

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Penentuan Lokasi**

##### **1. Definisi Lokasi**

Definisi dari lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stand atau counter baik di dalam maupun di luar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan. Kesalahan yang dibuat pada saat ini dapat menghambat efisiensi. Seleksi lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat ke bahan baku atau tenaga kerja, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu lebih dekat dengan pelanggan.<sup>1</sup>

Menurut Zimmerer kesuksesan usaha adalah sebuah hasil yang dicapai dari kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dari

---

<sup>1</sup>Render dan Jay Heizer, Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hlm.33

kemampuan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang dan kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan orang-orang.<sup>2</sup>

Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Kesuksesan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktifitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Menurut Fandy Tjiptono “Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.<sup>3</sup>

Suatu usaha apabila terletak jauh daripada supliernya maka akan semakin tinggi biaya transportasi dan distribusi barang. Harga jual barang akan sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya bahan dasar dan bahan-bahan lainnya yang diperlukan dalam proses produksi. Harga daripada bahan-bahan dasar dan bahan-bahan pembantu dipengaruhi

---

<sup>2</sup> Thomas Zimmerer, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Salemba empat 2008) hlm. 57

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional*, (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2009) hlm. 92

pula oleh biaya yang harus ditanggung oleh supplier untuk mendistribusikan barang tersebut. Pemasok mempunyai pengaruh pada usaha dalam hal kecepatan penyediaan, kualitas produk yang terjaga, biaya pengiriman, dan lain-lain sehingga kedekatan dengan sumber pemasok perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha. Tersedianya tenaga kerja baik tenaga kerja terdidik ataupun tenaga kerja terlatih yang cukup banyak merupakan faktor yang terpenting.<sup>4</sup>

Di dalam penentuan lokasi usaha harus dipertimbangkan besarnya kebutuhan tenaga kerja baik tenaga kerja *skilled*, *trained* dan *unskilled*. Untuk memenuhi kebutuhan perusahaan maka harus dipertimbangkan kemungkinan tersedianya tenaga-tenaga tersebut.

Hampir setiap usaha memerlukan tenaga listrik yang sering di dalam hal ini mempengaruhi pula letak usaha yang ekonomis. Oleh karena itu, kedekatan dengan infrastruktur perlu diperhatikan. Tersedianya pembangkit tenaga listrik dan air, faktor lebar jalan, kondisi jalan, dan juga sarana dan prasarana transportasi akan menjadi nilai tambah atau nilai kurang dan harus menjadi perhatian penting dalam pemilihan lokasi usaha. Harga tanah dan sewa bangunan di perkotaan harganya lebih mahal dibandingkan di daerah pedesaan. Oleh karena itu, ketersediaan tanah yang luas perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha jika dimasa yang akan datang pemilik usaha memiliki rencana untuk melakukan ekspansi.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, (Yogyakarta: BPFE, 2011) hlm.70

<sup>5</sup> Richard L. Daft, *Management*, (Jakarta:Erlangga, 2003) hlm. 312

## 2. Langkah-langkah dalam Pemilihan Lokasi

Menurut Teguh Astriyanto cara pemilihan lokasi yang lebih pragmatis menggunakan tiga langkah sebagai berikut: Pertama, memilih wilayah (daerah) secara umum. Untuk ini ada lima faktor sebagai dasar yaitu (1) dekat dengan pasar, (2) dekat dengan bahan baku, (3) tersedianya fasilitas pengangkutan, (4) terjaminnya pelayanan umum seperti penerangan listrik, air, bahan bakar dan (5) kondisi iklim dan lingkungan yang menyenangkan. Kedua, memilih masyarakat tertentu di wilayah yang dipilih pada pemilihan tingkat pertama. Pilihan didasarkan atas enam faktor: (1) tersedianya tenaga kerja secara cukup dalam jumlah dan tipe skill yang diperlukan, (2) tingkat upah yang lebih murah, (3) adanya perusahaan yang bersifat suplemen atau komplementer dalam hal bahan baku, hasil produksi, buruh dan tenaga terampil yang dibutuhkan, (4) adanya kerjasama yang baik antar sesama perusahaan yang ada, (5) peraturan daerah yang menunjang, dan (6) kondisi kehidupan masyarakat yang menyenangkan. Ketiga, memilih lokasi tertentu. Pertimbangan utama pada langkah ini adalah soal tanah. Adakah tanah yang cukup longgar untuk bangunan, halaman, tempat parkir dan tidak boleh dilupakan adanya kemungkinan untuk perluasan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Teguh Astriyanto “*Analisis Lokasi Usaha sector informal bidang perdagangan dan jasa di lingkungan kampus universitas Negeri Semarang desa Sekaran Kecamatan Gunungpati kota Semarang*” (Semarang: Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2010)

### 3. Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha dapat dianggap sebagai suatu keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan. Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemilik usaha, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai.<sup>7</sup>

Menurut Fandy Tjiptono pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
  - a) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
  - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 4) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.

---

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang :Bayumedia Publishing, 2007) hlm. 123

5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.<sup>8</sup>

## **B. Proses Produksi**

### **1. Pengertian**

Dewasa ini banyak dijumpai perusahaan yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat. Untuk memproduksi barang dan jasa tersebut diperlukan adanya proses produksi. Sebelum membahas mengenai proses produksi, terlebih dahulu akan dibahas arti dari proses yaitu : “Proses adalah suatu cara, metode maupun teknik untuk penyelenggaraan atau pelaksanaan dari suatu hal tertentu”.<sup>9</sup> Sedangkan produksi adalah: “Kegiatan untuk mengetahui penambahan manfaat atau penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi yang bermanfaat bagi pemenuhan konsumen ”.<sup>10</sup> Dari uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mengenai proses produksi, yang dimaksud dengan proses produksi adalah: “Suatu cara, metode maupun teknik bagaimana penambahan manfaat atau penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan konsumen.

Dari pengertian di atas, dapat kita lihat proses produksi merupakan

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional*.....hlm. 92-93

<sup>9</sup> Agus Ahyari. *Manajemen produksi perencanaan sistem produksi* (Yogyakarta : BPFE,2002 ) Edisi Empat hlm. 65

<sup>10</sup> Sukanto Reksohadiprodjo. *Dasar – dasar Manajemen* ( Yogyakarta: BPFE,2000) hlm.

kegiatan atau rangkaian yang saling berkaitan untuk memberikan nilai atau menambah nilai kegunaan terhadap suatu barang. Suatu proses produksi yang bertujuan memberi nilai suatu barang dapat dilihat pada proses produksi yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Sedangkan proses produksi yang bertujuan untuk menambah nilai atau kegunaan suatu barang atau jasa dapat dilihat pada proses produksi yang merubah barang setengah jadi menjadi barang jadi.

Adapun produksi disini adalah transformasi dari faktor-faktor produksi (bahan mentah, tenaga kerja, modal, serta teknologi) menjadi hasil produksi atau produk. Agar tujuan berproduksi yaitu memperoleh jumlah barang atau produk (termasuk jenis produk), dengan harga dalam waktu serta kualitas yang diharapkan oleh konsumen, maka proses produksi perlu diatur dengan baik.

## **2. Jenis – jenis Proses Produksi**

Untuk menghasilkan suatu produk dapat dilakukan melalui beberapa cara, metode dan teknik yang berbeda-beda. Walaupun proses produksi sangat banyak, tetapi secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

### **1. Proses Produksi Terus Menerus**

Adalah suatu proses produksi dimana terdapat pola urutan yang pasti dan tidak berubah-ubah dalam pelaksanaan produksi yang dilakukan dari perusahaan yang bersangkutan sejak dari bahan baku sampai menjadi bahan jadi.<sup>11</sup>

a. Sifat atau Ciri – ciri

- 1) Produksi yang dihasilkan dalam jumlah yang besar (produktivitas massa).
- 2) Biasanya menggunakan sistem atau cara penyusunan peralatan berdasarkan urutan pengerjaan dari produk yang dihasilkan.
- 3) Mesin-mesin yang dipakai dalam proses produksi adalah mesin- mesin yang bersifat khusus (*special purpose machines*).
- 4) Karyawan tidak perlu mempunyai keahlian atau *skill* yang tinggi karena mesin-mesinnya bersifat khusus dan otomatis.
- 5) Jumlah tenaga kerja tidak perlu banyak karena mesin-mesinnya bersifat khusus.
- 6) Persediaan bahan mentah dan bahan dalam proses lebih sedikit dari proses produksi terputus-putus.
- 7) Biasanya bahan-bahan dipindahkan dengan menggunakan tenaga mesin.

b. Kelebihan atau Kebaikan Proses Produksi Terus Menerus:

- 1) Dapat diperoleh tingkat biaya produksi per unit yang rendah.
- 2) Dapat dihasilkan produk atau volume yang cukup besar.
- 3) Produk yang dihasilkan distandarisir.
- 4) Biaya tenaga kerja rendah, karena jumlah tenaga kerja sedikit dan tidak memerlukan tenaga ahli.

c. Adapun Kekurangan ataupun kelemahan Proses produksi Terus Menerus :

- 1) Terdapat kesukaran dalam menghadapi perubahan produk yang

diminta oleh konsumen atau pelanggan.

- 2) Proses produksi mudah terhenti apabila terjadi kemacetan di suatu tempat atau tingkat proses.
- 3) Terdapat kesalahan dalam menghadapi perubahan tingkat permintaan.

## 2. Proses Produksi Terputus – Putus

Adalah proses produksi dimana terdapat beberapa pola atau urutan pelaksanaan produksi dalam perusahaan yang bersangkutan sejak bahan baku sampai menjadi produk akhir.<sup>12</sup>

### a. Sifat atau Ciri – ciri

- 1) Produk yang dihasilkan dalam jumlah yang sangat kecil didasar atas pesanan.
  - 2) Mesinnya bersifat umum dan dapat digunakan mengolah bermacam-macam produk.
  - 3) Biasanya menggunakan sistem atau cara penyusunan peralatan berdasarkan atas fungsi dalam proses produksi atau peralatan yang sama, dikelompokkan pada tempat yang sama.
  - 4) Karyawan mempunyai keahlian khusus.
  - 5) Proses produksi tidak mudah terhenti walaupun terjadi kerusakan salah satu mesin atau peralatan.
  - 6) Persediaan bahan mentah banyak.
  - 7) Bahan-bahan yang dipindahkan dengan tenaga manusia.
- b. Kebaikan atau kelebihan proses produksi terputus-putus:

---

<sup>12</sup> Pangestu Subagyo. 2000. *Manajemen Operasi*.....hlm.10

- 1) Mempunyai fleksibilitas yang tinggi dalam menghadapi perubahan produk dengan variasi yang cukup besar.
- 2) Mesin-mesin yang digunakan dalam proses bersifat umum, maka biasanya dapat diperoleh penghematan uang dalam investasi mesin-mesinnya, karena harga mesin-mesinnya lebih murah.
- 3) Proses produksi tidak mudah terhenti akibat terjadinya kerusakan atau kemacetan di suatu tempat atau tingkat proses.

c. Adapun Kekurangan atau Kelemahan Proses Produksi Terputus- Putus:

- 1) *Scheduling* dan *routing* untuk pengerjaan produk yang akan dihasilkan sangat sukar karena kombinasi urutan pekerjaan yang banyak dalam memproduksi satu macam produk dan dibutuhkan *scheduling* dan *routing* yang banyak karena produksinya berbeda, tergantung pada pemesanannya.
- 2) Karena pekerjaan *scheduling* dan *routing* banyak dan sukar dilakukan, maka pengawasan produksi dalam proses sangat sukar dilakukan.
- 3) Dibutuhkan investasi yang sangat besar dalam persediaan bahan mentah dan bahan dalam proses, karena prosesnya terputus- putus dan produk yang dihasilkan tergantung pesanan.
- 4) Biaya tenaga kerja dan biaya pemindahan sangat tinggi, karena banyak menggunakan tenaga manusia dan tenaga yang dibutuhkan adalah tenaga ahli dalam pengerjaan produk

tersebut.<sup>13</sup>

Untuk dapat menentukan jenis proses produksi dari suatu perusahaan, maka perlu mengetahui sifat-sifat atau ciri-ciri proses produk. Baik itu proses produksi terus-menerus atau proses produksi terputus-putus.

## **C. Pengembangan Usaha Kecil**

### **1. Pengertian**

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas.<sup>14</sup> Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluaskan dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

---

<sup>13</sup> Sukanto Reksohadiprojo dan Indriyo Gitosudarmo. *Dasar - Dasar Manajemen* (Yogyakarta: BPFE,2000) hlm. 89

<sup>14</sup> Pandji Anoraga. *Pendekatan Bisnis dalam Era Globalisasi* (Jakarta: Rineka Cipta,2007) hlm.66

## **2. Tahapan Pengembangan usaha**

Menurut Pandji Anoraga ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:<sup>15</sup>

### **1. Identifikasi Peluang**

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi. Informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti:

- 1) Rencana Perusahaan
- 2) Saran dan usul manajemen kecil
- 3) Program dan pemerintah
- 4) Hasil berbagai riset peluang usaha
- 5) Kadin atau asosiasi usaha sejenis

### **2. Merumuskan Alternatif Usaha**

Setelah informasi berkumpul dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

### **3. Seleksi Alternatif**

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Ketersediaan Pasar
- 2) Resiko Kegagalan
- 3) Harga

---

<sup>15</sup> Ibid, hlm. 90

#### 4. Pelaksanaan Alternatif Terpilih

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih.

#### 5. Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

### 3. Teknik Pengembangan Usaha

#### 1. Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha.<sup>16</sup> Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis. Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang, maka tidak baik untuk dilakukan.

Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang.

Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis,

---

<sup>16</sup> Suryana. *Kewirausahaan pedoman praktis : kiat dan proses menuju sukses* (Jakarta: Salemba, 2006 ) edisi ketiga, hlm. 156

wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha.

## 2. Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda.

Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (joint total production cost) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (joint total production cost) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah.

Untuk memperluas skala ekonomi atau cukup, lingkup ekonomi. bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup., wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (joint venture), atau kerjasama manajemen

melalui sistem kemitraan.

#### 4. Jenis – jenis Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.<sup>17</sup>

##### 1. Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.<sup>18</sup>

Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan. Strategi pengembangan produk ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk baru yang masih terkait dengan produk yang sekarang. Dengan demikian produk baru atau yang dimodifikasi tersebut, dapat dipasarkan kepada pelanggan yang ada sekarang melalui saluran pemasaran yang ada. Gagasan strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Di samping itu sekaligus melakukan pengembangan produk, bagi upaya mendalami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai *product life style*.

Menurut David lima pedoman tentang kapan

---

<sup>17</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2009) hlm. 4

<sup>18</sup> Fred R. David. *Manajemen Strategis*. (Jakarta: Salemba Empat, 2009) hlm. 251

pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang efektif, yaitu:<sup>19</sup>

- a) Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk; gagasannya di sini adalah menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru (yang lebih baik) sebagai hasil dari pengalaman positif mereka dengan produk atau jasa organisasi saat ini.
- b) Ketika organisasi berkompetensi di industri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat .
- c) Ketika pesaing utama menawarkan produk berkualitas lebih baik dengan harga “bagus”.
- d) Ketika organisasi bersaing dalam industri dengan tingkat pertumbuhan tinggi.
- e) Ketika organisasi memiliki kapabilitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat.

## 2. Strategi Pengembangan Pasar

Menurut David ada enam pedoman tentang kapan pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif, yaitu:

- a) Ketika saluran-saluran distribusi baru yang tersedia dapat diandalkan, tidak mahal, dan berkualitas baik.
- b) Ketika organisasi sangat berhasil dalam bisnis yang dijalankannya.

---

<sup>19</sup> Ibid, hlm. 260

- c) Ketika pasar baru yang belum dikembangkan dan belum jenuh muncul.
- d) Ketika organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola perluasan operasi.
- e) Ketika organisasi memiliki kapasitas produksi yang berlebih.
- f) Ketika industri dasar organisasi dengan cepat berkembang menjadi global dalam cakupannya.<sup>20</sup>

### 3. Strategi Pengembangan yang Terkonsentrasi

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi memfokuskan pada suatu kombinasi produk dan pasar tertentu. Suatu pertumbuhan terkonsentrasi merupakan strategi perusahaan yang langsung menekankan pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan dari suatu produk tunggal, dalam suatu pasar tunggal dengan suatu teknologi yang dominan. Pemilihan secara rasional atas pendekatan ini adalah melakukan penetrasi pasar dengan strategi terkonsentrasi, yang dimanfaatkan perusahaan atas pengalaman pengolahan operasi bisnis perusahaan di dalam suatu arena bisnis persaingan.

Strategi pengembangan yang Terkonsentrasi diarahkan untuk mempertinggi kinerja perusahaan. Dimungkinkannya hal ini, karena didukung oleh kemampuan menilai kebutuhan pasar, pengetahuan tentang perilaku pembeli, sensitivitas harga pelanggan dan efektivitas dari advertensi dan promosi. Suatu perusahaan

---

<sup>20</sup> Ibid, hlm. 259

menjalankan strategi pertumbuhan yang terkonsentrasi secara berhasil, bila didukung oleh pengembangan keterampilan atau *skills*, dan kompetensi bagi upaya pencapaian keberhasilan bersaing.

#### 4. Strategi Inovasi

Strategi inovasi menjadi perhatian bagi suatu perusahaan, karena dalam banyak industri apabila tidak dilakukan inovasi akan dapat meningkatkan timbulnya risiko yang dihadapi perusahaan itu. Strategi inovasi selalu dibutuhkan perusahaan baik untuk produk-produk industri, maupun untuk barang-barang konsumsi, karena selalu diharapkan adanya perubahan atau kemajuan dari produk yang ditawarkan. Di dalam era persaingan, kompetensi suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu melakukan inovasi, baik yang terkait dengan inovasi produk untuk menemukan produk baru atau produk modifikasi, maupun inovasi proses yang dapat menghasilkan produk yang sama dengan biaya yang lebih murah, sebagai akibat digunakannya teknologi baru yang lebih maju.

#### **D. Pengertian Kerajinan Marmer**

Marmer merupakan batuan hasil proses metamorfosis batu gamping (dolomite) yang telah mengalami proses perubahan tekanan dan temperature selama ratusan tahun. Batuan ini terbentuk kompak, padat,

tanpa pelapisan, menunjukkan adanya proses rekristalisasi, dan banyak mengandung mineral klasit. Adapun mineral tambahannya berupa *kuarsa, talk, klorit, amphibol, pirit, piroksen, hematite, dan grafit*.

Batu marmer memiliki urat-urat halus bewarna senada. ukuran batu marmer ini bervariasi antara 10 x 10 cm, 10 x 20 cm, 15 x 30 cm, sampai 30 x 60 cm. karena bentuknya yang berupa lempengan, ukuran batu ini bisa dipotong berdasarkan permintaan. Ada beberapa jenis batu marmer yang populer, seperti marmer jenis dark emperador, marmer ujung pandang, dan marmer putih.<sup>21</sup>

Hasil yang diperoleh dari industri kerajinan marmer dan onyx ini sangat beraneka ragam. memiliki banyak motif sesuai inovasi para pengrajin masing-masing, misalkan: patung, hiasan dinding, hiasan lantai, asbak, vas bunga, kap lampu hingga ukuran besar, meja rias, bak mandi, meja, maupun perkakas rumah tangga lainnya.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Funny Novia Wiguna yang berisi tentang Meningkatnya pertumbuhan industri yang berhubungan dengan properti berarti akan ikut meningkatkan pertumbuhan industri keramik sebagai salah satu bahan bangunan. PT. Platinum Ceramics Industry

---

<sup>21</sup> Enzeline F. Manurung, “30 Inspirasi Desain Rumah Bertingkat”, (Jakarta: Trans Media Pustaka, 2010), Cet. Pertama, hal: 21-22.

merupakan perusahaan besar yang bergerak di bidang produksi keramik. Jadi Hasil penelitian yang dilakukan fanny yaitu penelitian yang telah dilakukan mengenai pengelolaan perusahaan pada PT. Platinum Ceramics Industry, disarankan perusahaan ini menjalankan strategi pengembangan bisnis yakni berupa strategi kepemimpinan biaya (Cost Leadership) dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengembangkan usahanya terutama pada aspek produksi. Jadi proses produksi tersebut sangat penting dalam pengembangan usaha.

Persamaan dan perbedaannya yaitu bahwasanya penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu yaitu kita sama sama menggunakan pendekatan kualitatif, adapun perbedaannya yaitu penelitian terdahulu proses produksi dan strategi biaya itu dibutuhkan dalam pengembangan usaha adapun penelitian saya pengambilan keputusan dan proses produksi dibutuhkan dalam pengembangan usaha kecil. Pada penelitian ini kita sama sama memilih industry onix, pada dasarnya peneliti terdahulu memilih bahan yang sudah jadi, sedangkan saya memilih objek bahan mentah.

Adapun Penelitian yang dilakukan oleh Eko Nur Fu'ad yaitu tentang pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha berskala mikro/kecil di Komplek Shopping Centre Jepara dan yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan serta biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha. pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan analisis regresi berganda untuk menganalisis data pada penelitian. Dan hasil pada

penelitian ini yaitu Penelitian ini membuktikan bahwa faktor-faktor yang diteliti dalam penentuan lokasi usaha (dekat dengan infrastruktur, kondisi lingkungan serta biaya lokasi) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Pemilihan lokasi guna mencapai kesuksesan usaha bisa dijelaskan dengan variasi ketiga variabel independen penelitian yaitu dekat dengan infrastruktur, kondisi lingkungan dan biaya lokasi. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 68%. Ketiga variabel independen yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap kesuksesan usaha yaitu variabel biaya lokasi sebesar 46%. Sedangkan dua variabel lainnya yaitu kondisi lingkungan dan kedekatan dengan infrastruktur masing-masing berpengaruh sebesar 25% dan 24%. Dari hasil penelitian ini disarankan bahwa dalam pemilihan lokasi usaha, sebaiknya pemilik usaha lebih memperhitungkan biaya yang dikeluarkan.

Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu terletak pada metode penelitian, pada penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan jenis regresi berganda untuk penelitiannya. Dan pada penelitian saya menggunakan jenis metode deskriptif kualitatif. Pada penelitian terdahulu fokus pada faktor-faktor pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha, sedangkan saya fokus terhadap penentuan lokasi usaha dan proses produksi dalam pengembangan usaha kecil.

Adapun Penelitian dilakukan oleh Riska Intan Yualiana yaitu tentang kontribusi pendapatan industri marmer di desa Gamping dan Besole yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan faktor- faktor

produksi industri kerajinan marmer di desa Gamping dan Besole dan untuk mengetahui perbedaan besarnya penyerapan tenaga kerja pada industri kerajinan marmer desa Gamping dan Besole. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Dan hasil pada penelitian ini yakni Perbedaan faktor-faktor produksi industri kerajinan marmer terdapat pada modal, bahan baku, tenaga kerja, transportasi, pemasaran dan jenis produk yang dihasilkan; 2) Serapan tenaga kerja yang ada di Desa Gamping dan Desa Besole sebesar 5,33 % dan 2,20 %; 3) Kontribusi pendapatan pengrajin marmer yang ada di Desa Gamping dan Desa Besole sebesar 66,62 % (termasuk klasifikasi sedang) dan 50,85 % (termasuk klasifikasi rendah); 4) Perbedaan hambatan dalam faktor produksi pada industri kerajinan marmer di Desa Gamping dan Desa Besole yaitu modal, bahan baku, tenaga kerja, dan pemasaran; 5) Perbedaan solusi dari hambatan dalam faktor produksi pada industri kerajinan marmer di Desa Gamping dan Desa Besole yaitu modal, bahan baku, tenaga kerja, dan pemasaran.

Perbedaan antara peneliti terdahulu dan penelitian saya yaitu terletak pada metode penelitian, pada peneliti terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif sedangkan saya menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dan pada penelitian terdahulu fokus ke faktor-faktor produksi sedangkan saya fokus ke penentuan lokasi usaha dan proses produksi.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh oleh Nur Wahyudi yaitu tentang analisis faktor-faktor pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan

usaha jasa mikro di kecamatan sungai kunjang yang bertujuan untuk apakah faktor-faktor pemilihan lokasi berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Pada penelitian menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan jenis regresi berganda. Dan pada hasil penelitian ini yaitu Penelitian ini membuktikan bahwa faktor-faktor yang diteliti dalam penentuan lokasi usaha (dekat dengan infrastruktur, kondisi lingkungan serta biaya lokasi) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Pemilihan lokasi guna mencapai kesuksesan usaha bisa dijelaskan dengan variasi ketiga variabel independen penelitian yaitu dekat dengan infrastruktur, kondisi lingkungan dan biaya lokasi. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 68%. Ketiga variabel independen yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap kesuksesan usaha yaitu variabel biaya lokasi sebesar 46%. Sedangkan dua variabel lainnya yaitu kondisi lingkungan dan kedekatan dengan infrastruktur masing-masing berpengaruh sebesar 25% dan 24%. Dari hasil penelitian ini, disarankan bahwa dalam pemilihan lokasi usaha, sebaiknya pemilik usaha lebih memperhitungkan biaya yang dikeluarkan.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu terletak pada metode penelitian. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan jenis regresi berganda. Sedangkan saya menggunakan metode deskriptif kualitatif . pada penelitian terdahulu fokus terhadap faktor-faktor pemilihan lokasinya saja, sedangkan saya fokus terhadap penentuan lokasi usaha dan proses produksi dalam pengembangan usaha kecil.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Sentot Harman Glendoh yaitu tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil dimana Usaha kecil sebagai kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil memiliki peran sentral dalam perekonomian Indonesia. Walaupun krisis ekonomi telah memporak porandakan kehidupan bidang usaha besar dan menengah, ternyata usaha kecil tetap tegar dan berjalan marak dikawasan kehidupan ekonomi tingkat bawah. Peran pokok usaha kecil ini adalah: (1) sebagai penyerap tenaga kerja, (2) sebagai penghasil barang dan jasa pada tingkat harga yang terjangkau bagi kebutuhan rakyat banyak yang berpenghasilan rendah, (3) sebagai penghasil devisa negara yang potensial kerana keberhasilannya dalam memproduksi komoditi ekspor non migas. Mengingat peran usaha kecil tersebut sangat besar andilnya bagi negara dan masyarakat kecil dilapisan bawah, maka pembinaan dan pengembangannya sangat perlu diperhatikan.

Perbedaan dari penelitian yaitu bahwasanya penelitian terdahulu mengambil objek pada usaha kecil atau wirausaha di Indonesia dan peneliti terdahulu menggunakan metode kualitatif, sedangkan saya memilih objek penelitian di home indutri kecil kerajinan marmer.