

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Pengertian Strategi**

Strategi merupakan suatu alat yang kegunaannya untuk mengukur pencapaian perusahaan dalam jangka panjang. Suatu perusahaan menerapkan strategi-strategi tersebut untuk lebih meningkatkan nilai perusahaan kepada konsumennya. Dalam menerapkan strategi juga membutuhkan sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang memadai. Karena perusahaan selalu membutuhkan dengan jumlah yang sangat besar. Strategi juga merupakan langkah-langkah untuk memajukan suatu perusahaan agar menjadi lebih efektif.<sup>12</sup>

Tidak hanya perusahaan saja namun juga strategi pada pengembangan produk harus dipasarkan dengan lebih modern yang dapat dijangkau oleh masyarakat yang lebih luas. Karena saat ini komunikasi sudah berkembang dengan pesat. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, pencapaian tersebut dalam hal pencapaian sasaran atau tujuan suatu perusahaan.

Di luar perusahaan banyak pesaing yang menunggu produk perusahaan mengalami penurunan, mulai dari pesaing kecil sampai pesaing yang besar.

---

<sup>12</sup> Kasnir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo persada, 2007), Hlm.171

Para pesaing baru dari waktu ke waktu selalu bermunculan, untuk memasarkan produk barunya yang dapat menarik banyak pelanggan. Pesaing-pesaing inilah yang dapat dikatakan sebagai penghambat untuk menjual produk kepelanggan.

Konsep strategi merupakan sebuah konsep yang perlu diterapkan oleh setiap pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Pimpinan perusahaan setiap hari berusaha mencari konsep-konsep dan kesesuaian antara kekuatan internal perusahaan dan kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Dalam melakukan pengamatan harus dilakukan secara hati-hati karena jika salah sekali dalam melakukan konsep strategi maka akan memberi kesempatan pesaing dalam memasarkan produknya.<sup>13</sup>

Sedangkan, manajemen strategis sendiri adalah sebuah studi tentang mengapa sebuah perusahaan mampu bersaing mengalahkan perusahaan lainnya. Manajer perlu menentukan bagaimana perusahaan bisa menciptakan keunggulan yang kompetitif yang tidak hanya unik dan berharga saja, tetapi juga sulit ditiru atau dicari substitusinya sehingga produk mampu bertahan lama.

Keunggulan produk yang mampu bertahan lama biasanya didapatkan dengan melakukan aktivitas yang berbeda dengan apa yang dilakukan oleh pesaing, atau melakukan aktivitas sama namun dengan cara yang berbeda. Manajemen strategis juga diartikan sebagai proses atau rangkaian kegiatan

---

<sup>13</sup> J. Winardi, *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, (Jakarta:Kencana. 2003), hal. 106

pengambilan keputusan yang bersifat menyeluruh, yang disertai dengan penetapan dan cara melaksanakannya, yang kegiatannya sudah diatur atau ditetapkan oleh pimpinan perusahaan dan seluruh jajaran perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>14</sup>

Manajemen strategis sangat dibutuhkan dalam segala bidang bisnis karena manajemen strategis berfokus pada upaya memadukan manajemen perusahaan, pemasaran, keuangan perusahaan, produksi/operasi, pengembangan dan sistem informasi manajemen dengan memperhatikan kondisi lingkungan dan tekanan strategis untuk mencapai keberhasilan perusahaan.

Tujuan manajemen strategis adalah untuk menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang dengan perencanaan jangka panjang.<sup>15</sup> Manajemen strategi memungkinkan suatu organisasi proaktif dalam membentuk masa depannya sehingga memungkinkan perusahaan untuk memulai dan mempengaruhi aktivitas perusahaan dengan memiliki kontrol terhadap masa depan perusahaannya. Manfaat utama dalam manajemen strategis telah membantu organisasi dalam menjalankan strategi yang lebih baik dengan menggunakan pendekatan sistematika, logis dan rasional untuk pilihan strateginya.

Proses manajemen strategi adalah proses yang tidak tetap dan akan berlangsung secara terus menerus. Proses manajemen strategi sangat

---

<sup>14</sup> Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), hal. 5

<sup>15</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), hal. 33

ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam menentukan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengatasi hambatan dan pencapaian peluang untuk memunculkan strategi-strategi baru guna untuk keberlangsungan hidup perusahaan<sup>16</sup>. Dalam melakukan perencanaan strategi harus terealisasi, dengan perencanaan yang terealisasi akan memunculkan ide-ide baru untuk lebih mempermudah pimpinan dalam menjalankan strategi bisnisnya. Tetapi beberapa perencanaan strategi mungkin tidak berhasil atau tidak terealisasi karena adanya permasalahan yang bermunculan dalam proses perencanaan strategi sedang berlangsung.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa dalam melakukan manajemen strategi, perusahaan melibatkan pengambilan keputusan berjangka panjang dan rumit serta membutuhkan sumberdaya yang besar. Setiap proses strategi tergantung dari kemampuan perusahaan dalam menganalisis kelemahan dan kekuatan dalam perusahaannya. Apabila perusahaan dapat menganalisis kelemahan dan kekuatan perusahaan maka pengusaha dapat menjalankan manajemen strategi dengan baik.

---

<sup>16</sup> R. Heru Kristanto, *Kewirausahaan (Entrepreneurship)*, (Yogyakarta:Graha Ilmu,2009), hal.

a. Macam-Macam Startegi

Menurut Rangkuti dalam bukunya, pada prinsipnya, strategi dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe yaitu sebagai berikut

1) Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, straregi pengembangan pasar, dan sebagainya.

2) Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi.

3) Strategi Bisnis

Strategi ini sering juga disebut strateg bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.<sup>17</sup>

b. Tahapan-Tahapan Manajemen Strategi

Adapun proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap yaitu sebagai berikut :

---

<sup>17</sup>David & Freddy Rangkuti, *Manajemen Startegis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2014), hlm. 6

### 1) Perumusan atau Perencanaan Strategi

Tahapan pertama ini adalah proses pembuatan perencanaan atau perumusan strategi dalam suatu perusahaan merupakan tahap awal yang tidak mudah. Dalam hal ini menentukan kegiatan yang meliputi upaya melihat kekuatan (*strength*) yang dimiliki perusahaan bukan hanya dan yang tersedia, melainkan juga kualitas sdm dan teknologi yang dimiliki perusahaan.

Dengan menganalisis secara strategi atas kekuatan dan kelemahan yang ada, selanjutnya dilihat dari peluang (*opportunity*) yang ada dan harus diraih. Perencanaan strategi disusun oleh pemimpin atas yang dibantu oleh para ahli perencanaan strategi.

### 2) Pelaksanaan Strategi

Setelah direncanakan selanjutnya adalah melaksanakan dari perencanaan tersebut. Sebelum dilaksanakan harus membuat kegiatan untuk mengarah atau memobilisasi seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan, mulai dari dana, sumber daya manusia, teknologi, dan lain lain, khususnya sumber daya manusia yang ditugaskan secara strategi dalam fungsinya masing-masing.

Semua sumber daya yang diperlukan dialokasikan tepat waktu dan tepat guna. Dalam hal ini juga diperlukan skill atau keterampilan para karyawan dengan kualitas operasional yang baik karena akan mendukung pelaksanaan dari perencanaan strategi agar berhasil optimum.

### 3) Pengawasan Evaluasi Strategi

Hal-hal penting dalam evaluasi strategi yaitu menilai hasil kerja secara keseluruhan, agar diperoleh hasil kerja yang sesuai dengan rencana strategi, menilai seluruh variable internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi rencana strategi yang sedang dilaksanakan dan evaluasi tersebut termasuk membuat koreksi yang terjadi agar sesuai dengan rencana strategi.<sup>18</sup>

#### c. Konsep-Konsep Strategi

##### 1) *Distinctive Competence*

Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki “*Distinctive Competence*”. Konsep ini menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. Menurut Day dan Wensley, identifikasi distinctive competence dalam suatu organisasi meliputi: keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya, dua faktor itu menyebabkan perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.<sup>19</sup>

Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing. Misalnya, menghasilkan produk

---

<sup>18</sup>Rahayu Puji Suci, *Esensi Manajemen Strategi*, (Sidoarjo, Zifatama, 2015), hlm. 8

<sup>19</sup>Angga Sulistiono, Mumuh Mulyana, *Strategi Pengembangan Pemasaran UKM Pengrajin Sepatu Sandal*, 2010, hlm 19

yang kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing dengan cara memahami secara detail keinginan konsumen, serta membuat program pemasaran yang lebih baik daripada program pesaing.

## 2) *Competitive Advantage*

Menurut Porter dalam buku Husein Umar ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu:

- a) Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*)
- b) Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*)
- c) Strategi Fokus (*Focus Strategy*)<sup>20</sup>

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai atau kualitas produk yang sama. Harga jual lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena dia memanfaatkan skala ekonomi, efisiensi produksi, penggunaan teknologi,

kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya. perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan

---

<sup>20</sup>*Ibid.*, hlm. 23



menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Misalnya, persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan brand image yang lebih unggul. Selain itu, strategi focus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan.

## 2. Pengembangan

### a. Pengertian Pengembangan

Menurut Sudjana dalam bukunya istilah pengembangan diambil dari bahasa Inggris yaitu *development*, yaitu proses, cara dan perbuatan mengembangkan.<sup>21</sup> Pengembangan didefinisikan sebagai usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai.<sup>22</sup> Pengembangan ini menekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan di masa yang akan datang yang dilakukan melalui pengintegrasian dengan kegiatan lain.

Sedangkan menurut Solihin dalam bukunya dijelaskan bahwa dalam melakukan pengembangan usaha (*business development*), seorang wirausahawan pada umumnya akan melakukan pengembangan

---

<sup>21</sup> Sudjana, Manajemen Program Pendidikan untuk Pendidikan Luar Sekolah dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, (Bandung: Falah Production, 2000), hlm 353

<sup>22</sup> Marihot Tua Efendi Hariandja, Manajemen Sumber Daya Manusia (pengadaan, pengembangan, pengkompensasian dan Peningkatan Produktivitas Pegawai), (Jakarta: PT. Grasindo, 2002), hlm. 168

kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha berikut :<sup>23</sup>

#### 1) Memiliki Ide Usaha

Usaha apapun yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan, pada mulanya berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausahawan.

#### 2) Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Ide usaha masih merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan. Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menerjemahkan ide usaha tersebut ke dalam konsep usaha yang merupakan penerjemahan lebih lanjut ide usaha ke dalam mitra-mitra bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha tersebut dapat dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun informal.

#### 3) Pengembangan Rencana Usaha

Wirausahawan adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi (orang, tenaga kerja, material, dan lain

---

<sup>23</sup>Ismail Solihin, Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus Edisi 1 Cet. ke- 1, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 123-126

sebagainya) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan proyeksi rugi-laba (*proforma income statement*) dari bisnis yang akan dijalankan. Proforma income statement merupakan income statement yang disusun berdasarkan perkiraan asumsi usaha yang akan terjadi di masa yang akan datang dan disusun berdasarkan data-data historis. Wirausahawan akan tergerak untuk menginvestasikan waktu, uang, dan sumber daya lain yang bisa ia peroleh apabila bisnis yang akan dia jalankan akan memberikan keuntungan.

- 4) Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausahawan akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha. Berdasarkan proses evaluasi dengan membandingkan hasil pelaksanaan usaha dengan target usaha yang telah dibuat dalam perencanaan usaha, seorang wirausahawan dapat mengetahui apakah bisnis yang dia jalankan dapat mencapai target yang diinginkan atau tidak. Melalui pelaksanaan kegiatan usaha, seorang

pengusaha juga akan memperoleh umpan balik (*feedback*) yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai perbaikan dalam pelaksanaan kegiatan usaha, penetapan tujuan-tujuan dan strategi-strategi usaha yang baru atau melakukan berbagai tindakan koreksi (*correction action*).

b. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha

Adapun jenis-jenis strategi dalam pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok strategi, yaitu sebagai berikut :

1) Strategi Integrasi Vertical (*Vertical Integration Strategy*)

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan/atau para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

2) Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

3) Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer. paling tidak ditinjau dari sisi

tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.<sup>24</sup>

#### 4) Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakantindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.

#### c. Faktor-Faktor yang Mendorong Perusahaan Melakukan Pengembangan

Pengembangan produk merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produk kearah yang lebih baik. Pengembangan produk ini menyangkut penawaran produk untuk diperbaiki dan disempurnakan agar perusahaan tetap bertahan dengan jangka panjang. Dengan mengadakan pengembangan produk, perusahaan dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pasar, serta dapat menambah ciri khas dari produk, menciptakan kualitas atau mutu pada produk agar dapat memuaskan konsumen.

Pengembangan produk biasanya dilakukan perusahaan dengan terus-menerus atau berkelanjutan, mulai dari produk apa yang dihasilkan dan perlu diadakan dipasaran, sampai keputusan untuk menghilangkan produk tertentu. Dalam melakukan pengembangan produk ini terdapat beberapa faktor yang mendorong perusahaan

---

<sup>24</sup>Husein Umar, *Strategic Management in Action*, ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 2001, hlm 35

melakukan pengembangan produk, baik dari faktor bersifat internal maupun eksternal.

Faktor internal yang mendorong perusahaan melakukan pengembangan produk adalah:

- 1) Terjadinya kelebihan kapasitas dalam perusahaan, untuk menghindari hal tersebut perusahaan perlu melakukan analisa dan mencari sebab-sebabnya dan perusahaan perlu mencari solusi dengan cara pengembangan produk.
- 2) Adanya hasil sampingan yang mungkin masih dapat dibuat dalam suatu jenis produk lain.
- 3) Adanya usaha untuk menggunakan bahan yang sudah ada dalam memproduksi suatu produk.

Faktor eksternal yang mendorong perusahaan melakukan pengembangan produk adalah:

- 1) Adanya persaingan yang ketat dan memiliki usaha produk yang sejenis dimana produk pesaing terlihat agak unggul
- 2) Adanya kemunduran permintaan terhadap produk karena adanya perbedaan harga dengan produk lain dengan sejenis yang lebih murah.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Sstrategi*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 220

#### d. Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Produk

Untuk menjalankan sebuah bisnis selalu mengalami hambatan-hambatan yang tidak diinginkan oleh perusahaan hambatan tersebut berasal dari dalam perusahaan dan diluar perusahaan, berikut faktor-faktor yang menghambat dalam melakukan pengembangan produk menurut Philip Kotler<sup>26</sup>, yaitu:

- 1) kurangnya gagasan perusahaan mengenai produk baru .
- 2) Pasar yang terbagi-bagi: pesaing yang semakin ketat menyebabkan pasar menjadi terbagi-bagi. Perusahaan harus bisa mengarahkan produk baru ke segmen pasar yang lebih kecil dalam hal itu berarti penjualan dan laba yang didapat diproduk baru juga lebih rendah.
- 3) Kendala sosial dan pemerintah: produk baru harus memenuhi kriteria dari segi keamanan konsumen dan keseimbangan lingkungan.
- 4) Mahalnya proses pengembnagan produk baru: produk baru banyak yang tidak berjalan karena hal tersebut, karena dalam membuat bisnis pengusaha hanya memiliki modal yang sedikit.
- 5) Kekurangan modal
- 6) Waktu pengembangan yang lebih singkat: waktu pengembangan produk perusahaan banyak yang tidak dapat menyelesaikan produknya.

---

<sup>26</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ..., hal .377

- 7) Siklus hidup produk yang lebih singkat: ketika suatu produk baru berhasil menarik konsumen, pesaing dengan cepat akan meniru.

### 3. Ikan Hias Koi

Ikan Koi merupakan salah satu ikan yang masih termasuk ke dalam satu strain dengan ikan mas. Ikan tersebut merupakan jenis ikan peliharaan yang sangat terkenal di negara Jepang karena kombinasi warna yang dimilikinya sangat menarik. Koi di Jepang dikenal dengan nama *Nishikigoi* dan mempunyai nama umum *Ornamental Common Carp/ Japanese Carp* serta sering disebut juga *fancy carp*.<sup>27</sup>

Koi merupakan hewan yang hidup di daerah beriklim sedang dan hidup pada perairan tawar. Mereka bisa hidup pada temperatur 8 °C – 30°C dengan pH 6.5 – 7.4. Suhu yang ideal untuk Koi yaitu sekitar 15°C - 25°C dengan pH ideal sekitar 7.2 – 7.4. Jenis kelamin Koi dapat dibedakan saat ikan tersebut dewasa, yaitu kurang lebih saat mencapai ukuran panjang 24 cm. Koi jantan mempunyai bentuk tubuh lebih ramping sedangkan Koi betina lebih gemuk dan sedikit. Koi berasal dari karper hitam, sehingga sistematik Koi dapat diklasifikasikan sebagai berikut.<sup>28</sup>

- a. Filum : *Chordata*
- b. Subfilum : *Vertebrata*
- c. Superkelas : *Gnathostomata*

---

<sup>27</sup> Karmila, M, *Fenotipe Warna Keturunan Diploid dan Triploid Hasil Persilangan Ikan Koi (Cyprinus carpio L.) Kohaku dan Sanke Betina dengan Jantan Shiromuji dan Jan tan Higo*. Skripsi. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor.2000. hlm. 44

<sup>28</sup>Bachtiar, Y, *Mencemerlangkan Warna Koi*. (Jakarta : AgroMedia Pustaka, 2002), hlm. 45



- d. Kelas : *Osteichthyes*
- e. Superordo : *Teleostei*
- f. Ordo : *Ostariophysi*
- g. Famili : *Cyprinidae*
- h. Genus : *Cyprinus*
- i. Spesies : *Cyprinus Carpio L.*

Ikan koi termasuk ke dalam golongan ikan carp (karper). Harga koi sangat ditentukan berdasarkan bentuk badan dan kualitas tampilan warna. Ikan koi pertama kali dikenal pada dinasti Chin tahun 265 dan 361 Masehi. Koi dengan keindahan warna dan tingkah laku seperti yang kita ketahui saat ini, mulain dikembangkan di Jepang 200 tahun yang lalu di pegunungan Niigata oleh pembudidya Yamakoshi.<sup>29</sup>

Menurut Susanto , tubuh ikan koi berbentuk seperti torpedo dengan alat gerak berupa sirip. Sirip-sirip yang melengkapi bentuk morfologi ikan koi adalah sirip punggung, sepasang sirip dada, sepasang sirip perut, sirip anus, dan sirip ekor.<sup>30</sup>

Adapun perkembangan ikan hias koi di Indonesia sendiri Dewasa ini terdapat ratusan bahkan lebih jenis ikan hias dari berbagainegara. Indonesia merupakan negara yang beruntung karena sebagian besar ikanhias yang ada merupakan ikan tropis sehingga di Indonesia terdapat banyak jenis ikan hias

---

<sup>29</sup>Twigg, *Mengenal Beberapa Jenis Koi*, (Yogyakarta, Kanisius, 2008), hlm. 56

<sup>30</sup>H. Susanto, *Koi*, (Jakarta : Penebar Swadaya, 1991), hlm. 14

yang dapat dibudidayakan. Indonesia merupakan negara tropis yang sangat cocok untuk budidaya berbagai jenis ikan hias air tawar dan iklimnya memungkinkan ikan hias tersebut dapat bereproduksi sepanjang tahun.<sup>31</sup>

Pada awalnya ikan koi hanya memiliki warna tunggal yaitu hitam (karasugoi dan sumigoi), merah (benigoi, higoi, akagoi), putih (shiomuji), keemasan (kingoi), dan putih keperakan (gingoi) dan disilangkan sehingga menghasilkan dua warna, tiga warna, lima warna dan multi warna. Seiring dengan perkembangan teknik budidaya, koi yang pada awalnya hanya memiliki satu warna saja saling disilangkan sehingga menghasilkan ikan koi yang memiliki dua warna, tiga warna, bahkan lima warna. Ikan ini dapat dipelihara hampir di semuapempat, gerak gerik ikan ini tampak simpatik, bahkan ada anggapan ikan koi dapat membawa keuntungan bagi pemiliknya.

Memelihara koi adalah hobi yang menyenangkan dan diyakini dapat mengurangi stress. Koi adalah ikan yang pintar dan bisa diajarkan untuk makandari tangan. Namun kadang seperti ikan rakus yang akan memakan semua apa saja yang dilempar ke kolam. Koi juga dapat mendengar dan akan merespon suarasiswa. Umumnya Koi mencapai ukuran 50% dari panjang ukuran koi dewasa dalam 24 bulan, biasanya pertumbuhannya tergantung dari besarnya media pemeliharaan. Juga faktor

---

<sup>31</sup>Efendi, *Budidaya Ikan Koi Eksotis Yang Menguntungkan*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 1993), hlm. 35

lain seperti kualitas air, oksigen, filtering, dan makanan. Garis keturunan Koi juga sangat berpengaruh erat dengan kualitasnya. Rata-rata ikan koi bisa hidup antara 20-30 tahun.

#### **4. Pendapatan**

##### **a. Pengertian Pendapatan**

Pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba.<sup>32</sup> Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang.

Bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Pendapatan masyarakat dikatakan sebagai penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh oleh seorang individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan kemudian guna untuk memenuhi kebutuhan.

Pendapatan perekonomian adalah arus yang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah dan gaji, bunga, sewa, dan laba. Bahwa pendapatan seseorang terdiri atas sewa upah atau gaji, bunga, laba perusahaan bukan perseroan, deviden dan pembayaran

---

<sup>32</sup> BN Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal 230.

transfer.<sup>33</sup> Pendapatan dapat diartikan sebagai penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara.<sup>34</sup>

Pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah tetapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian.<sup>35</sup> Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula.

Tingkat pendapatan perekonomian merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Demikian juga apabila pendapatan perekonomian masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.<sup>36</sup>

Tinggih rendahnya pengeluaran sangat tergantung pada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau

---

<sup>33</sup> Feny M. G dan very Y., *Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Di Desa Lolah II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa*, Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum, Vol. 1. Tahun 2014, hal 93

<sup>34</sup> Sodono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), hal 384.

<sup>35</sup> Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal 132.

<sup>36</sup> Mahyu Damil, *Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen*, Journal Ekonomika, Vol. IV No. 7:9

pendapatannya. Selain itu, pengalaman berusaha juga mempengaruhi pendapatan. Semakin baiknya pengalaman berusaha seseorang maka semakin besar peluang dalam meningkatkan pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktifitas sehingga pendapatan turut meningkat.

b. Macam-Macam Pendapatan

Imbalan atau upah yang diterima oleh pekerja dapat bermacam-macam tidak hanya berupa uang. Imbalan tersebut dapat berbentuk penghasilan riil maupun dalam bentuk kenyamanan kerja. Secara umum upah dapat digolongkan ke dalam empat bentuk yaitu :<sup>37</sup>

- 1) Upah atau gaji adalah suatu imbalan yang diperoleh orang setelah melakukan pekerjaan orang lain yang diberikan dalam waktu satu haru, satu minggu atau satu bulan.
- 2) Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
- 3) Pendapatan dari usaha lain, maksudnya pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang

---

<sup>37</sup>Lestari Sukarniati, Ekonomi Sumber Daya Manusia, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 72

dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun.

Adapun macam-macam pendapatan menurut perolehannya, terbagi dalam dua macam, yakni sebagai berikut :

- 1) Pendapatan kotor yaitu hasil penjualan barang dagangan atau jumlah omset penjualan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.
- 2) Pendapatan bersih yaitu penerimaan hasil penjualan dikurangi pembelian bahan, biaya transportasi, retibusi, dan biaya makan atau pendapatan total dimana total penerimaan dikurangi total biaya.

#### c. Kriteria Pendapatan

Berdasarkan penggolongannya, BAdan Pusat Statistik Membedakan Pendapatan menjadi empat golongan adalah :<sup>38</sup>

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000,00 per bulan.
- 2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 2.500.000,00 s/d Rp 3.500.000,00 per bulan
- 3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000,00 s/d Rp 2.500.000,00 per bulan.
- 4) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata Rp 1.500.000,00 per bulan.

---

<sup>38</sup>BPS, “Upah Minimum Regional/Provinsi (UMR/UMP) Perbulan (dalam rupiah)” dalam <http://www.bps.go.id> diakses pada 20 Agustus 2021 Pukul 08.55 WIB

#### d. Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan merupakan salah satu aspek untuk mengukur kebersihan pembangunan suatu wilayah, menjaga dan membina terjadinya stabilitas sosial dan ekonomi. Kondisi tersebut untuk meminimalkan terjadinya kesenjangan sosial dalam masyarakat. Pembangunan ekonomi pada wilayah itu sendiri merupakan upaya untuk menaikkan kualitas hidup suatu bangsa yang sering kali diukur dengan tinggi rendahnya pendapatan,, startegi pembangunan suatu wilayah dilakukan untuk menaikkan pendapatan nasional dan meningkatkan produktifitas.

Penyelenggaraan kesejahteraan dalam masyarakat tersebut merupakan salah satu tujuan dari program pemerintah, kesejahteraan sendiri diukur dari kebutuhan keluarga yang terpenuhi, hal tersebut juga tidak terlepas dari beberapa besar pendapatan yang diperoleh dalam keluarga.

Kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan dari pembangunan suatu wilayah. Keberhasilan suatu pembangunan tanpa menyertakan peningkatan kesejahteraan akan menimbulkan kesenjangan dalam hidup masyarakat.

Menurut Supriatna dalam Sulaksmi, keluarga dikatakan sejahtera ketika :<sup>39</sup>

- a. Keluarga tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau keperluan keluarganya (primer, sekunder, dan tersier)
- b. Anantara jumlah penghasilan dengan jumlah anggota keluarga seimbang
- c. Keluarga yang bisa memenuhi kebutuhan kesehatan keluarga, kehidupan sosial masyarakat, beribadah khusyuk, disamping terpenuhinya kebutuhan pokok.

Todaro, juga menyatakan bahwa kesejahteraan masyarakat dapat direpresentasikan dari tingkat hidup masyarakat. Tingkat hidup masyarakat ditandai dengan berkurangnya tingkat kemiskinan, tingkat kesehatan yang lebih baik, perolehan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, dan tingkat produktivitas masyarakat.<sup>40</sup>

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan, antara lain berikut ini:<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup>Fitratun Ramadhany, Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat, Jurnal Muslim Heritage, Vol. 3, No.1, Mei 2018, hal. 157

<sup>40</sup> I Gusti Bagus Yogi Sutanegara Bagiana, I Nyoman Mahendra Yasa. “Pengembangan Desa Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Penglipuran Kecamatan Bangle Kabupaten Bangle”, E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol.6, No. 9 September 2017, hal. 1843

<sup>41</sup> Ratna Sukmayani, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: PT Galaxy Puspa Mega, 2008), hal



1) Kesempatan kerja yang tersedia

Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.

2) Kecakapan dan keahlian

Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

3) Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh. Jadi motivasi yang dimiliki oleh setiap individu itu tergantung kemauan diri sendiri untuk maju.

4) Keuletan

Merupakan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meneliti kearah kesuksesan dan keberhasilan.

5) Banyak Sedikitnya Modal Yang digunakan

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.

f. Pendapatan dalam Ekonomi Islam

Dalam Islam, pendapatan yang berhak diterima dapat ditentukan melalui dua metode, diantaranya ujah (meliputi imbal jasa, upah, kompensasi) dan bagi hasil. Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerja dan para majikan tanpa melanggar hak yang sah dari majikan, namun dalam perjanjian mengenai pendapatan kedua belah pihak diperingatkan untuk bersikap jujur dan adil. Prinsip tersebut terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 279.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

*Terjemah: "Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu, dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu" kamu tidak menganiaya dandidak (pula) dianiaya."*<sup>42</sup>

Dalam Islam juga dianjurkan untuk selalu melakukan peningkatan ekonomi, sebagaimana firman Allah yang lain dalam QS.

An-Nisa ayat 29 berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

<sup>42</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsiran Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI, 2009, hal 47

*Terjemah: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*<sup>43</sup>

Bahwa perdagangan yang di dalamnya dengan bentuk jual beli yang dibolehkan dan memiliki tujuan dalam meningkatkan perekonomian. Selain itu, bahwa perdagangan yaitu suatu usaha dalam meningkatkan perekonomian dan salah satu profesi yang telah dihalalakan oleh Allah SWT dengan syarat semua aktifitas yang dilakukan harus berlandaskan dengan ikhlas dan akad yang jelas dan bebas dari unsur riba.

## **B. Penelitian Terdahulu**

*Pertama*, Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Bagus Dwi Nugroho, Hartrisari Hardjomidjojo, dan Ma'mun Sarma<sup>44</sup> yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar dan Ikan Hias Air Tawar pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor”. Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan informasi tentang kelompok mitra posikandu dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada kelompok mitra posikandu. Adapun Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan

---

<sup>43</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsiran Al-Qur’an. *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI, 2009, hal 83.

<sup>44</sup> Bagus Dwi Nugroho, Hartrisari Hardjomidjojo, dan Ma'mun Sarma, “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar dan Ikan Hias Air Tawar pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor”, dalam *Jurnal : Manajemen IKM*, Vol. 12, No. 2, Tahun 2017, hlm. 127

analisis Matriks SWOT. Selain itu sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dari data sekunder dan data primer. Sedangkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa situasi budidaya ikan konsumsi dan ikan hias yang ada pada kelompok mitra posikandu memiliki potensi untuk berkembang dengan didukung sarana dan prasarana yang baik, dukungan penda, komunikasi yang baik antar anggota, serta memiliki lokasi yang strategis yaitu berada pada kawasan minapolitan. Sedangkan kendala yang dihadapi kelompok yaitu tingkat SDM yang rendah, harga jual produk yang tidak stabil, modal yang terbatas, serta alih fungsi lahan budidaya sebagai perumahan umum. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Bagus Dwi nugroho dkk dengan peneliti adalah terletak pada objek dan perusahaannya. Jika penelitaan terdahulu ini objeknyanya Kabupaten Bogor dan perusahaannya pada kelompok mitra posikandu budidaya ikan konsumsi air tawar dan ikan hias air tawar maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti objeknya terletak di Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung dan hanya berfokus pada perusahaan budidaya ikan hias koi. Sedangkan persamaan antara peneliti terdahulu dengan adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan.

*Kedua*, Jurnal penelitian yang dilakukan oleh asitya Andriadhi, Aziz Nur Bambang dan Darmanto<sup>45</sup> yang berjudul Strategi Pengembangan Budidaya

---

<sup>45</sup>asitya Andriadhi, Aziz Nur Bambang dan Darmanto, “Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Hias Air Tawar Di Kota Semarang”, dalam *Jurnal : AGROMEDIA*, Vol. 34, No. 2, September 2016, hlm. 2

Ikan Hias Air Tawar Di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis input, proses dan output produksi budidaya ikan hias air tawar dan menganalisis aspek finansial usaha budidaya ikan hias air tawar dan mengetahui strategi pengembangan budidaya ikan hias air tawar di kota Semarang. Adapun metode penelitian yang digunakan berupa metode penelitian survey dengan pendekatan analisis kualitatif dan kuantitatif, sedangkan analisis yang digunakan peneliti tersebut adalah analisis deskriptif. Dan adapun perbedaan antara peneliti terdahulu dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada objek dan metode penelitian, bila peneliti terdahulu objeknya di kota Semarang dan metode penelitiannya gabungan kualitatif dan kuantitatif maka peneliti objeknya terletak di Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung dan hanya berfokus pada metode penelitian kualitatif. Sedangkan persamaan antara peneliti terdahulu dengan adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan.

*Ketiga*, Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Arti Yoesdiarti, Siti Mashitoh, Dudi Lesmana<sup>46</sup> yang berjudul Strategi Pengembangan Agribisnis Ikan Hias di Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan agribisnis kegiatan budidaya diperlukan analisis strategi pengembangan dengan melibatkan semua stakeholder, pembudidaya ikan hias, kelompok pembudidaya, pedagang dan lain-lainnya,

---

<sup>46</sup> Arti Yoesdiarti, Siti Mashitoh, Dudi Lesmana, "Strategi Pengembangan Agribisnis Ikan Hias di Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor", dalam *Jurnal : Mina Sains*, Vol. 3, No. 2, Oktober 2017, hlm 1-2.

sehingga akan diperoleh perumusan strategi pengembangan. Sedangkan data pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Sedangkan hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa dari persepsi masyarakat, stakeholder dan pengusaha ikan hias, maka kecamatan Ciomas menjadi agribisnis ikan hias, kegiatan pengembangan ikan hias secara berkelanjutan bisa melalui beberapa aktivitas penting seperti pendidikan dan pelatihan peningkatan kapasitas SDM perikanan dan kegiatan budidaya yang baik. Perbedaan antara peneliti terdahulu dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada objek dan variable y nya, bila objek dari penelitian terdahulu berada di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan variable y nya berupa agribisnis ikan hias, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti objeknya di Desa Wonorejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung dan variable y nya berupa peningkatan pendapatan masyarakat Desa Wonorejo melalui budidaya ikan hias koi. Dan adapun persamaan penelitian terdahulu dan peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan terhadap budidaya ikan hias.

*Keempat*, Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afridhal pada tahun 2017 yang judul strategi pengembangan usaha roti tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen.<sup>47</sup> Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan usaha roti pada perusahaan dari pencarian ide sampai dengan tahap komersialisasi. Adapun Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan analisis Matriks SWOT. Selain itu sumber

---

<sup>47</sup> Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", *Jurnal S.pertanian*, Vol. 1, No. 3, Maret 2017, hal. 223-233

data yang digunakan dalam penelitian ini dari data sekunder dan data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen berdasarkan analisis matriks QSP didapatkan hasil bahwa perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afridhal dengan peneliti terletak objeknya dan perusahaan, jika pada penelitian terdahulu objeknya di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen dan perusahaan roti, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berada di Tulungagung dan usahanya yaitu budidaya ikan hias koi. persamaan antara penelitian yang dilakukan Muhammad Afridhal dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti mengenai pengembangan produk.

*Kelima*, Jurnal penelitian Kasmiruddin pada tahun 2014 yang berjudul analisis pengembangan produk industri kecil sebagai strategi menghadapi persaingan bisnis (kasus industri kerajinan rotan, Rumbai, Pekanbaru).<sup>48</sup> Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menggambarkan dan menguraikan pelaksanaan usaha pengembangan produk kerajinan rotan sebagai

---

<sup>48</sup>Kasmiruddin, "Analisis Pengembangan Produk Industri Kecil Sebagai Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Industri Kerajinan Rotan, Rumbai, Pekanbaru)", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 4, No. 2, April 2014, hal. 70-77

suatu strategi menghadapi persaingan. Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dari hasil penelitian secara keseluruhan ditemukan strategi pengembangan produk masih belum berjalan secara efektif, yaitu usaha menghasilkan produk kerajinan rotan yang beraneka (berbeda), memodifikasi produk kerajinan, menghasilkan produk kerajinan rotan yang terbatas serta menghasilkan produk kerajinan yang berbeda untuk kelompok konsumen tertentu. Perbedaan penelitian Kasmiruddin dengan judul peneliti terletak pada produknya, dalam penelitian ini produk yang digunakan yaitu rotan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu budidaya ikan hias koi. Selain itu objeknya juga berbeda, dalam penelitian Kasmiruddin objeknya di Pekanbaru sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berada di Tulungagung. Persamaan penelitian Kasmiruddin dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang pengembangan produk.



### C. Paradigma Penelitian

Gambaran paradigma penelitian bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. adapun skema kerangka paradig penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 2.1 : Paradigma Penelitian

