

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSERA
SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM
PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM UMAT**

Oleh :

**FIRA ANGGRAINI
NPM. 1804101048**



**Jurusan: Perbankan Syariah
Fakultas: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H/2022 M**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSERA
SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM
PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM UMAT**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

FIRA ANGGRAINI

NPM. 1804101048

Pembimbing : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1444 H / 2022 M



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
(IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : FIRA ANGGRAINI
NPM : 1804101048
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSER
SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM
PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM UMAT

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, November 2022
Dosen Pembimbing

Rina El Maza, M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSER
SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM
PEMBERDAYAAN LAZNAH BSM UMAT

Nama : FIRA ANGGRAINI

NPM : 1804101048

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, November 2022
Dosen Pembimbing



Rina El Maza, M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alingmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website www.metro.univ.ac.id E-mail iainmetro@metro.univ.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No.: B-4344 / 10-2023 / D / PP-009 / 12/2022

Skrripsi dengan Judul: STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GASPERA SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM UMAT, disusun oleh: FIRA ANGGRAINI, NPM. 1804101048, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/30 November 2022.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Penguji I : Zumaroh, M.E.Sy

Penguji II : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Sekretaris : Nur Syamsiyah, M.E

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. M. Jalil, M.Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSERA SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM UMAT

Oleh:

**FIRA ANGGRAINI
NPM. 1804101048**

Beras merupakan tanaman pangan yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Kebutuhan masyarakat yang besar terhadap beras menjadikannya sebagai peluang pasar bagi petani dan sektor pertanian. PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan salah satu perkumpulan pokok tani yang memproduksi dan menjual beras. Dalam setiap usaha tentunya tidak terlepas dari strategi agar dapat bertahan dan lebih maju dari saingan-saingannya, untuk itu PP Gapsera Sejahtera Mandiri mulai menerapkan strategi pengembangan pada bisnisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang digunakan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang dibentuk melalui program pemberdayaan LAZNAS BSM Umat. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan metode cara berpikir induktif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang digunakan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk dan strategi inovasi. Strategi pengembangan pasar yang diterapkan yaitu dengan memperluas wilayah pemasaran, strategi pengembangan produk berupa penambahan variasi/pilihan produk baru dan strategi inovasi berupa inovasi pada kemasan produk.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FIRA ANGGRAINI
NPM : 1804101048
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, November 2022
Yang Menyatakan,



Fira Anggraini
NPM. 1804101048

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Artinya : *“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”*

(QS. An-Najm : 39)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, maka akan saya persembahkan karya ini kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Yuniara dan Ibu Patonah yang selalu mencurahkan kasih sayangnya, perhatian, kesabaran dan selalu memberikan semangat serta tidak kenal lelah mendoakan untuk keberhasilan anak-anaknya sejak kecil hingga sekarang. Dan adik saya, Erinna Lydia Vita yang sangat saya sayangi. I.
2. Dosen pembimbing Ibu Rina El Maza, S.H.I., M.S.I yang selalu sabar dalam memberikan bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Sahabat-sahabatku Tri Wahyuni, Mutiara, Nurlia Wulandari, Istiqomah Ngesti Pratiwi, Eca Dwi Alifia dan Ayu Mawarni yang selalu memberikan dukungan dan bantuan yang tak ternilai harganya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman kelas D S1 Perbankan Syariah angkatan 2018 yang telah membantu selama masa perkuliahan sampai dengan selesai.
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M, Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Rina El Maza, S.H.I, M.S.I, selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Almamater tercinta IAIN Metro dan sahabat-sahabat angkatan 2018 yang saya sayangi

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, November 2022

Peneliti



Fira Anggraini

NPM. 1804101048

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Bisnis	10
1. Pengertian Strategi Pengembangan Bisnis	10
2. Analisis SWOT	12
3. Bauran Pemasaran	15

B. Konsep Pemberdayaan	21
1. Pengertian Pemberdayaan	21
2. Unsur-unsur Pemberdayaan	22
3. Tujuan Pemberdayaan	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian	25
B. Sumber Data	26
C. Teknik Pengumpulan Data	27
D. Teknik Analisis Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PP Gapsera Sejahtera Mandiri.....	32
1. Profil PP Gapsera Sejahtera Mandiri	32
2. Visi dan Misi PP Gapsera Sejahtera Mandiri.....	37
3. Struktur Organisasi	38
B. Strategi Pengembangan Bisnis PP Gapsera Sejahtera Mandiri.....	39
C. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Program Pemberdayaan LAZNAS BSM Umat.....	55

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Jenis Dan Harga Produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri	45
4.2 Data Penjualan PP Gapsera Sejahtera Mandiri Pertahun	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Struktur Organisasi PP Gapsera Sejahtera Mandiri	38

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto-Foto Penelitian
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia didukung oleh berbagai sektor salah satu sektor yang mendukung dan memberikan kontribusi yang cukup besar adalah sektor pertanian. Salah satu subsektor pertanian yang potensial untuk dikembangkan adalah tanaman pangan, karena pangan merupakan kebutuhan dasar manusia.¹ Beras merupakan tanaman pangan yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Beras menjadi sangat penting di Indonesia karena 90 persen masyarakat Indonesia mengonsumsi beras.² Hal tersebut membuktikan bahwa kebutuhan masyarakat Indonesia akan beras sangatlah besar. Kebutuhan masyarakat yang besar terhadap beras menjadikannya sebagai peluang pasar bagi petani dan sektor pertanian.

Pertanian di Provinsi Lampung merupakan sektor yang paling banyak berkontribusi pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) provinsi. PDRB Provinsi Lampung pada Tahun 2018 dibidang pertanian sebesar 31,81% dari total PDRB. Besarnya peranan pertanian dalam PDRB seharusnya seiring dengan besarnya tingkat kesejahteraan petani. Namun nyatanya kesejahteraan petani masih rendah. Bidang pertanian pertanian memiliki angkatan kerja yang banyak namun kemiskinan paling tinggi ada disektor pertanian. Hal ini bisa

¹ Arif Setiawan, "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu" (Universitas Lampung, 2016), 192.

² Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, "Buletin Konsumsi Pangan" Vol. 4, no. 2 (2013): 8–18.

terjadi karena tidak adanya jaminan hasil pertanian dan rendahnya produksi pertanian yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti lahan yang lelah, sarana produksi pertanian (pupuk, bibit, dan obat) yang tidak tersedia dan tidak berkualitas, tidak adanya teknologi pertanian yang menunjang serta permodalan yang kurang.³ Persoalan demi persoalan yang dihadapi petani ini mengakibatkan minimnya pendapatan hingga hanya cukup memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Dalam hal ini diharapkan baik pemerintah maupun lembaga non pemerintah dapat mengatasi permasalahan para petani seperti halnya program pemberdayaan ekonomi yang mampu untuk memberikan fasilitas dan permodalan yang cukup bagi petani. Salah satu program pemberdayaan yang memberikan kontribusi dalam pemberdayaan petani adalah program dari Lembaga Amil Zakat Nasional yaitu program mitra umat Desa Berdaya Sejahtera Mandiri. Program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri merupakan program pendayagunaan dana zakat dengan konsep pemberdayaan ekonomi mustahik. Program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat (mustahik) dengan fasilitasi penguatan atau optimalisasi pada sumberdaya ekonomi lokal melalui penerapan teknologi tepat guna, peningkatan nilai tambah produk, penguatan aspek kelembagaan serta pemasaran. Pelaksanaan program akan difokuskan pada pengembangan kluster usaha di wilayah Desa seperti pertanian, peternakan, dan perkebunan dengan mencairkan dana bantuan program ke Mustahik (berupa barang, peralatan, dan

³ M Yusuf S Barusman dkk., "Program Peningkatan Kesejahteraan Petani Di Lampung," *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)* Vol. 5, no. 4 (2021): 1127.

modal kerja sesuai usaha yang dilakukan) dan pembangunan sarana & prasarana yang penggunaannya dimusyawarahkan bersama dan pelaksanaannya dilakukan secara gotong royong.⁴

Perkumpulan pokok tani (PP) Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan klaster pertanian sehat yang didirikan berdasarkan program pemberdayaan Laznas BSM umat yaitu program mitra desa mandiri pada tahun 2018. Pelaksanaan program ini terdiri dari survey potensi desa, survey potensi mustahik dan pelaksanaan program dengan memberikan bantuan usaha berupa modal kerja, pelatihan, pendampingan, pembentukan kelembagaan, monitoring, dan pelaporan.

Program desa berdaya sejahtera mandiri memiliki tujuan dan sasaran untuk meningkatkan pendapatan mustahik sehingga dapat menjadi muzakki (*Mustahik Move To Muzakki*). Adapun indikator keberhasilan program ini yaitu pendapatan mustahik naik sebesar 1 (satu) kali pendapatan awal atau 1 (satu) kali dari UMK wilayah setempat. Laznas BSM Umat telah menganggarkan dana program Mitra Desa Mandiri sebesar Rp9.443.650.000,- yang salah satu penerima manfaat dari program Mitra Desa Mandiri ini merupakan 100 orang petani di Desa Rejo Asri, Lampung Tengah yang kemudian terbentuk menjadi Perkumpulan Pokok Tani Gapsera Sejahtera Mandiri yang merupakan klaster pertanian sehat yang membudidayakan padi dan memproduksi beras.⁵

Perkumpulan Pokok Tani Gapsera Sejahtera Mandiri / PP Gapsera Sejahtera Mandiri mengimplementasikan budidaya tanpa menggunakan

⁴ Laznas BSM Umat, "Laporan Tahunan Laznas BSM Umat," 2018, 69–70.

⁵ Laznas BSM Umat, 69–70.

pestisida kimia / sintetis. PP Gapsera Sejahtera Mandiri berdomisili di Kampung Rejo Asri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. PP Gapsera Sejahtera Mandiri memiliki fokus dibidang budidaya padi dan produksi beras. Padi yang dihasilkan kemudian digiling dan dikemas dengan merk ‘‘Berasera’’. Berasera dipasarkan disekitar wilayah Lampung dan luar kota seperti Jakarta, Bogor, Bandung, Bengkulu dan Palembang.⁶

Dalam setiap usaha tentunya tidak terlepas dari strategi agar dapat bertahan dan lebih maju dari saingan-saingannya. Strategi pengembangan merupakan bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Strategi pengembangan mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Strategi pengembangan bisnis terdiri dari suatu rencana yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan efektifitas dan kesempatan bisnis ditengah persaingan pasar dengan tujuan agar dapat mempertahankan kelangsungan bisnis dan mencapai kesuksesan.⁷

Berdasarkan observasi awal, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Sukarlin selaku pemilik PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang menuturkan bahwasannya pada masa awal produksinya, produksi beras ‘‘Berasera’’ PP

⁶ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri, 16 Februari 2021.

⁷ Muhammad Afridhal, ‘‘Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen,’’ *Jurnal S. Pertanian* Vol. 1, no. 3 (2017): 229.

Gapsera mengalami kerugian sekitar Rp.300.000.000. Hal ini diakibatkan oleh keterbatasan pengetahuan petani dalam dunia bisnis dan belum menerapkan hal-hal yang terkait dengan strategi pengembangan dalam bisnis.. Selain itu, adanya pesaing yang jauh lebih dulu menguasai pasar serta kegiatan promosi yang masih terbatas menjadi penyebab kerugian PP Gapsera Sejahtera Mandiri. Namun seiring berjalannya waktu, PP Gapsera Sejahtera Mandiri mulai mengalami perkembangan yang jauh lebih baik yang ditandai dengan peningkatan pendapatan yang diperoleh.

Perkembangan yang terjadi pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri ditandai dengan strategi pengembangan bisnis yang mulai diterapkan. Adapun bentuk-bentuk dari strategi pengembangan bisnis yang ada PP Gapsera Sejahtera Mandiri yaitu strategi pengembangan produk yang sebelumnya hanya memiliki satu jenis produk menjadi lima jenis produk yang menggunakan varietas padi berkualitas. Selain pengembangan pada produk, PP Gapsera juga melakukan inovasi pada kemasan produk mereka. Kemasan produk yang awalnya menggunakan kemasan dengan tinta yang mudah luntur kini menggunakan kemasan yang lebih baik agar dapat menarik minat konsumen. PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang awalnya menjual produknya di Provinsi Lampung kini melakukan perluasan pasar dengan menjual produknya ke luar provinsi Lampung seperti Jakarta, Bogor, Bandung, Bengkulu dan Palembang.

Meskipun telah menerapkan strategi pengembangan bisnis, PP Gapsera Sejahtera Mandiri masih mengalami kendala yang berasal dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari kekuatan dan kelemahan PP

Gapsera Sejahtera Mandiri, yang terdiri dari tempat dan kapasitas yang kurang memadai serta sumber daya manusia yang rendah. Sedangkan faktor eksternal berasal dari peluang dan ancaman diluar PP Gapsera Sejahtera Mandiri seperti adanya pesaing yang lebih besar yang menguasai pasar. Dari penjelasan yang sudah dipaparkan diatas, menjadi dasar pertimbangan bagi penulis untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri melalui program pemberdayaan LAZNAS BSM Umat. Untuk itu berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka peneliti mengalami ketertarikan dan yakin memulai melaksanakan penelitian pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri dengan judul penelitian “STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSERA SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM UMAT”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah Strategi Pengembangan Bisnis yang digunakan PP Gapsera Sejahtera Mandiri melalui program pemberdayaan yang diberikan oleh Laznas BSM Umat?
2. Apakah kendala yang dihadapi oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri dalam strategi pengembangan bisnisnya?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang digunakan dan kendala yang dihadapi oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri melalui program pemberdayaan yang diberikan oleh Laznas BSM Umat.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu berupa manfaat secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya adalah sebagai berikut.

a. Secara Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah wawasan mengenai strategi pengembangan bisnis melalui program pemberdayaan dalam suatu usaha.

b. Secara Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis, yaitu bagi: PP Gapsera Sejahtera Mandiri, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran, pemikiran dan informasi untuk merencanakan strategi pengembangan bisnis yang efektif melalui program pemberdayaan Laznas BSM. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam memahami ilmu Ekonomi khususnya dibidang strategi pengembangan bisnis beserta penerapannya dilapangan.

D. Penelitian Relevan

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian dan juga dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut.

1. Penelitian karya Nuryani Annisa, dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Etalase Pada Toko Intan Kaca Kecamatan Sungai Rumbai Kabupaten Dharmasraya”. Fokus dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi-strategi yang dapat mengembangkan bisnis di Toko Intan yaitu dengan menjaga mutu produk dan menyesuaikan kualitas produk, menggunakan media sosial atau internet untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, memperbanyak variasi dan bentuk produk untuk memenuhi permintaan konsumen serta meningkatkan kualitas karyawan dan pelayanan.⁸
2. Penelitian karya Novia Sridewi, dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat”. Fokus dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan

⁸ Annisa Nuryani, “Strategi Pengembangan Bisnis Etalase Pada Toko Intan Kaca Kecamatan Sungai Rumbai Kabupaten Dharmasraya” (IAIN Batu Sangkar, 2021).

usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat mampu meningkatkan pendapatan meskipun belum maksimal karena pendapatan perbulannya masih bersifat fluktuatif, adapun strategi yang diterapkan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yaitu menambah varian produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan menggunakan konsep penjualan baru.⁹

3. Penelitian karya Laila Wulandari, dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake Dan Bakery Untuk Meningkatkan Pendapatan Karyawan”. Fokus dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan sudah berkembang cukup pesat dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT serta menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu dari sisi pengembangan produk, penetapan harga, distribusi atau tempat dan promosi. Dalam pelaksanaannya, strategi yang diterapkan mampu meningkatkan pendapatan usaha dan pendapatan karyawan.¹⁰

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu diatas, dapat diketahui bahwa Strategi Pengembangan Bisnis PP Gapsera Sejahtera Mandiri melalui program pemberdayaan LAZNAS BSM Umat belum pernah diteliti. Meskipun memiliki tema yang sama yaitu mengenai strategi pengembangan

⁹ Novia Sridewi, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat” (UIN Matraam, 2020).

¹⁰ Laila Wulandari, “Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake Dan Bakery Untuk Meningkatkan Pendapatan Karyawan” (IAIN Metro, 2021).

bisnis dan program pemberdayaan, tetapi objek penelitiannya berbeda. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Perkumpulan Pokok Tani (PP) Gapsera Sejahtera Mandiri.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Bisnis

1. Pengertian Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi merupakan istilah yang dirumuskan sebagai tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, serta kepada siapa hal-hal tersebut pula dikomunikasikan dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai.¹ Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang untuk menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu perusahaan.² Strategi dapat diartikan suatu proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap para top manajer yang berarah pada tujuan jangka panjang perusahaan yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan.³

Sedangkan pengembangan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pengembangan usaha merupakan suatu bentuk usaha yang terencana dari organisasi atau perusahaan untuk menciptakan sesuatu

¹ Sofjan Assauri, *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 3.

² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 339.

³ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), 21.

dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya yang menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan juga diartikan sebagai usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang.⁴ Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis merupakan suatu rencana yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan efektifitas dan kesempatan bisnis ditengah persaingan pasar dengan tujuan agar dapat mempertahankan kelangsungan bisnis dan mencapai kesuksesan.

Dalam strategi pengembangan bisnis terdapat tiga bentuk pengembangan bisnis yang terdiri dari strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk dan strategi strategi inovasi. Adapun penjelasan dari masing-masing strategi tersebut yaitu sebagai berikut.

a. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun wilayah area geografis pasar yang baru.

b. Strategi pengembangan produk.

Perusahaan berusaha bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru.

⁴ Afifuddin, *Pengantar Administrasi Pembangunan* (Bandung: CV Alfabeta, 2010), 180.

c. Strategi inovasi

Strategi inovasi merupakan strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atau produk atau jasa baru.⁵

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.⁶ Analisis SWOT merupakan identifikasi faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara kebersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Keputusan strategis perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan-pertimbangan penting untuk analisis SWOT.⁷

⁵ M Husni, *Manajemen Strategi* (Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2009), 37–39.

⁶ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016), 115.

⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), 18.

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam perusahaan ada pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain :

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain. Sehingga dapat membuat lebih kuat dari pada pesaingnya. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekuarangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapasitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.

Fasilitas, sumber daya keuangan, kapasitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.⁸

c. Peluang (*opportunity*)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan suatu perusahaan.⁹

Berdasarkan uraian diatas, analisis SWOT digunakan untuk memperoleh strategi dalam mengembangkan usaha dengan mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki perusahaan dan

⁸ Pearce Robinson, *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, Dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 202.

⁹ Robinson, 201.

faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang tengah dihadapi perusahaan maupun yang akan terjadi dimasa yang akan datang.

3. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran merupakan salah satu kunci dalam teori pemasaran modern. Menurut Kotler, bauran pemasaran ialah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran memiliki empat variabel utama yang dikenal dengan empat P (4P) yaitu: *Product*, *Price*, *Promotion* dan *Place*. Adapun masing-masing variabel dari bauran pemasaran sebagai berikut.

a. Produk (*Product*)

Produk adalah unsur pertama dan terpenting dalam bauran pemasaran. Produk merupakan salah satu elemen yang sangat penting dalam bauran pemasaran karena produk menjadi sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk dikonsumsi dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Konsep produk total antara lain barang kemasan, merek, label, pelayanan dan jaminan. Berdasarkan kriteria siapa konsumennya dan untuk apa produk tersebut dikonsumsi, produk dibedakan menjadi barang konsumen (*consumer's goods*) dan barang industri (*industrial's goods*). Keunggulan kompetitif suatu

produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk yang diukur dengan jumlah penjualan produk.¹⁰

b. Harga (*Price*)

Harga memiliki definisi sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual.¹¹ Harga merupakan faktor yang akan mempengaruhi adanya permintaan, posisi persaingan dan pangsa pasar dari sebuah produk. Agar suatu perusahaan dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa, maka perusahaan tersebut harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam variabel bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga variabel yang lainnya menyebabkan timbulnya biaya.¹²

Adapun metode dalam penetapan harga terdiri dari *Competitor Price*, *Cost plus pricing* dan *Cost plus pricing mark up*. *Competitor Price* merupakan penetapan harga produk yang melihat dari harga pasar saat ini dengan menyesuaikan langsung harga produk dengan pesaing lain. *Cost plus pricing* merupakan penetapan harga produk dimana

¹⁰ Christian Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," *Jurnal EMBA* Vol.1, no. 3 (Juni 2013): 73.

¹¹ Selang, 73.

¹² Arie Rachmat Sunjoto, "Strategi Pemasaran Swalayan Pamela Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Swalayan Pamela Yogyakarta Tahun 2010)," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Vol.1, no. 2 (Desember 2011): 49–50.

penjual menetapkan harga barang menurut jumlah biaya perunit serta jumlah harga perunit ditambah laba. Sedangkan *cost plus pricing mark up* merupakan penetapan harga dimana penjual menetapkan harga jual diatas harga beli barang per unit ditambah laba.¹³

c. Tempat/ distribusi (*Place/distribution*)

Lokasi atau tempat menjadi salah satu faktor yang juga ikut menentukan kesuksesan perusahaan, ini dikarekan lokasi selalu erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan. Keputusan dalam pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang bersifat kapital intensif, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan dan juga menyeleksi lokasi yang responsif terhadap situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan di masa mendatang.

Elemen (*place*) yang masuk dalam Marketing mix bukan hanya diartikan sebagai tempat dimana usaha dijalankan, namun lebih luas lagi dimana "*place*" tersebut merupakan segala kegiatan penyaluran produk berupa barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen (distribusi).¹⁴ Menurut Philip Kotler distribusi adalah : "*The various the company undertakes to make the product accessible and available to target customer*". Berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 171.

¹⁴ Roni Mohamad dan Endang Rahim, "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah," (*Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo* Vol. 2, no. 1 (April 2021): 20.

untuk konsumen sasaran.¹⁵ Saluran distribusi merupakan saluran yang mengerahkan komoditas atau barang-barang hasil produksi anggota hingga ke konsumen akhir. Saluran distribusi diperlukan oleh setiap perusahaan, karena produsen menghasilkan produk dengan memberikan kegunaan bentuk bagi konsumen setelah sampai ketangannya, sedangkan lembaga penyalur memberi kegunaan waktu, tempat, dan pemilikan dari produk itu. Penyaluran sendiri merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Saluran distribusi sangat diperlukan karena produsen menghasilkan produk dengan memberikan kegunaan bentuk bagi konsumen setelah sampai ke tangannya.¹⁶

Adapun macam-macam saluran distribusi adalah sebagai berikut :

1) Produsen ke konsumen.

Produsen menjual secara langsung ke konsumen.

2) Produsen –Pengecer- Konsumen.

Pengecer membeli barang dari produsen dan menjualkan ke konsumen.

3) Produsen-Pedagang besar-Pengecer-Konsumen

¹⁵ Kotler P dan Armstrong G, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), 98.

¹⁶ Leka Ayu Mardasari, "Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Pada Konveksi Wijaya Di Desa Botoran Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)* Vol.07, no. 02 (November 2020): 115.

Produsen hanya menjual barang ke pedagang besar saja, pengecer tidak bisa membeli barang ke produsen secara langsung, dalam pembelian pengecer melayani pembelian dari konsumen.

4) Produsen-Agen-Pengecer-Konsumen

Produsen menggunakan perantara agen untuk mencapai pengecer besar maupun kecil sekaligus pada konsumen.

5) Produsen-Agen-Pedagang besar-Pengecer-Konsumen

Produsen menggunakan perantara agen dan pedagang besar untuk menyalurkan barang ke pengecer dan konsumen.¹⁷

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi ialah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, yang sifatnya mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar konsumen bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.¹⁸ Dalam memasarkan produknya, perusahaan haruslah aktif mengkomunikasikan tentang perusahaan maupun produk yang dijualnya kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen mengetahui dan memperoleh informasi tentang produk yang dijual oleh perusahaan tersebut. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi. Promosi menjadi salah

¹⁷ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS Cempaka Putih, 2013), 175.

¹⁸ Mardasari, "Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Pada Konveksi Wijaya Di Desa Botoran Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam," 116.

satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran dalam perusahaan. Tujuan utama adanya promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan target market tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.¹⁹ Menurut Prof. Dr. Sofjan Assauri, M.B.A, kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan menggunakan acuan/bauran promosi yang terdiri dari:²⁰

- 1) *Advertensi*, merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang di biayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non personal.
- 2) *Personal selling*, merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan.
- 3) *Sales promotion*, merupakan segala kegiatan pemasaran yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen pameran, pertunjukan dan lainnya.
- 4) *Publicity*, merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara nonpersonal dengan membuat berita yang bersifat komersial tentang produk dalam media cetak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.

¹⁹ Sunjoto, "Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010)," 49–50.

²⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 268.

B. Konsep Pemberdayaan

1. Pengertian Pemberdayaan

Kata pemberdayaan adalah terjemahan dari istilah bahasa Inggris yaitu *empowerment*. Pemberdayaan berasal dari kata *power* yang berarti kemampuan berbuat, mencapai, melakukan, atau memungkinkan. Awalan *em* berasal dari bahasa Latin dan Yunani yang berarti didalamnya, karena itu pemberdayaan dapat berarti kekuatan dari dalam.²¹

Pemberdayaan dapat diartikan sebagai suatu pelimpahan atau pemberian kekuatan (*power*) yang akan menghasilkan hierarki kekuatan dan ketiadaan kekuatan, seperti yang dikemukakan Simon bahwa pemberdayaannya merupakan suatu aktivitas refleksi, suatu proses yang mampu diinisiasikan dan dipertahankan hanya oleh agen atau subyek yang mencari kekuatan atau penentuan diri sendiri (*self-determination*). Setimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar "daya" yang berarti kekuatan atau kemampuan. Bertolak dari pengertian tersebut, maka pemberdayaan dimaknai sebagai proses untuk memperoleh daya, kekuatan atau kemampuan, dan atau proses pemberian daya, kekuatan atau kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya.²²

Berdasarkan beberapa pengertian pemberdayaan yang dikemukakan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada hakekatnya

²¹ Lili Badriah, Muhammad Zen, dan M. Hudri, *Zakat Dan Wirausaha* (Jakarta: CED, 2005), 53.

²² Kesi Widjajanti, "Model Pemberdayaan Masyarakat," *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 12, no. 1 (Juni 2011): 16.

pemberdayaan adalah suatu proses dan upaya untuk memperoleh atau memberikan daya, kekuatan atau kemampuan kepada individu dan masyarakat lemah agar dapat mengidentifikasi, menganalisis, menetapkan kebutuhan dan potensi serta masalah yang dihadapi dan sekaligus memilih alternatif pemecahannya dengan mengoptimalkan sumber daya dan potensi yang dimiliki secara mandiri.

2. Unsur-unsur Pemberdayaan

Upaya pemberdayaan masyarakat perlu memperhatikan sedikitnya memiliki 4 (empat) unsur pokok, yaitu :

- a. Aksesibilitas informasi, karena informasi merupakan kekuasaan baru kaitannya dengan peluang, layanan, penegakan hukum, efektifitas negosiasi, dan akuntabilitas.
- b. Keterlibatan atau partisipasi, yang menyangkut siapa yang dilibatkan dan bagaimana mereka terlibat dalam keseluruhan proses pembangunan.
- c. Akuntabilitas, kaitannya dengan pertanggung jawaban publik atas segala kegiatan yang dilakukan dengan mengatasnamakan rakyat.
- d. Kapasitas organisasi lokal, kaitannya dengan kemampuan bekerjasama, mengorganisir warga masyarakat, serta memobilisasi sumberdaya untuk memecahkan masalah-masalah yang mereka hadapi.²³

²³ Suharto, *Membangun Memberdayakan Masyarakat*, 2010, 63.

3. Tujuan Pemberdayaan

Tujuan-tujuan pemberdayaan masyarakat meliputi beragam perbaikan diantaranya :

- a. Perbaikan pendidikan (*better education*) dalam arti bahwa pemberdayaan harus dirancang sebagai suatu bentuk pendidikan yang lebih baik.
- b. Perbaikan aksesibilitas dengan tumbuh dan berkembangnya semangat seumur hidup, diharapkan akan memperbaiki aksesibilitasnya, utamanya tentang aksesibilitas dengan sumber informasi/inovasi, sumber pembiayaan, penyedia produk dan peralatan, lembaga pemasaran.
- c. Perbaikan tindakan (*better action*) yaitu dengan berbekal perbaikan pendidikan dan perbaikan aksesibilitas dengan beragam sumberdaya yang lebih baik.
- d. Perbaikan kelembagaan (*better institution*) dengan perbaikan kegiatan/tindakan yang dilakukan, diharapkan akan memperbaiki kelembagaan, termasuk pengembangan jejaring kemitraan-usaha.
- e. Perbaikan usaha (*better business*) perbaikan pendidikan (semangat belajar), perbaikan aksesibilitas, kegiatan, dan perbaikan kelembagaan, diharapkan akan memperbaiki bisnis yang dilakukan.
- f. Perbaikan pendapatan (*better income*) dengan terjadinya perbaikan bisnis yang dilakukan, diharapkan akan dapat memperbaiki pendapatan yang diperolehnya, termasuk pendapatan keluarga dan masyarakatnya.

- g. Perbaikan lingkungan (*better environment*) perbaikan pendapatan diharapkan dapat memperbaiki lingkungan (fisik dan sosial), karena kerusakan lingkungan seringkali disebabkan oleh kemiskinan atau pendapatan yang terbatas.
- h. Perbaikan kehidupan (*better living*) tingkat pendapatan dan keadaan lingkungan yang membaik, diharapkan dapat memperbaiki keadaan kehidupan setiap keluarga dan masyarakat.
- i. Perbaikan masyarakat (*better community*) keadaan kehidupan yang lebih baik, yang didukung oleh lingkungan (fisik dan sosial) yang lebih baik, diharapkan akan terwujud kehidupan masyarakat yang lebih baik pula.²⁴

²⁴ Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Persepektif Kebijakan Publik* (Bandung: Alfabeta, 2015), 111–15.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Menurut Abdurrahmat Fathoni, penelitian lapangan yaitu “suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah”.¹ Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian ke lapangan untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana strategi pengembangan bisnis di PP Gapsera Sejahtera Mandiri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah dan mendapatkan informasi yang sesuai dengan kenyataan (riil) yang ada di lapangan.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif*. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat.²

¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96.

² Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), 157.

Data yang dihasilkan dari penelitian ini, yaitu data *kualitatif*. Menurut Suharsimi Arikunto data yang bersifat *kualitatif* yaitu “data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan”.³ Sehingga dapat disimpulkan *deskriptif kualitatif* adalah penelitian yang menggambarkan suatu kejadian yang diungkapkan dengan kata-kata untuk memperoleh kesimpulan.

Berdasarkan uraian, diatas dapat dipahami bahwa penelitian *deskriptif kualitatif* ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi pengembangan bisnis PP Gapsera Sejahtera Mandiri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah melalui program pemberdayaan Laznas BSM Umat yang digambarkan dalam kata-kata untuk memperoleh kesimpulan.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diambil dari sumber data pertama atau sumber di lapangan.⁴ Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama.⁵ Pada penelitian ini, data primer digunakan untuk memperoleh informasi strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di PP Gapsera Sejahtera Mandiri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. Adapun

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cet Ke-XIV* (Jakarta: Renika Cipta, 2010), 22.

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Prenamedia Group, 2013), 128.

⁵ Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2014), 157.

yang menjadi sumber data primer pada penelitian ini berjumlah 7 orang yang terdiri dari Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri, 2 orang karyawan Pabrik PP Gapsera Sejahtera Mandiri dan 4 orang petani anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁶ Sumber data sekunder dapat membantu memberikan keterangan-keterangan atau data pelengkap sebagai referensi. Pengumpulan data ini dilakukan dengan teknik studi pustaka dan membuka situs-situs internet yang berhubungan dengan penelitian. Peneliti juga memakai jurnal-jurnal yang sudah ada untuk melengkapi daftar referensi dan membantu proses penelitian. Sumber data sekunder pada penelitian ini meliputi buku-buku, majalah, jurnal, dan internet, yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

1. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang, atas dasar ketersediaan dan setting alamiah, dimana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami.⁷

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin, yakni teknik wawancara yang dilakukan dengan membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.⁸ Pertanyaan yang akan diajukan kepada reponden telah disiapkan secara sistematis dan fleksibel sehingga mudah untuk diolah kembali. Mengenai hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan ketua, karyawan, dan anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah..

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, berarti: barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penulis mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, foto-foto dan sebagainya.⁹ Dalam hal ini dokumentasi yang digunakan peneliti adalah dokumen-dokumen dan foto-foto baik itu

⁷ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 31.

⁸ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cet Ke-XIV*, 199.

⁹ Arikunto, 201.

berupa awal berdirinya Perkumpulan Pokok Tani Gapsera Sejahtera Mandiri serta foto-foto penelitian.

C. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁰ Analisis data berfungsi untuk memberi arti, makna dan nilai yang terkandung dalam data itu.¹¹

Analisis data yang digunakan disini adalah analisa data kualitatif. Langkah-langkah analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Sugiono adalah sebagai berikut.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan yaitu pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan. Analisis data pada penelitian kualitatif, dilakukan

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 244.

¹¹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 109.

pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.¹²

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Menurut Sugiyono, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.¹³

3. *Data display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.¹⁴ Pada tahap ini peneliti menyajikan data-data yang telah direduksi ke dalam laporan secara sistematis.

4. *Conclusion* (Pengambilan Kesimpulan)

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 246.

¹³ Sugiyono, 247.

¹⁴ Sugiyono, 249.

kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan.¹⁵

Adapun analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode berpikir induktif, yaitu metode yang membahas masalah khusus menuju ke arah kesimpulan yang bersifat umum.¹⁶ Pada penelitian ini, data yang telah diproses dengan langkah-langkah seperti di atas, kemudian ditarik kesimpulan secara kritis dengan menggunakan metode induktif yang berangkat dari hal-hal yang bersifat khusus untuk memperoleh kesimpulan umum yang objektif. Setelah itu, kesimpulan yang telah dibuat kemudian diverifikasi dengan cara melihat kembali pada hasil reduksi dan display data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari permasalahan penelitian.

¹⁵ Sugiyono, 252.

¹⁶ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Reasearch* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 42.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PP Gapsera Sejahtera Mandiri

1. Profil PP Gapsera Sejahtera Mandiri

PP Gapsera Sejahtera Mandiri atau Perkumpulan Pokok Tani Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan perkumpulan pokok tani yang membudidayakan dan memproduksi beras organik dan non organik. PP Gapsera Sejahtera Mandiri berdiri pada tahun 2018 dan terletak di desa Rejo Asri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. PP Gapsera Sejahtera Mandiri lahir karena adanya kesadaran akan pentingnya budidaya tanaman pangan (Padi) secara ramah lingkungan / sehat, yang tidak merusak lingkungan , tidak menimbulkan residu racun pada produk yang dihasilkan, dari kesadaran itu maka ada 100 orang petani yang menginginkan terbentuknya lembaga pertanian yang fokus melakukan usaha tani padi ramah lingkungan dari mulai hulu (budidaya) hingga hilir (pengolahan hasil dan pemasaran).

Dukungan pembentukan lembaga ini didasari karena adanya dukungan dan pembinaan dari Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Bangun Sejahtera Mitra Umat / Laznas BSM Umat yang telah memberikan bantuan / hibah berupa zakat produktif kepada 100 anggota petani anggota yang dikategorikan sebagai petani kurang sejahtera melalui program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri (Desa BSM) pada tahun 2018.

PP Gapsera Sejahtera Mandiri memiliki kewajiban untuk memberikan modal pinjaman yang tidak berbunga kepada setiap petani pada saat musim tanam untuk memenuhi kebutuhan para petani anggota, selain itu lembaga melalui koordinator budidaya mempunyai kewajiban untuk *monitoring* dan penyediaan agen hayati dan pestisida nabati untuk pengendalian hama dan penyakit pada tanaman padi. PP Gapsera Sejahtera Mandiri juga mempunyai kewajiban untuk membeli gabah para petani anggota dengan selisih lebih tinggi Rp. 500,- /kg dari gabah umum.

Pada masa awal produksinya, PP Gapsera Sejahtera Mandiri memproduksi beras dari jenis varietas padi yang biasa ditanam oleh para petani. Namun seiring dengan perkembangannya, PP Gapsera Sejahtera Mandiri memproduksi beras yang berasal dari varietas padi yang diminati oleh konsumen dipasaran. Hasil produksi beras yang diberi merk “Beramera” ini awalnya hanya dipasarkan disekitar wilayah Lampung, namun seiring dengan berkembangnya usaha PP Gapsera Sejahtera Mandiri, produk yang diproduksi mulai dipasarkan ke luar kota seperti Jakarta, Bogor, Bandung, Palembang dan Bengkulu. PP Gapsera Sejahtera Mandiri mulai beroperasi pada pukul 08.00-16.30 yang kegiatannya meliputi menjemur padi yang akan digiling kemudian setelah kering padi melalui proses penggilingan dan pengemasan.

2. Program Pemberdayaan LAZNAS BSM Umat

Lembaga Amil Zakat Nasional Bangun Sejahtera Mitra Umat (Laznas BSM Umat) didirikan pada tanggal 21 November 2001 dan disahkan oleh Departemen Agama RI sebagai lembaga amil zakat nasional melalui SK Menag No. 406 tahun 2002 pada tanggal 17 September 2002. Laznas BSM Umat hadir dengan tujuan mengoptimalkan potensi dan menghimpun dana ZIS (Zakat, Infaq, Shadaqah) serta donasi sosial lainnya dengan sasaran muzakki/donatur perorangan maupun perusahaan. Dalam aktifitas pengelolaan dan penyaluran dana kepada ashnaf mustahik, Laznas BSM Umat mendasari programnya untuk menyantuni dan memberdayakan potensi para mustahik. Sehingga mustahik memiliki peluang dan mampu bersaing mengangkat derajat kehidupan yang lebih baik lagi.

Program penyaluran dan pendayagunaan Laznas BSM Umat tersebar di beberapa bidang, yaitu Pendidikan, Sosial, Dakwah, Kesehatan, Ekonomi, Kemanusiaan dan Wakaf Al Qur'an. Dalam mewujudkan Visi dan Misi Laznas BSM Umat yang dilandasi pada nilai-nilai pengelolaan amil zakat, Laznas BSM Umat telah menyalurkan dana ZIS dan dana sosial lainnya dalam program unggulan yang salah satunya adalah program mitra umat.¹

Penyaluran dana zakat infaq shadaqah yang bertujuan untuk mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat dengan menciptakan unit-unit usaha yang potensial. Program Mitra Umat disalurkan dalam bentuk

¹ Laznas BSM Umat, "Laporan Tahunan Laznas BSM Umat," 63.

pemberian bantuan permodalan, pelatihan, pendampingan dan sebagainya. Pada tahun 2018, Laznas BSM Umat telah menyalurkan dana untuk pemberdayaan umat melalui program Mitra Umat sebesar Rp10.103.392.099,-. Kegiatan tersebut telah disalurkan kepada 356 orang dan 8 lembaga. Program mitra umat memiliki empat program unggulan yang terdiri dari Desa Berdaya Sejahtera Mandiri, Sentra Jamur Mandiri, Gerobak Berkah, dan Mitra UKM Mandiri.²

Program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri merupakan program yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (mustahik) dengan mengoptimalkan sumber daya ekonomi lokal melalui penerapan teknologi yang tepat guna, peningkatan nilai tambah produk, penguatan aspek kelembagaan serta pemasaran. Pelaksanaan program ini difokuskan pada pengembangan sektor usaha di wilayah desa, seperti pertanian, peternakan dan perkebunan. Sedangkan program sentra jamur mandiri merupakan unit sosial bisnis Yayasan sebagai pusat pengembangan budi daya jamur dan produksi baglog, sentra jamur juga diarahkan sebagai kawasan wisata edukasi serta pusat pelatihan budi daya jamur. Selain itu terdapat program gerobak berkah yang merupakan program pemberian gerobak kepada para pedagang kecil. Dan program mitra UKM Mandiri yang merupakan program yang bertujuan memfasilitasi penguatan pada usaha kecil dan menengah (UKM) yang memiliki potensi pengembangan,

² Laznas BSM Umat, 68–69.

melalui peningkatan kualitas produk, pengembangan jaringan pasar, serta penguatan kelembagaan untuk kemudahan akses permodalan (*bankable*).

Kegiatan pada program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri meliputi survey potensi desa, survey potensi mustahik, dan pelaksanaan program dengan pemberian bantuan usaha (modal kerja dan investasi), pelatihan, pendampingan, pembentukan kelembagaan, monitoring, serta pelaporan. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan pendapatan mustahik sehingga dapat menjadi muzakki (*Mustahik Move To Muzakki*). Adapun indikator keberhasilan dari program ini adalah bahwasannya pendapatan mustahik naik sebesar 1 (satu) kali pendapatan awal atau 1 (satu) kali dari UMK wilayah setempat.³

Laznas BSM Umat telah menganggarkan dana program Mitra Desa Mandiri sebesar Rp9.443.650.000,-. Adapun penerima manfaat dari program Mitra Desa Mandiri adalah Ashnaf Miskin di 3 (tiga) Desa meliputi: 100 orang petani di Desa Rejo Asri, Lampung Tengah, 50 orang peternak kambing di Desa Kedarpan, Purbalingga, dan 50 orang peternak sapi potong di Desa Jati, Trenggalek. Realisasi penyaluran dana melalui program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri tahun 2018 ini mencapai Rp8.813.917.943,- yang artinya melebihi dari target dengan penerima manfaat sebanyak 200 orang dengan 3 lembaga yang tersebar di wilayah Lampung, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.⁴

³ Laznas BSM Umat, 70.

⁴ Laznas BSM Umat, 70.

3. Visi dan Misi PP Gapsera Sejahtera Mandiri

a. Visi

Mewujudkan usaha pertanian yang berdaya, sejahtera, mandiri, dengan orientasi pemberdayaan, kearifan lokal, dan berkelanjutan.

b. Misi

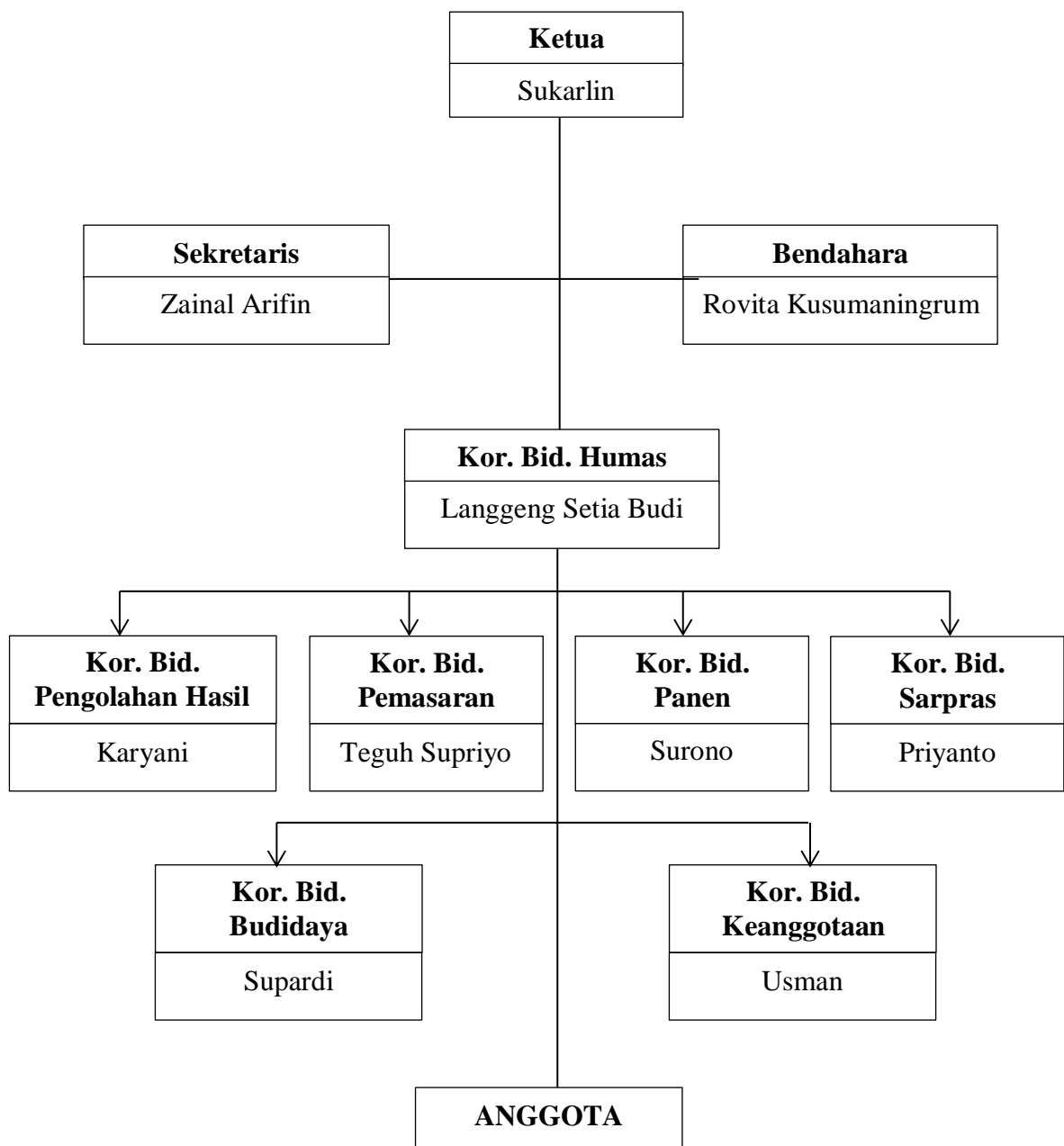
- 1) Menumbuh kembangkan kelompok dan dalam usaha dibidang pertanian ramah lingkungan yang berkelanjutan.
- 2) Meningkatkan kapasitas pengetahuan dan sikap tentang pertanian ramah lingkungan yang berkelanjutan.
- 3) Membangun aliansi strategis (jaringan) dengan berbagai pihak untuk memperkuat posisi tawar petani dan perusahaan dengan model kerjasama yang saling menguntungkan.
- 4) Mengelola usaha dalam bidang pertanian demi kemajuan petani dan perusahaan dengan berorientasi pada bisnis yang profit-benefit, mengalami pertumbuhan, keberlangsungan dan keberkahan.
- 5) Mendorong terciptanya iklim pertanian yang sehat (ramah lingkungan) dengan menjadi perintis dalam penggunaan input pertanian yang tidak berbahaya dan berbasis pada sumberdaya alam lokal.
- 6) Menumbuhkan jiwa kewirausahaan (*entrepreneur*) dibidang pertanian dan turunannya.

4. Struktur Organisasi

Adapun Struktur organisasi yang ada pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri adalah sebagai berikut.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PP Gapsera Sejahtera Mandiri



B. Strategi Pengembangan Bisnis PP Gapsera Sejahtera Mandiri

PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan salah satu lembaga yang menerima bantuan dari program LAZNAS BSM Umat yaitu Program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri. Program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri merupakan program pendayagunaan dana zakat dengan konsep pemberdayaan ekonomi mustahik. Program Desa Berdaya Sejahtera Mandiri bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat (mustahik) dengan fasilitasi penguatan atau optimalisasi pada sumberdaya ekonomi lokal melalui penerapan teknologi tepat guna, peningkatan nilai tambah produk, penguatan aspek kelembagaan serta pemasaran. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan pendapatan mustahik sehingga dapat menjadi muzakki (*Mustahik Move To Muzakki*) dan indikator keberhasilan program pendapatan mustahik naik sebesar 1 (satu) kali pendapatan awal.

LAZNAS BSM Umat memberikan bantuan modal usaha sebesar Rp 2.583.500.000,- kepada PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang kemudian digunakan untuk mengembangkan usaha dan membantu para anggotanya yang berjumlah 100 orang petani kurang sejahtera untuk membudidayakan padi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan para petani. PP Gapsera Sejahtera Mandiri memberikan fasilitas berupa peminjaman modal kepada para anggotanya tanpa dikenakan biaya tambahan atau bunga namun dengan ketentuan bahwasannya dalam proses pembudidayaan dan penanaman padi mengikuti petunjuk dan arahan dari PP Gapsera Sejahtera Mandiri seperti benih dan jenis pupuk yang sudah ditentukan. Selain memberikan bantuan

modal, PP Gapsera Sejahtera Mandiri juga menyediakan fasilitas lahan seluas 0,25 hektare bagi petani yang ingin menanam padi namun tidak memiliki lahan tanpa harus membayar biaya sewa selama masa penanaman. Nantinya hasil panen para anggota akan dibeli dengan selisih harga lebih tinggi Rp. 500 /kg dari gabah umum. Namun jika dalam budidaya padi yang dilakukan tidak mengikuti arahan dan jenis padi yang telah ditentukan maka akan dibeli dengan harga yang sama dengan harga gabah umum. Hasil panen nantinya akan dijual ke PP Gapsera Sejahtera Mandiri dan akan dipotong sebesar 5% untuk keperluan zakat sehingga para petani yang awalnya menjadi mustahik (penerima) akan menjadi muzakki (pemberi). Hasil pemotongan padi para anggota tersebut kemudian dihimpun dan kemudian disalurkan dalam bentuk bantuan uang, beras atau bantuan lainnya untuk membantu masyarakat sekitar yang kekurangan dan membutuhkan bantuan.

Dalam mengembangkan usaha tentunya terdapat strategi yang harus diterapkan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. PP Gapsera dalam kegiatan usahanya menerapkan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran. Adapun bauran pemasaran pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

1. Produk

Produk merupakan unsur pertama dan terpenting dalam bauran pemasaran. PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan lembaga tani yang membudidayakan padi kemudian mengolahnya menjadi produk beras. Produk yang dimiliki oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan

produk yang berkualitas baik dan bagus. Berdasarkan wawancara dengan Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri diperoleh informasi bahwasannya produk beras yang ada pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri pada awalnya hanya memiliki satu produk yaitu Berasera Non-pes (non-pestisida) yang merupakan beras yang berasal dari budidaya padi tanpa menggunakan pestisida kimia. Namun seiring dengan berjalannya waktu, PP Gapsera mulai menambah varian produknya yaitu Berasera Organik, Berasera Premium, Berasera Medium/Super Slay, dan Berasera Merah/Hitam Organik.

”Produk kami itu pada awalnya hanya satu yaitu Berasera Non-pes, namun seiring dengan berjalannya waktu dan adanya permintaan dari pelanggan, akhirnya menambah varian produk yaitu Berasera Organik, Berasera Premium, Berasera Medium/Super Slay dan Beras Merah/Hitam Organik”⁵

Produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang awalnya hanya memiliki satu jenis produk kini memiliki 5 jenis produk. Semua varian produk beras yang diproduksi berasal dari padi yang dibudidayakan oleh anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri dan membeli padi dari para petani/agen. PP Gapsera Sejahtera Mandiri menekankan pada kualitas yang terbaik pada padi yang digunakan dengan melewati proses penjemuran, penggilingan dan pengemasan. Untuk padi yang digunakan pada produk Berasera Organik dan Non-Pes menggunakan jenis varietas

⁵ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri, Pada 27 Oktober 2022.

padi *local aromatic* yaitu Padi Rojo Lele , Pandan Wangi, Mentik Wangi Dan Sintanur. Sedangkan pada produk Berasera yang lainnya menggunakan jenis padi varietas Ciherang, Inpari, dan Padi Ciliwung. Berikut penjelasan Bapak Sukarlin mengenai varietas padi yang digunakan pada produknya tersebut.

*“Kami menggunakan varietas padi yang unggul dan berkualitas, untuk produk organik dan non pestisida kami menggunakan varietas local aromatic yaitu Padi Rojo Lele , Pandan Wangi, Mentik Wangi Dan Sintanur. Sedangkan untuk yang jenis produk yang lainnya menggunakan jenis padi varietas Ciherang, Inpari, dan Padi Ciliwung”*⁶

Jenis padi yang digunakan pada masing-masing produk memiliki ciri khas tersendiri seperti pada padi organik dan non-pes dengan ciri memiliki aroma yang *aromatic* dan memiliki rasa yang sedikit manis. Sedangkan pada produk lainnya memiliki ciri khas nasi yang pulen dan enak. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Syarif selaku karyawan berikut.

”Kami pakai jenis yang bagus dan berkualitas biar produk yang dihasilkan juga bagus dan berkualitas. Seperti produk organik dan non-pes yang punya aroma aromatic dan rasanya sedikit manis. Kalau produk lainnya pakai padi yang nasinya itu pulen”

Bapak Syarif juga menambahkan bahwasannya:

⁶ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri,. Pada 27 Oktober 2022.

“Kami menjunjung kualitas produk yang baik dan bagus agar bisa bertahan ditengah persaingan pasar.”⁷

Dari penjelasan diatas, pemilihan jenis varietas padi digunakan untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik sehingga para konsumen puas dengan produknya. Dengan adanya produk yang berkualitas membuat PP Gapsera Sejahtera Mandiri mampu meningkatkan penjualannya dan dapat bertahan ditengah persaingan pasar.

Produk pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri sudah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia dengan nomor daftar No. 02060013620519. Selain itu, PP Gapsera Sejahtera Mandiri juga sudah memiliki sertifikasi dari Kementerian Pertanian, Sertifikasi Produk Organik, dan Sertifikasi Bebas Pestisida sehingganya produk yang dimiliki PP Gapsera Sejahtera Mandiri sudah terbukti halal dan aman untuk dikonsumsi. Seperti yang dituturkan oleh Bapak Sukarlin selaku ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri berikut.

“Produk kami sudah memiliki sertifikat dari MUI, selain itu juga ada sertifikasi dari Kementan, sertifikasi produk organik dari Inofice dan sertifikasi bebas pestisida dari Sucofindo sehingga produk kami halal dan aman untuk dikonsumsi”⁸

Dari wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa produk yang dihasilkan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan produk

⁷ Hasil Wawancara Bapak Syarif Karyawan PP Gapsera Sejahtera Mandiri, Pada Oktober 2022.

⁸ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri, Pada 27 Oktober 2022.

yang berkualitas, halal dan aman dikonsumsi. Hal tersebut menjadi strategi produk yang diterapkan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri dalam memasarkan produknya.

2. Harga

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi adanya permintaan. Agar suatu perusahaan dapat sukses dalam memasarkan produknya, maka perusahaan tersebut harus menetapkan harganya secara tepat. PP Gapsera Sejahtera Mandiri menetapkan harga produknya berdasarkan hasil rendemen pada gabah/padi. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sukarlin berikut.

“Kami menetapkan harga dengan Uji rendemen. Input harga berapa lalu outputnya berapa kilo. Lalu ditetapkan harga produknya berdasarkan biaya operasionalnya ditambahkan dengan keuntungan yang akan diambil. Produk kita itu masih terjangkau yang sepadan sama kualitas produk yang bagus dan bermutu”⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwasannya dalam menerapkan harga produk, PP Gapsera menghitung berdasarkan dari uji rendemen. Rendemen merupakan berat beras dari 100 Kg gabah sesudah dikurangi penyusutan kadar air dan kulit gabah ketika dilakukan proses penggilingan atau berat beras yang dihasilkan dari penggilingan gabah kering giling. Harga produk ditetapkan dengan menghitung harga

⁹ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri,. Pada 27 Oktober 2022.

gabah kering giling saat itu dengan jumlah rendemen pada gabah. Harga yang ditetapkan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri kemudian disesuaikan dengan harga produk yang ada dipasaran. Harga produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri memiliki harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produknya. Produk yang merupakan *best seller* atau yang paling banyak dipesan merupakan produk Berasera Medium/Super Slyp. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Syarif berikut.

“Produk yang paling banyak dipesan itu produk Berasera Medium/Super slyp untuk kalangan biasa. Untuk masyarakat menengah keatas itu biasanya yang beras premium yang bisa ditemukan di PB swalayan.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwasannya produk yang paling banyak dipesan merupakan produk jenis Berasera Medium/Super Slyp untuk kalangan masyarakat menengah kebawah. Sedangkan untuk masyarakat menengah keatas merupakan produk Berasera Premium yang dapat ditemukan di toko swalayan.

Tabel 1.1

Jenis Dan Harga Produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri

Jenis Produk	Harga
Berasera Organik 5 Kg	Rp.75.000,00
Berasera Non-Pes 5 Kg	Rp.65.000,00
Berasera Premium 5 Kg	Rp.52.500,00
Berasera Premium 10 Kg	Rp.105.000,00
Berasera Medium/Super Slyp 10 Kg	Rp.100.000,00
Berasera Merah/Hitam Organik 1 Kg	Rp.20.000,00

Sumber: Wawancara kepada Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri

3. Tempat/distribusi

Tempat merupakan lokasi dimana usaha tersebut dijalankan. Tempat secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi proses distribusi barang atau jasa dari pelaku usaha dan dapat juga mempengaruhi upaya dalam meningkatkan penjualan. Pemilihan lokasi berada di wilayah pedesaan tepatnya di desa Rejo Asri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. Lokasi pabrik PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang digunakan untuk memproduksi beras berada di desa yang dikelilingi oleh area persawahan sehingga memudahkan dalam proses produksi karena dekatnya sumber produksi dengan tempat produksi. Seperti yang dituturkan oleh Bapak Sukarlin selaku Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri.

“PP Gapsera kan sebelumnya adalah grup tani sekitar sini aja, jadi ya kami bangun pabrik juga sekitar sini, di wilayah pedesaan tempat tinggal. Para anggota juga area sawahnya disekitar sini, jadi kalau mau jual dan proses ke pabrik juga cepet karena nggak jauh dari area persawahan”¹⁰

Proses pendistribusian produk yang dilakukan oleh PP Gapsera dengan cara menjualnya melalui agen, pengecer dan *reseller*. Produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri juga dapat ditemukan di swalayan terdekat seperti PB Swalayan Punggur dan PB Swalayan Metro. Seperti yang dituturkan oleh Bapak Syarif selaku karyawan berikut.

¹⁰ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri,. Pada 27 Oktober 2022.

“Kami jualnya itu ke agen dan pengecer. Produk kami juga bisa ditemui di swalayan contohnya adalah PB Swalayan Punggur dan PB Swalayan Metro.”¹¹

Jumlah produk yang didistribusikan dan dijual akan disesuaikan dengan pesanan yang dibutuhkan untuk menghindari penumpukkan stok digudang. Penumpukkan stok digudang akan berakibat pada kualitas produk yang menurun. Untuk itu pihak pabrik hanya akan memproduksi dan mengisi stok jika terdapat pesanan, jika tidak mereka hanya akan memproduksi dengan jumlah yang terbatas. Hal ini seperti yang dituturkan oleh Bapak Sukarlin selaku Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri berikut ini.

“Kita produksi kalau ada pesanan aja, kalo ngga ada ya ngga produksi banyak-banyak. Soalnya dulu pernah pas awal kita mulai produksi dulu, cuman produksi aja tiap hari meskipun ngga ada pesenan. Alhasil produknya numpuk digudang dan lama-lama jadi rusak dan nggak laku. Makanya sekarang kita produksi kalo ada pesenan aja, soalnya takut rugi kaya pas awal dulu”

Berdasarkan informasi diatas diketahui bahwasannya PP Gapsera Sejahtera Mandiri hanya akan memproduksi jika ada permintaan pesanan oleh agen, pengecer dan *reseller*. Hal ini dilakukan untuk mencegah kerugian seperti saat awal produksinya dahulu. Masyarakat yang berkeinginan untuk membeli produk PP Gapsera juga dapat mendatangi

¹¹ Hasil Wawancara Bapak Syarif Karyawan PP Gapsera Sejahtera Mandiri., Pada 27 Oktober 2022

lokasi pabrik. Seperti yang dituturkan oleh Bapak Syarif selaku karyawan berikut.

“Masyarakat umum dan masyarakat sekitar yang mau beli juga bisa datang ke pabrik atau pesen lewat WA (Whatsapp). Kalau pesen lewat WA biasanya kita kasih ketentuan minimal order 500 kilogram dan ada biaya ongkirnya. Nah kalau mau beli langsung ke pabrik juga bisa, tapi sih biasanya jarang kalau masyarakat sekitar sini, soalnya ya mayoritas disini kan petani dan menanam padi semua, jadi jarang ada yang beli. Kebanyakan masyarakat sini itu beli dedak dan merang aja”¹²

Berdasarkan informasi diatas dapat diketahui bahwasannya masyarakat sekitar yang berada di dekat lokasi pabrik jarang yang datang langsung ke pabrik untuk membeli produk. Hal ini dikarenakan mayoritas sekitar merupakan petani yang menanam padi. Kebanyakan masyarakat sekitar datang hanya untuk membeli dedak dan merang. Sedangkan untuk masyarakat umum yang enggan datang ke Pabrik dapat membeli di toko ataupun swalayan seperti pasar dan PB Swalayan karena produk Berasera tidak dapat dipesan dalam jumlah kurang dari 500 kilogram. Selain itu, produk Berasera juga tidak dijual di *e-commerce* karena berat pada ongkos pengiriman. Hal ini seperti yang disampaikan Saudari Rovita selaku karyawan berikut.

¹² Hasil Wawancara Bapak Syarif Karyawan PP Gapsera Sejahtera Mandiri,. Pada 27 Oktober 2022.

“Kami nggak jual di e-commerce kaya shopee, tokopedia dan lain-lain karena berat di ongkos kirimnya. Kalau mau beli bisa dikami tapi minimal ordernya 500 kilogram dan ongkos kirim nanti ditanggung pihak pembeli”¹³

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwasannya PP Gapsera melakukan distribusinya melalui agen, pengecer dan *reseller*. masyarakat umum dapat membeli langsung di pabrik ataupun melalui toko beras dan swalayan karena pihak PP Gapsera tidak menjual produknya melalui *e-commerce*.

4. Promosi

Promosi merupakan bentuk pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan target market tentang perusahaan. Dalam melakukan promosi, PP Gapsera Sejahtera Mandiri mempromosikan produknya dengan mengikuti kegiatan event-event dan festival di wilayah Lampung. Seperti yang dituturkan oleh Bapak Sukarlin selaku Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri berikut.

“Kami promosi dengan ikut kegiatan event-event di Lampung seperti kegiatan Festival Lampung Syariah, Pekan Raya Lampung dan Lampung Begawi. Biasanya kami mendirikan stand diacara-acara tersebut. Nanti kalau ada calon pembeli yang datang ya kami jelaskan mengenai keunggulan produknya apa

¹³ Hasil Wawancara Saudari Rovita Karyawan PP Gapsera Sejahtera Mandiri, Pada 27 Oktober 2022.

saja, terus manfaatnya apa. Selain ikut event, kami juga promosi lewat media sosial kaya Whatsapp, Instagram dan Facebook”¹⁴

Berdasarkan informasi yang diperoleh diatas, dapat diketahui bahwasannya promosi yang dilakukan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri dilakukan dengan cara mengikuti berbagai kegiatan event-event yang diselenggarakan di wilayah Lampung. Promosi dilakukan dengan cara menjelaskan manfaat dan keunggulan produk kepada para calon pembelinya. Selain mengikuti kegiatan tersebut, promosi juga dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram* dan *Facebook*. Akun Instagram PP Gapsera Sejahtera Mandiri dapat dikunjungi melalui instagram dengan nama akun @ppgapserasejahtera yang memiliki jumlah pengikut 304 orang sedangkan akun Facebook dapat dikunjungi melalui laman PP Gapsera Sejahtera Mandiri dengan jumlah pengikut 209 orang. Promosi yang dilakukan dimedia sosial dinilai masih kurang efektif karena masih minimnya pesanan yang dipesan melalui media sosial tersebut. Hal ini disampaikan oleh Bapak Sukarlin berikut ini.

“Kalau pesenan dari promosi dimedia sosial itu masih sedikit yang tertarik. Biasanya yang pesan itu ya yang mereka udah kenal dan tau tentang kami. Kaya pengecer dan distributor yang memang dari awal sudah bekerja sama”¹⁵

¹⁴ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri,. Pada 27 Oktober 2022.

¹⁵ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri,. Pada 27 Oktober 2022.

Berdasarkan informasi diatas, promosi yang dilakukan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri melalui media sosial dinilai masih kurang. Kebanyakan yang memesan merupakan para distributor dan pengecer yang bekerja sama sejak awal pendiriannya.

“Selain dimedia sosial, promosi itu dilakukan oleh para agen yang melakukan promosi dimasyarakat dan komunitas-komunitas dengan menjelaskan produk organik dan produk gapsera lainnya”¹⁶

Selain mengikuti kegiatan event dan media sosial, promosi yang dilakukan selebihnya dilakukan oleh para agen yang menjelaskan mengenai produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri kepada masyarakat umum dan komunitas-komunitas masyarakat lainnya.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwasannya penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri berupa produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, lokasi yang dekat dengan sumber produksi dan promosi yang dilakukan dengan mengikuti event dan media sosial.

Penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri telah mampu meningkatkan penjualan. Berikut dapat dilihat data penjualan PP Gapsera Sejahtera Mandiri dari tahun 2019 sampai dengan 2022.

¹⁶ Hasil Wawancara Bapak Sukarlin Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri,. Pada 27 Oktober 2022.

Tabel 4.2
Data Penjualan PP Gapsera Sejahtera Mandiri Pertahun

No	Tahun	Hasil Penjualan
1	2019	47.472,6 Kg
2	2020	368.326,3 Kg
3	2021	685.441,22 Kg
4	2022	573.493,69 Kg

Sumber: Laporan Penjualan PP Gapsera Sejahtera Mandiri

Berdasarkan pada tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa penjualan pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri mengalami kenaikan disetiap tahunnya. Meskipun pada awalnya mengalami kerugian sebesar Rp.300.000.000 yang disebabkan oleh gagal panen para anggotanya dan kesalahan pada pemilihan varietas padi yang berakibat pada sedikitnya permintaan dan penumpukkan barang digudang. Peningkatan penjualan ini juga ikut serta meningkatkan kesejahteraan dan membantu perekonomian anggotanya yang tergabung dalam program pemberdayaan yang diberikan oleh LAZNAS BSM Umat.

Adapun hasil wawancara dengan petani anggota PP Gapsera adalah sebagai berikut.

1. Wawancara dengan Bapak Usman selaku petani anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri diperoleh informasi bahwasannya :

“Saya sudah bertani dari dulu, bisa dibilang sudah puluhan tahun. Semanjak jadi anggota Gapsera terbantu kalau misalnya lagi ngga ada uang buat nanam padi. Benih sama pupuk sudah disiapkan jadi ya

saya tinggal beli aja dari mereka. Kalau hasilnya nanti dijual ke mereka dengan harga yg lebih mahal. Nanti hasilnya juga dipotong 5% sama Gapsera untuk zakat dan bantuan. Jadi saya yang awalnya penerima bantuan kini jadi pemberi bantuan.”¹⁷

2. Wawancara dengan Bapak Edi selaku petani anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri

“Saya udah bertani sekitar 20 tahun. Kalau jadi anggota Gapsera udah tidak bingung lagi kalau misalnya ngga punya modal karena dari sana dimodalin. Selain itu juga pas budidaya padinya juga dibantu tentang cara budidaya yang benar biar nggak gagal panen. Hasil panen nantinya dibeli dengan harga selisih lebih mahal jadi hasilnya bisa untuk bantu ekonomi keluarga.”¹⁸

3. Wawancara dengan Bapak Karyani selaku petani anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri

“Saya bertani udah dari lama sekali, sudah 25 tahun-an mungkin. Ya alhamdulillah kebantu sekali, ekonomi keluarga juga lebih baik karena padi dibeli sama gapsera lebih mahal. Terus bisa jadi muzakki atau bisa bantu masyarakat sekitar juga, padahal dulu kan saya mustahik atau penerima bantuan tapi sekarang bisa jadi pemberi

¹⁷ Hasil Wawancara Bapak Usman Anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri, Pada 27 Oktober 2022.

¹⁸ Hasil Wawancara Bapak Edi Anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri, Pada 27 Oktober 2022.

bantuan ke masyarakat sekitar yang membutuhkan karena nantinya padi hasil panen saya dipotong untuk program tersebut.”¹⁹

4. Wawancara dengan Bapak Misnianto selaku petani anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri

“Saya udah bertani dari puluhan tahun mbak, dampak yang saya dapat ya lumayan setelah gabung di PP Gapsera salah satunya ya masalah modal buat nanam padi. Saya dulu tuh kadang modalnya ngga ada jadi minjem kesana kesini dan itupun ada tambahan biayanya atau bunga. Tapi setelah gabung di Gapsera jadi lumayan terbantu karena mereka ngasih modal tanpa ada biaya tambahannya sama sekali. Selain itu juga mereka beli hasil panen padi lebih mahal dari padi umumnya. Jadi bener-bener membantu perekonomian keluarga saya.”²⁰

Berdasarkan dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri mengalami perkembangan ekonomi dan kesejahteraan keluarga. Akan tetapi terdapat kendala-kendala yang dihadapi oleh PP Gapsera yaitu berupa kurangnya fasilitas yang dimiliki untuk memenuhi permintaan pasar, promosi produk yang kurang efektif serta pesaing yang lebih dulu menguasai harga dan pasar.

¹⁹ Hasil Wawancara Bapak Karyani Anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri, Pada 28 Oktober 2022.

²⁰ Hasil Wawancara Bapak Misnianto Anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri, Pada 29 Oktober 2022.

C. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Program Pemberdayaan LAZNAS BSM Umat

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu rencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Sebelum melakukan tindakan usaha, penyusunan strategi perlu dilakukan untuk menunjukkan arahan umum yang hendak oleh perusahaan sehingga usaha dapat berkembang dimasa yang akan datang. Strategi pengembangan bisnis pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri terdiri dari analisis SWOT dan bauran pemasaran yang diterapkan.

1. Analisis SWOT

Pada pengembangan suatu usaha terdapat faktor yang perlu diperhatikan dan diperbaiki agar perkembangan usaha berjalan dengan baik. Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan. Hasil analisis merupakan arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada dengan mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman sehingga bisnis tetap bertahan dan berkembang ditengah persaingan pasar.

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan. Kekuatan yang dimiliki oleh PP Gapsera Sejahtera

Mandiri dalam menjalankan usahanya berpengaruh terhadap pengembangan usaha pada saat ini. Adapun kekuatan-kekuatan tersebut antara lain sebagai berikut.

- 1) Memiliki bahan baku yang berkualitas. Bahan baku yang digunakan merupakan padi hasil budidaya anggota dan mitra PP Gapsera Sejahtera Mandiri dengan kualitas yang baik dan berkualitas.
- 2) Memiliki banyak mitra yang tergabung dengan PP Gapsera Sejahtera Mandiri. PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan lembaga petani yang dibentuk atas dasar program pemberdayaan. Pemberdayaan ini membuat mitra dan PP Gapsera Sejahtera Mandiri saling mendukung antara satu sama lain. Mitra PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan para pegiat dan petani organik. Hasil budidaya para mitra juga akan dibeli dengan selisih harga yang lebih tinggi seperti halnya para anggota yaitu dibeli dengan lebih mahal sebesar Rp.500/kg dari gabah umum.

b. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan yang ada pada perusahaan yang menjadi penghalang bagi kinerja perusahaan. Kelemahan yang terdapat pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri antara lain sebagai berikut.

- 1) PP Gapsera memiliki lahan atau tempat yang terbatas untuk penjemuran padi. Selain itu penjemuran padi masih bergantung

pada sinar matahari. PP Gapsera sebenarnya sudah memiliki alat oven untuk membantu pengeringan padi namun tetap harus dibantu oleh sinar matahari agar padi yang dijemur memiliki kadar air yang sesuai yaitu sebesar 13%. Jika cuaca hujan maka akan memperlambat proses penjemuran yang mengakibatkan proses produksi akan memakan waktu yang lebih lama sehingga kesulitan memenuhi permintaan para agen/pengecer yang memesan produk mereka karena tidak adanya tempat untuk menjemur padi.

- 2) PP Gapsera Sejahtera Mandiri memiliki kapasitas yang sempit untuk menyimpan bahan baku dan stok produk. Keterbatasan pada tempat penyimpanan dan stok produk yang dimiliki membuat PP Gapsera Sejahtera Mandiri memiliki keterbatasan dalam produksi dan tidak mampu memenuhi permintaan para agen, pengecer dan *reseller*.
- 3) Sumber daya manusia yang masih rendah dalam bidang pemasaran dan bisnis. Anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri memiliki pengetahuan yang masih rendah mengenai bisnis dan pemasaran. Program pelatihan yang diikuti selama ini merupakan pelatihan dan pemberian arahan dibidang budidaya pertanian bukan bidang pemasaran dan bisnis.

- 4) Pemanfaatan teknologi informasi yang belum maksimal seperti penggunaan iklan dimedia sosial sebagai promosi produk yang masih belum efektif.

c. Peluang (*Opportunity*)

Peluang merupakan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Peluang yang terdapat pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri antara lain sebagai berikut.

- 1) Terletak pada produk beras organik dan beras non-pestisida. Persaingan pada produk tersebut masih kecil karena PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan satu-satunya lembaga pokok tani atau gabungan pokok tani yang memproduksi beras organik dan beras non-pestisida yang sudah memiliki sertifikat halal MUI dan sertikasi bebas kimia dalam jumlah yang besar diwilayah Lampung. PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan satu-satunya gabungan pokok tani yang memproduksi beras organik dan beras non-pestisida dari budidaya sampai pengolahan produknya.
- 2) Mendapatkan dukungan dari berbagai instansi dan aparat pemerintahan seperti Penyuluh BPP Kecamatan Seputih Raman, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Kabupaten Lampung Tengah. Dukungan yang diterima PP Gapsera Sejahtera Mandiri berupa bantuan fasilitas alat produksi dan memberikan arahan serta pelatihan mengenai bidang pertanian.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman bisa menjadi hambatan bagi perusahaan jika tidak diatasi. Ancaman yang dihadapi oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri yaitu adanya pesaing yang lebih besar yang telah dulu menguasai pasar. Selain itu karena harga padi yang fluktuatif membuat PP Gapsera Sejahtera Mandiri terkadang kesulitan untuk menyesuaikan harga produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri dengan harga produk dipasaran dan harga yang patok oleh pesaingnya.

2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. PP Gapsera Sejahtera Mandiri menerapkan bauran pemasaran sebagai salah satu cara untuk mengembangkan bisnisnya. Strategi pengembangan bisnis yang dilakukan PP Gapsera Sejahtera Mandiri melalui bauran pemasaran adalah sebagai berikut.

a. Produk

Produk merupakan salah satu elemen penting karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang ditawarkan kepada konsumen. Keunggulan suatu produk menjadi salah satu faktor penentu dari kesuksesan yang diukur dengan jumlah penjualan. Pengembangan pada produk dilakukan untuk membuat produk laku dipasaran.

Pengembangan produk yang dilakukan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri adalah dengan cara memperbaiki kemasan dan memperbanyak varian produk mereka dengan menggunakan varietas padi yang unggul dan berkualitas. PP Gapsera Sejahtera Mandiri dalam mengembangkan produknya telah sesuai dengan syariat islam dengan menjaga kualitas produksi dimana produk yang dijual menggunakan bahan baku yang tidak membahayakan konsumen. Produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri telah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia yang menandakan bahan dan proses produksi sesuai dengan syariat islam.

b. Penetapan Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga merupakan faktor yang penting karena mempengaruhi adanya permintaan, posisi persaingan dan pangsa pasar. Dalam penjualan, penetapan harga harus dilakukan secara tepat agar perusahaan sukses dalam memasarkan produknya.

Strategi penetapan harga yang ditetapkan PP Gapsera Sejahtera Mandiri adalah dengan menggunakan penetapan harga berdasarkan pembelian bahan baku, persediaan, total biaya produksi dan margin keuntungan sampai penetapan harga jual produk. Penetapan harga berdasarkan kualitas produk dengan harga yang kompetitif dengan produk pesaing lainnya. Harga yang

ditawarkan relatif masih terjangkau dengan harga varian produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri berkisaran Rp.20.000-Rp.105.000 tergantung pada varian dan berat produk.

c. Tempat/distribusi

Lokasi atau tempat menjadi salah satu faktor yang menentukan kesuksesan perusahaan. Pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang. Oleh karena itu harus benar-benar dipertimbangkan sebab tempat merupakan letak dimana usaha dijalankan dan penyaluran produk dari produsen ke konsumen (distribusi). Distribusi mencakup berbagai kegiatan yang dilakukan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran. PP Gapsera Sejahtera Mandiri mendistribusikan produknya melalui saluran distribusi produknya dengan cara menjualnya melalui agen, pengecer dan *reseller* . Selain itu PP Gapsera Sejahtera Mandiri juga memasarkan produknya ke swalayan terdekat seperti PB Swalayan Punggur dan PB Swalayan Metro. Jumlah produk yang didistribusikan akan disesuaikan dengan pesanan yang dibutuhkan untuk menghindari penumpukkan stok digudang. Dari sisi lokasi PP Gapsera Sejahtera Mandiri terletak dipedesaan yang membutuhkan akses masuk kedalam. Hal ini menyebabkan konsumen yang ingin membeli produk secara langsung ke pabrik kesulitan untuk mencari lokasi pabrik. PP Gapsera Sejahtera Mandiri menyediakan jasa kirim bagi

pembeli yang enggan untuk datang ke pabrik dengan minimal order sebesar 500 kg dengan ongkos kirim ditanggung oleh pembeli. Jika kurang dari itu, maka pembeli tidak dapat melakukan pemesanan lewat online karena PP Gapsera juga tidak menjual produknya melalui aplikasi *e-commerce* karena terkendala ongkos biaya pengiriman yang mahal.

d. Promosi

Promosi merupakan aktivitas bagian dari pemasaran. Promosi berusaha menyebarkan informasi kepada para konsumen agar tertarik dan bersedia untuk membeli suatu produk. Promosi menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan program pemasaran dalam suatu perusahaan. PP Gapsera Sejahtera Mandiri menerapkan strategi promosi pada produknya melalui *personal selling*. Promosi melalui *personal selling* dilakukan dimana pihak PP Gapsera Sejahtera Mandiri melakukan interaksi langsung dengan calon konsumen saat mengikuti kegiatan pameran dan event-event dengan menjelaskan dan memaparkan mengenai produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri. Selain itu, PP Gapsera Sejahtera Mandiri juga mempromosikan produknya melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp*. Namun promosi yang dilakukan melalui media sosial ini masih kurang efektif karena masih minimnya orderan yang diterima dari pengguna media sosial mereka. Selain itu pemanfaatan promosi di *e-*

commerce yang tidak dimanfaatkan dengan baik karena adanya kendala pada ongkos pengiriman sehingga pelanggan tidak dapat memesan melalui aplikasi populer seperti *Shopee*, *Tokopedia* dan *e-commerce* lainnya.

3. Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu rencana yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan efektifitas dan kesempatan bisnis ditengah persaingan pasar dengan tujuan agar dapat mempertahankan kelangsungan bisnis dan mencapai kesuksesan. Adapun strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri adalah sebagai berikut.

a. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk di segmen pasar baru maupun wilayah area geografis pasar yang baru. PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang pada awalnya memasarkan produknya di wilayah Lampung kini mulai memasarkan produknya di luar Lampung. Perluasan pemasaran yang dilakukan bersama dengan bantuan LAZNAS BSM Umat dengan menjangkau wilayah Bengkulu, Jakarta, Bogor, Bandung, Bengkulu dan Palembang. Pengembangan pasar yang dilakukan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran pada produknya.

b. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk merupakan strategi yang digunakan untuk bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar dengan tambahan pilihan produk baru. Dalam hal ini, PP Gapsera Sejahtera Mandiri menambahkan pilihan produk barunya dari yang awalnya hanya memiliki satu jenis produk kini memiliki lima jenis produk.

c. Strategi Inovasi

Strategi inovasi merupakan strategi yang berkaitan dengan penciptaan pada produk baru yang berkaitan dengan inovasi atau perubahan. PP Gapsera Sejahtera Mandiri menerapkan strategi inovasi berupa perubahan pada kemasan produknya. Kemasan produk yang dimiliki oleh PP Gapsera sebelumnya memiliki kekurangan yang membuat produk menjadi kurang menarik minat konsumen. Kemasan pada awalnya memakai tinta yang mudah luntur ketika terkena panas yang akhirnya membuat tinta menjadi menempel dengan kemasan yang lain. PP Gapsera kemudian melakukan inovasi dengan menggunakan kemasan yang lebih baik dengan menggunakan tinta yang tidak mudah luntur sehingga kemasan tetap terlihat baik dan menarik.

Berdasarkan pada penjelasan yang telah dipaparkan diatas dapat diketahui bahwasannya strategi pengembangan yang diterapkan pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri mengalami kemajuan akibat adanya inovasi dan

evaluasi pada produknya. Pengembangan yang dilakukan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri juga ikut serta berperan dalam peningkatan kesejahteraan para anggotanya. Adapun strategi pengembangan yang diterapkan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk dan strategi inovasi. PP Gapsera Sejahtera Mandiri menambahkan varian pada produknya, melakukan perluasan pasar dan melakukan inovasi pada kemasan produknya. Strategi pengembangan bisnis PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang diterapkan mampu meningkatkan penjualan pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri. Akan tetapi PP Gapsera Sejahtera Mandiri masih memiliki kendala berupa lahan atau tempat yang terbatas untuk penjemuran padi, memiliki kapasitas yang sempit untuk menyimpan bahan baku dan stok produk, sumber daya manusia yang masih rendah dan pemanfaatan teknologi yang belum maksimal. Selain itu, bauran promosi yang dilakukan melalui promosi media sosial yang diterapkan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri masih belum maksimal dan kurang efektif untuk menarik minat konsumen karena terbatasnya kemampuan Sumber Daya Manusia yang ada dalam memanfaatkan teknologi sebagai media promosi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di PP Gapsera Sejahtera Mandiri merupakan strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk dan strategi inovasi. Strategi pengembangan produk yang dilakukan yaitu dengan menambahkan produk baru, melakukan perluasan pasar dan melakukan inovasi pada kemasan produknya. Strategi pengembangan bisnis PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang diterapkan mampu meningkatkan penjualan pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri yang terlihat dari meningkatnya kesejahteraan para anggotanya.

Akan tetapi PP Gapsera Sejahtera Mandiri masih memiliki kendala berupa lahan atau tempat yang terbatas untuk penjemuran padi, memiliki kapasitas yang sempit untuk menyimpan bahan baku dan stok produk, sumber daya manusia yang masih rendah dan pemanfaatan teknologi yang belum maksimal. Selain itu, bauran promosi yang dilakukan melalui promosi media sosial yang diterapkan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri masih belum maksimal dan kurang efektif untuk menarik minat konsumen karena terbatasnya kemampuan Sumber Daya Manusia yang ada dalam memanfaatkan teknologi sebagai media promosi. Sedangkan ancaman yang dihadapi oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri yaitu adanya pesaing yang lebih dulu menguasai pasar dan harga padi yang fluktuatif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan, maka peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut:

1. PP Gapsera Sejahtera Mandiri perlu mengikuti pelatihan atau pembinaan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai dunia bisnis dan pemasaran karena selama ini yang diikuti adalah pelatihan mengenai bidang pertanian. Untuk itu perlu adanya pelatihan dan pembinaan mengenai dunia bisnis dan pemasaran agar dapat merancang strategi pengembangan bisnis yang lebih baik sehingga dapat bertahan dan bersaing dipasaran.
2. PP Gapsera Sejahtera Mandiri dalam melakukan promosi yang dilakukan dimedia sosial masih kurang efektif, untuk itu perlu adanya promosi yang lebih efektif berupa iklan dimedia sosial agar promosi yang dilakukan lebih efektif dan memiliki jangkauan promosi serta daya beli yang lebih luas.
3. PP Gapsera Sejahtera Mandiri perlu melakukan penjualan secara online melalui *e-commerce* untuk meningkatkan daya beli masyarakat dan memperluas pemasaran agar konsumen mudah dalam melakukan pembelian produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Bandung: CV Alfabeta, 2010.
- Afridhal, Muhammad. "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen." *Jurnal S. Pertanian* Vol. 1, no. 3 (2017).
- Alma, Buchari, dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cet Ke-XIV*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- . *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Badriah, Lili, Muhammad Zen, dan M. Hudri. *Zakat Dan Wirausaha*. Jakarta: CED, 2005.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenamedia Group, 2013.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Hadi, Sutrisno. *Metodelogi Reasearch*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Husni, M. *Manajemen Strategi*. Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2009.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Laznas BSM Umat. "Laporan Tahunan Laznas BSM Umat," 2018.

- Mardasari, Leka Ayu. "Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Pada Konveksi Wijaya Di Desa Botoran Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)* Vol.07, no. 02 (November 2020).
- Mardikanto, Totok, dan Poerwoko Soebianto. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Persepektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Mohamad, Roni, dan Endang Rahim. "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah." (*Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo* Vol. 2, no. 1 (April 2021).
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2014.
- Nuryani, Annisa. "Strategi Pengembangan Bisnis Etalase Pada Toko Intan Kaca Kecamatan Sungai Rumbai Kabupaten Dharmasraya." IAIN Batu Sangkar, 2021.
- P, Kotler, dan Armstrong G. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. "Buletin Konsumsi Pangan" Vol. 4, no. 2 (2013).
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Robinson, Pearce. *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, Dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- S Barusman, M Yusuf, Indriati Agustina Gultom, Ahmad Cucus, dan Appin Purisky Redaputri. "Program Peningkatan Kesejahteraan Petani Di Lampung." *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)* Vol. 5, no. 4 (2021).
- Selang, Christian. "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado." *Jurnal EMBA* Vol.1, no. 3 (Juni 2013).
- Setiawan, Arif. "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu." Universitas Lampung, 2016.
- Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

- Sridewi, Novia. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat." UIN Matraam, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suharto. *Membangun Memberdayakan Masyarakat*, 2010.
- Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003.
- Sunjoto, Arie Rachmat. "Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010)." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Vol.1, no. 2 (Desember 2011).
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS Cempaka Putih, 2013.
- Taufiqurokhman. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016.
- Widjajanti, Kesi. "Model Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 12, no. 1 (Juni 2011).
- Wulandari, Laila. "Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake Dan Bakery Untuk Meningkatkan Pendapatan Karyawan." IAIN Metro, 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3460/In.28.1/J/TL.00/10/2022
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Rina El Maza (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **FIRA ANGGRAINI**
NPM : 1804101048
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSERA SEJAHTERA
MANDIRI MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM
UMAT

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 13 Oktober 2022
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

OUTLINE

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSER SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM UMAT

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Bisnis

1. Pengertian Strategi Pengembangan Bisnis
2. Analisis SWOT
3. Bauran Pemasaran

B. Konsep Pemberdayaan

1. Pengertian Pemberdayaan
2. Prinsip Pemberdayaan
3. Tujuan Pemberdayaan

C. Program Pemberdayaan LAZNAS BSM Umat

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum PP Gapsera Sejahteta Mandiri
- B. Strategi Pengembangan Bisnis PP Gapsera Sejahteta Mandiri Melalui Program Pemberdayaan LAZNAS BSM Umat
- C. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PP Gapsera Sejahteta Mandiri Melalui Program Pemberdayaan LAZNAS BSM Umat

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Mengetahui,

Dosen Pembimbing,



Rina El Maza, S.H.L., M.S.I.
NIP. 19840123 200912 200 5

Metro, Juli 2022

Peneliti



Fira Anggraini
NPM.1804101048

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSERA SEJAHTERA
MANDIRI MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM
UMAT

A. Wawancara

1. Wawancara dengan Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - b. Bisnis apakah yang dijalankan oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - c. Apa saja produk-produk yang ada pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - d. Bagaimana strategi pengembangan produk yang dilakukan PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - e. Bagaimana strategi dalam menetapkan harga produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - f. Bagaimana cara mendistribusikan produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - g. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - h. Apakah jenis dari program pemberdayaan yang diberikan LAZNAS BSM Umat kepada PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - i. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang digunakan PP Gapsera Sejahtera Mandiri dalam mengembangkan usahanya?

- j. Apa yang menjadi kekuatan/keunggulan bagi PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - k. Apakah kelemahan yang dimiliki oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - l. Apakah peluang yang dimiliki oleh PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - m. Apakah yang menjadi ancaman bagi PP Gapsera Sejahtera dalam menjalankan usaha ini?
2. Wawancara kepada Karyawan Pabrik PP Gapsera Sejahtera Mandiri
- a. Sudah berapa lama anda bekerja disini?
 - b. Bagaimana tahapan dalam proses pengolahan produk pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri?
 - c. Produk apa yang sering dipesan oleh konsumen?
3. Wawancara kepada Petani Anggota PP Gapsera Sejahtera Mandiri
- a. Sudah berapa lama anda mulai bertani?
 - b. Apakah dampak yang anda rasakan sebelum dan sesudah bergabung dengan PP Gapsera Sejahtera?
 - c. Apakah dengan adanya program pemberdayaan pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri tersebut dapat membantu perekonomian keluarga?

B. Dokumentasi

1. Data yang berkaitan dengan profil PP Gapsera Sejahtera Mandiri
2. Dokumentasi saat proses wawancara dengan responden

Mengetahui,

Dosen Pembimbing,



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19840123 200912 200 5

Metro, Juli 2022

Peneliti



Fira Anggraini
NPM.1804101048



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3594/In.28/D.1/TL.00/10/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN PP GAPSER
SEJAHTERA MANDIRI
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3593/In.28/D.1/TL.01/10/2022,
tanggal 21 Oktober 2022 atas nama saudara:

Nama : **FIRA ANGGRAINI**
NPM : 1804101048
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PP GAPSER SEJAHTERA MANDIRI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PP GAPSER SEJAHTERA MANDIRI MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN LAZNAS BSM UMAT" .

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 21 Oktober 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



PP GAP SERA SEJAHTERA MANDIRI

RT 010 RW 002 Kampung rejo asri kecamatan seputih raman kabupaten lampung tengah
Kode pos 34155 email : gapserasejahteramandiri@gmail.com

Rejo Asri, 24 Oktober 2022

Kepada Yth,

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan IAIN Metro

Ditempat

Perihal : **Izin Research**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya . Semoga Bapak senantiasa dalam keadaan sehat walafiat dan dapat menjalankan aktivitas dengan baik dan lancar.

Berdasarkan surat saudara Nomor : B-3594/In.28/D.1/TL.00/10/2022 tanggal 21 Oktober 2022 perihal perihal izin research atas nama saudara:

Nama : Fira Anggraini

NPM :1804101048

Semester : 9 (Sembilan)

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa tersebut diatas dapat melakukan research/survey pada PP Gapsera Sejahtera Mandiri, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi dengan judul “ Strategi Pengembangan Bisnis PP Gapsera Sejahtera Mandiri Melalui Program Pemberdayaan Laznas BSM Umat”.

Demikian kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

PP GAP SERA SEJAHTERA MANDIRI


SUKARLIN
Ketua
PERKUMPULAN POKTAN
GAP SERA
SEJAHTERA MANDIRI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1377/In.28/S/U.1/OT.01/11/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Fira Anggraini
NPM : 1804101048
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1804101048

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 16 November 2022
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me. *ff.*
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Fira Angraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1804101048 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
①	Kamis, 16/2021 10/9	- Perbaiki Outline 1) Tambahkan materi Etika Bisnis Islam (Pengertian etika bisnis Islam dan etika bisnis Islam dalam strategi Pemasaran Islam)	
②	Jumat, 17/2021 10/9	- Acc Outline	
③	Selasa, 19/2021 10/9	- Perbaiki BAB I 1) Urgensi Strategi pemasaran untuk usaha 2) Narasikan strategi pemasaran dalam etika bisnis Islam 3) Narasikan hasil Prasurvey dan Strategi Pemasarannya yg digunakan	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Fira Angraini
NPM. 1804101048



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Fira Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1804101048 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
4	Rabu 10/11/2021	Perbaiki BAB I 1). Persingkat Prolog, langsung ke strategi pemasaran secara singkat (deskripsi saja) 2). Deskripsi strategi pemasaran deskripsi singkat 3). Hasil pra survey (d disesuaikan)	
5	19/11/2021	Perbaiki BAB I 1). Penambahan mengenai perkembangan beras organik di Indonesia 2). Tambahkan data mengenai beras organik di Lampung	
6	28/12/2021	ACC BAB I → BAB II (Lanjut BAB 3)	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Fira Anggraini
NPM. 1804101048



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Fira Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1804101048 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
⑦	14 / 2022 / 01	Perbaiki BAB II - penambahan kesimpulan pengertan menurut peneliti	
⑧	19 / 2022 / 01	BAB II → BAB III	
⑨	25 / 2022 / 01	Perbaiki BAB III - Font huruf ada yang ukurannya beda	
⑩	28 / 2022 / 01	Acc bab I - III	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Fira Anggraini
NPM. 1804101048



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fira Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1804101048 Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis, 20/10/22	- Acc Outline - Acc APD	
2.	Senin 07/11/22	- Digali lebih dalam lagi mengenai bauran Pemasarannya dan analisis SWOT lalu kemandirian hasilnya dianalisis dengan teori	
3	Jumat 11/10/22	- Tambahkan jumlah bantuan yang diberikan LAZNAS Bsm Umat kepada Gapsera - Berapa jumlah followers media sosial Miik Gapsera - Jelaskan bantuan yg diberikan gapsera kepada petani - Dan strategi bauran pemasaran yg digambarkan, yg paling efektif yg mana	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Fira Anggraini
NPM. 1804101048



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fira Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1804101048 Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Ace bab IV - V dapat dimuna & syah kan.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

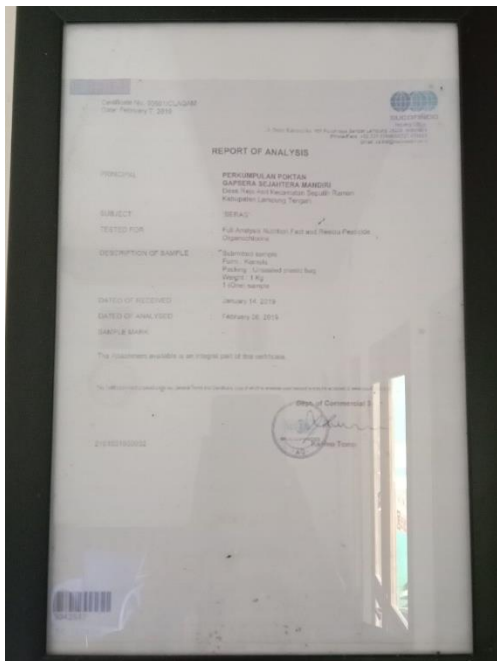
Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Fira Anggraini
NPM. 1804101048

FOTO-FOTO PENELITIAN



Profil PP Gapsera Sejahtera Mandiri



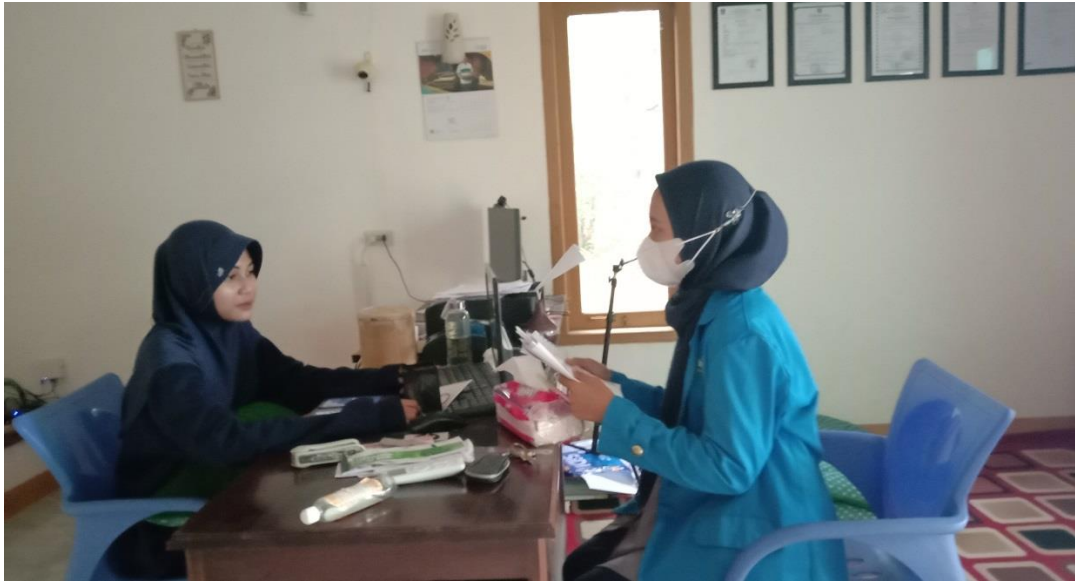
Sertifikat produk PP Gapsera Sejahtera Mandiri



Wawancara dengan Bapak Sukarlin selaku Ketua PP Gapsera Sejahtera Mandiri



Wawancara dengan Bapak Syarif selaku karyawan PP Gapesera Sejahtera Mandiri



Wawancara dengan Saudari Rovita selaku karyawan PP Gapesera Sejahtera Mandiri



Wawancara dengan Bapak Usman selaku petani anggota PP Gapesera Sejahtera Mandiri



Wawancara dengan Bapak Edi selaku petani anggota PP Gapesera Sejahtera Mandiri



Wawancara dengan Bapak Karyani selaku petani anggota PP Gapesera Sejahtera Mandiri



Wawancara dengan Bapak Misnianto selaku petani anggota PP Gapesera Sejahtera Mandiri

RIWAYAT HIDUP



Fira Anggraini dilahirkan di Rejo Asri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 20 April 2000. Peneliti merupakan putri pertama dari dua bersaudara pasangan dari Bapak Yuniara dan Ibu Patonah. Bertempat tinggal di Desa Rejo Asri Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung.

Peneliti menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 1 Rejo Asri di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah pada tahun 2012. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 2 Kota Gajah di Kecamatan Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah dan tamat pada tahun 2015 kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Kota Gajah dan tamat pada tahun 2018.

Kemudian pada tahun 2018 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Studi Perbankan Syariah (Pbs). Pada akhir masa studi peneliti mempersembahkan Skripsi yang berjudul : **“Strategi Pengembangan Bisnis PP Gapsera Sejahtera Mandiri Melalui Program LAZNAS BSM Umat”**