Homemade* Kefir Khadejah Rembang. Yaitu analisis strategi pengembangan produk *Homemade* Kefir Khadejah Rembang dan analisis strategi pemasaran usaha *Homemade* Kefir Khadejah Rembang.

**Bab V**, bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian tersebut dan penutup.