

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori atau literatur yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini, maka dengan ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa karya tulis ilmiah terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

1. (Hesti, Dja'far, 2019) dengan judul Analisis Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Patin Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Kota Karang Kecamatan Kumpeh Ulu Kabupaten Muaro Jambi. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan usaha pembesaran ikan patin di Desa Kota Karang dikatakan layak menjadi usaha yang mampu memberikan pendapatan karena peluang keuntungan yang cukup besar dari penjualan hasil panen pelaku usaha. Salah satu pengembangan usaha pembesaran ikan patin di Desa Kota Karang yaitu mengolah hasil panen menjadi produk lain seperti kue semprong, lempeng kapitikan patin, stik ikan patin, dan tepung pisang kepot ikan patin. Namun produk-produk yang

terbuat dari bahan utama ikan patin ini tidak tersedia setiap hari atau tidak ditemukan dipasaran, karena adanya beberapa kendala seperti belum adanya BPOM dan label halal MUI. Peran pelaku usaha pembesaran ikan patin desa kota karang diantaranya: (a) membuka lapangan pekerjaan, (b) meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Kendala yang ditemukan masyarakat pelaku usaha pembesaran ikan patin baik dari segi modal maupun gangguan hama dan penyakit. Solusi atas kendala-kendala usaha pembesaran ikan patin desa kota karang ketika terkendala oleh modal maka pelaku usaha bisa bekerja sama dengan penampung ikan untuk membantu modal dan pemberian pakan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini akan dilakukan adalah sama-sama memfokuskan penelitian pada strategi pengembangan usaha. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitiannya.

2. (Annisa, 2022) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu (*Epinephelus sp.*) Pada Keramba Jaring Apung (Studi Kasus: Desa Pulau Kampai, Kecamatan Pangkalan Susu, Kabupaten Langkat). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi Agresif yang berfokus pada strategi SO (Strength-Opportunities). Strategi ini memaksimalkan dan memanfaatkan kekuatan dan peluang dengan baik untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman. Total skor untuk internal yaitu 0,741 yang merupakan selisih dari kekuatan (skor

1,798) dan kelemahan (skor 1,057). Untuk eksternal yaitu 0,742 yang merupakan selisih dari peluang (skor 1,776) dan ancaman (skor 1,024). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini akan dilakukan adalah sama-sama memfokuskan penelitian pada strategi pengembangan usaha. Sedangkan perbedaannya adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian.

3. (Ubaidillah, 2021) dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Tawar Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam pada Kelompok Mina Sejahtera Talun Kayen Pati. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Tawar, mendeskripsikan Kendala Penerapan Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Tawar, dan menganalisis Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Tawar dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Kelompok Mina Sejahtera Talun Kayen Pati. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (Field Research) dengan penmasatan kualitatif yang dilakukan di dalam masyarakat untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Dan dilakukan analisis dengan memberi pemaparan gambaran mengenai temuan data yang diteliti dilapangan dalam bentuk uraian deskriptif-induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Tawar pada Kelompok Mina Sejahtera

Talun Kayen Pati memiliki potensi untuk berkembang dengan didukung sarana dan prasarana yang baik, dukungan Pemda, komunikasi yang baik antar anggota, serta memiliki lokasi yang strategis yaitu berada pada kawasan rawa yang jauh dari pemukiman warga. Strategi yang dikembangkan mencakup strategi produksi, pemasaran, dan strategi distribusi melalui usaha kemitraan dengan pasar daerah dan konsumen di wilayah Kabupaten Pati dengan menerapkan konsep SWOT (Strength-kekuatan, Weakness-kelemahan, Opportunity-kesempatan, and Threat-acaman). 2) Kendala Penerapan Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Tawar pada Kelompok Mina Sejahtera Talun Kayen Pati dalam mengembangkan budi daya ikan tawar berupa modal, SDM.. 3) Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Tawar dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Kelompok Mina Sejahtera Talun Kayen Pati secara umum telah sesuai dengan prinsip Islam. Dikarenakan dalam pengembangan usaha yang dilakukan oleh kelompok Tani Mina Sejahtera Talun Kayen Pati lebih mengutamakan mutu dan kualitas produk, memperhatikan usahanya baik dari segi produk serta keuntungan yang diperoleh.

4. (Irawati & Syamsuddin, 2020) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu Sistem Keramba Jaring Apung di Teluk Ambon Dalam. Hasil penelitian menunjukkan kondisi kualitas perairan Teluk Ambon Dalam masih mendukung pengembangan kegiatan budidaya ikan

kerapu. Untuk pemasaran dalam negeri ikan kerapu di Kota Ambon, jalur pemasarannya termasuk ke dalam saluran pemasaran dua tingkat yaitu produsen-pembeli/pengumpul-konsumen. Hasil analisis kelayakan usaha menyatakan bahwa usaha budidaya ikan kerapu layak dilanjutkan. Dirumuskan 15 strategi pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam (TAD). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini akan dilakukan adalah sama-sama memfokuskan penelitian pada pengembangan usaha. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada aspek-aspek yang akan diteliti, lokasi penelitian dan periode penelitian yang dilakukan oleh Irawati dan muhidin Syamsuddin pada tahun 2020 di Teluk Ambon Dalam sedangkan penelitian ini dilakukan di desa Batuawu.

5. Ahmad Fatan Nurbasya (2018) dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Kelompok Budidaya Al-Amin Kec. Bonang Kab.Demak). Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan kelompok budidaya Al-Amin di Desa Tlogoboyo sudah menerapkan strategi pengembangan usaha. Dapat dilihat dari adanya strategi pengembangan usaha seperti berdasarkan sikapnya meliputi: jujur, ikhlas, professional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh. Berdasarkan proses yang terbebas dari keharaman meliputi proses produksi, pemasaran, dan pendistribusian.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini akan dilakukan adalah sama-sama memfokuskan penelitian pada strategi pengembangan usaha ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada subjek yang akan diteliti dan lokasi penelitian yang berbeda akan menghasilkan hasil penelitian yang berbeda pula.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Tori Strategi Pengembangan Usaha

2.2.1.1 Teori Strategi

Pengertian strategi secara umum, strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara/upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai (Sedarmayanti & Safer, 2016).

Secara sederhana strategi diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Strategi adalah alat pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentivikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat.

Strategi adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut. Perencanaan strategi merupakan proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluang-peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan perencanaan strategi adalah terus menerus mempertajam bisnis dan produk perusahaan sehingga keduanya berpadu menghasilkan laba dan pertumbuhan yang memuaskan. Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan (Bimantara et al., 2021)

Strategi merupakan ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, dan menggerakkan semua sumber daya dalam perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A. Bryn mendefinisikan strategi merupakan sebuah pola yang mendasar untuk sasaran dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan (Hayani, 2014). Sejalan dengan itu Soedrajat, 1994 dalam (Effendy & Rosdakarya., 2021) menjelaskan bahwa strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi

perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Michael Porter mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik. Pendapat lain mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target). Strategi dapat pula dinyatakan sebagai suatu pola pendekatan bagi manajemen guna meraih keberhasilan dan kesuksesan. Dalam pembuatan strategi harus meninjau berbagai hal seperti adanya perubahan kondisi eksternal dan internal (Yusrifa et al., 2016).

Dalam pengertiannya, strategi seringkali terkandung perencanaan yang merupakan proses yang berlangsung secara terus-menerus dalam suatu perusahaan. Oleh sebab itu strategi pemasaran dari setiap perusahaan merupakan rencana yang menyeluruh dimana perusahaan berharap mencapai sasaran yang telah ditentukan, yang pada akhirnya untuk merealisasikan tujuan dari perusahaan yang bersangkutan. Menurut Sofjan Assauri, 2013 menyatakan bahwa penyusunan strategi pada dasarnya berkaitan dengan penetapan keputusan yang harus diambil dalam menghadapi para pesaing di dalam lingkungan kehidupan yang

saling memiliki ketergantungan, sehingga perlu ada kegiatan yang diarahkan, terutama dalam mempkirakan perilaku satu dengan yang lainnya (Saida, 2019).

Selanjutnya Assauri, 2013 dalam (Saida, 2019) menegaskan bahwa strategi yang dibangun dan disusun secara baik harus memiliki lima komponen yaitu diantaranya sebagai berikut :

- a. Lingkup dari suatu perusahaan untuk diperluas dari domain strategi, yang mencakup jumlah dan jenis industri, lini produk dan segmen pasarbersaing atau rencana untuk dimasuki dari dimensi-dimensi tersebut.
- b. Tujuan dan sasaran, dimana strategi harus dapat dirinci dalam menjalankannya pada satu atau lebih dimensi dari kinerja seperti volume, pertumbuhan, kontribusi laba atau *Return On Investment (ROI)*.
- c. Penyebaran dan pengalokasian sumber daya, dimana setiap perusahaan akan menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan keuangan sehingga perlu disiapkan suatu strategi untuk menetapkan keputusan mengenai bagaimana dapat dicapainya dan dialokasikannya sumber daya tersebut di antara bisnis, produk pasar, bagian-bagian fungsional dan kegiatan atau aktivitas di dalam setiap bisnis atau produk pasar.
- d. Pengidentifikasi keunggulan bersaing yang berkelanjutan, dengan penetapan strategi yang menspesifikasikan bagaimana perusahaan akan bersaing

dalam setiap bisnis dan produk pasar di dalam bidang bisnisnya, terutama dengan mengembangkan dan mempertahankan keunggulan yang berbeda di atas atau melebihi para pesaing yang adadan pesaing potensialnya.

- e. Sinergi, yang dilakukan perusahaan yang saling melengkapi bisnisnya, produk pasar, penyebaran atau pengalokasian sumber daya dan saling melengkapi kompetensi serta saling memperkuat satu dengan yang lainnya. Dengan demikian perusahaan mampu meningkatkan kinerja keseluruhan guna meningkatkan kinerja bisnis yang terkait dan pada akhirnya keseluruhan bisnis perusahaan akan menjadi lebih besar lagi.

Menurut (Meliala et al., 2016) Konsep strategi itu sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

- a. Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- c. Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktifitasnya.

- d. Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktifitasnya.
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.

Menurut Rangkuti (2014) dalam (Kartawinata et al., 2020) strategi dapat dikelompokkan atas dua tipe, yaitu sebagai berikut:

- 1) Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Seperti strategi penetapan harga, strategi pengembangan pasar, dan strategi keuangan.

- 2) Strategi Bisnis

Strategi ini juga disebut dengan strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen seperti strategi produksi atau operasional.

2.2.1.2 Teori Pengembangan Usaha

Pengembangan merupakan upaya untuk meningkatkan pengetahuan yang akan digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa yang akan datang. Pengembangan adalah setiap usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan

informasi dan sikap-sikap atau menambah kecakapan. (Indrawati, 2019). Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan di suatu daerah dalam suatu Negara.

Dari pengertian di atas maka peneliti dapat mengambil suatu kesimpulan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Pengembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omset penjualan.

Adapun indikator pengembangan usaha adalah (Kartawinata et al., 2020):

1) Modal usaha

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang dan melepas uang.

2) Omset penjualan

Kata omset berarti jumlah, sedangkan penjualan kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba atau pendapatan..

3) Tenaga kerja

Tenaga kerja adalah semua orang yang bersedia untuk sanggup bekerja. Pengertian tenaga kerja ini meliputi mereka yang bekerja untuk diri sendiri atau pun untuk anggota keluarga yang tidak menerima bayaran berupa upah atau mereka yang sesungguhnya bersedia dan mampu untuk bekerja, dalam arti mereka menganggur dengan terpaksa karena tidak ada kesempatan kerja.

Menurut Wawan Erwandi dan Wirman Syafri dalam (Hesti, Dja'far, 2019) Sering kali keberhasilan pengembangan usaha berkaitan dengan kondisi sosial budaya para pelaku pengembangan suatu usaha, baik subjek maupun objek. Untuk mencapai keberhasilan pengembangan bisnis tersebut, maka setidaknya diperlukan lima kriteria yang harus dipenuhi yakni:

- 1) Meningkatkan kegiatan yang berkelanjutan yang didasarkan pada kemampuan lokal.
- 2) Memperkuat partisipasi masyarakat dalam kerangka pembangunan bisnis yang berbasis pada masyarakat.

- 3) Mengembangkan potensi untuk gerakan kewaspadaan masyarakat (pemberdayaan).
- 4) Memperluas proses pengembangan bisnis yang diorientasikan pada pendekatan berbagai kemitraan.
- 5) Kemungkinan adanya replikasi dari kondisi lokal.

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

- 1) Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnisorang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

- 2) Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha kedalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

3) Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

4) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan di implementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha Umar, H. (2005).

Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas atau proses yang akan meningkatkan kredibilitas di masa mendatang. bertujuan untuk menumbuhkan usaha yang dilakukan.

Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

1. Perluasan Skala Usaha

Beberapa cara umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain:

- a. Menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah modal untuk investasi. Ketika memperluas produksi, seorang wirausaha harus memperhitungkan mengenai prospek dasarnya.
- b. Menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan. Pengembangan jenis ini baik dilakukan untuk menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.
- c. Menambah lokasi usaha ditempat lain. Perluasan skala usaha juga harus memperhatikan beberapa aspek, yaitu:
 - 1) Produktivitas modal dan tenaga kerja.
 - 2) Biaya tetap dan biaya variabel.
 - 3) Biaya rata-rata.
 - 4) Skala produksi yang paling menguntungkan.Ketika skala usaha sudah berkembang dititik tertinggi, pengembangan skala usaha harus dihentikan. Sebagai gantinya usaha dapat dikembangkan dengan menambah cakupan usaha.

2. Perluasan Cakupan Usaha

Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilakukan dengan mengembangkan jenis usaha baru di wilayah usaha yang baru, serta dengan jenis produk yang baru dan bervariasi.

3. Perluasan Dengan Kerja Sama, Penggabungan dan Ekspansi Baru

Ada beberapa jenis perusahaan dengan cara ini, yaitu:

a. Joint Venture

Joint venture adalah bentuk kerja sama beberapa perusahaan dari negara yang berbeda menjadi satu perusahaan untuk mewujudkan konsentrasi kekuatan-kekuatan yang lebih padat.

b. Merger Merger

Merger Merger adalah proses penggabungan dua perseroan menjadi satu perusahaan. Salah satu perusahaan tersebut akan tetap berdiri dengan nama yang sama, sementara perusahaan yang lain akan hilang, dan kekayaan menjadi milik perusahaan yang baru. Merger terbagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) Merger horizontal, yaitu merger yang dilakukan oleh usaha sejenis.
- 2) Merger vertikal, yaitu merger yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang saling berhubungan.

- 3) Konglomerat, yaitu merger antara berbagai perusahaan dengan produk-produk yang berbeda dan tidak saling berkaitan.
- 4) Holding Company/Akuisisi, adalah penggabungan beberapa perusahaan dengan salah satu perusahaan yang bertujuan untuk memiliki saham dari perusahaan yang lain dan bisa mengatur perusahaan tersebut.
- 5) Sindikat, adalah kerja sama antara beberapa orang bermodal untuk mendirikan perusahaan besar.
- 6) Kartel, merupakan kesepakatan tertulis antara beberapa perusahaan yang sejenis untuk mengatur dan mengendalikan berbagai hal dengan tujuan menekan persaingan dan meraih keuntungan.

2.2.2 Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalfahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja individu

bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja. Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaaf: 19:

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَلِيُؤْتِيَهُمْ أَجْرَهُمْ وَهُمْ لَا يَظْلَمُونَ

Terjemahnya:

“Dan setiap orang memperoleh tingkatan sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan balasan amal perbuatan mereka dan mereka tidak dirugikan”. (QS. Al-Ahqaaf: 19)

Dalam surat tersebut, orang-orang islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu sebagai berikut (Abdullah, 2014):

1. Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada

produk yang kita jual maka keuntungan akan terusmengalir. Para pemilik usaha keramba ikan di Desa Batuawu selalu menerapkan sikap jujur mengenai kondisi baik kualitas ataupun kualifikasi ikan yang dijual kepada pelanggan sehingga kesinambungan penjualan tetap terjaga antara pemilik keramba ikan dengan pelanggan-pelanggannya.

2. Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi jugamemperhitungkan keuntungan non materiil (mendapat ridha dari Allah SWT).

3. Profesional

Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwaseseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

4. Silaturahmi

Silaturahmi merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptnya. Silaturahmi menjadi dasar

membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon pelanggannya (*future market*), dan bahkan dengan kompetitornya. Seperti merekatkan tali persaudaraan karena dalam berbisnis pasti ada saja masalah dan konflik yang terjadi, bahkan sering kali tanpa sadar menyakiti hati seseorang. Dengan silaturahmi memberikan hikmah untuk merekatkan ukhuwa dan juga kekerabatan yang mulai pupus atau berkurang. Memperluas persaudaraan, dengan bersilaturahmi kamu juga bisa saling mengenal sahabat atau saudara lainnya.

5. Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), cara yang benar, tujuan yang benar serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dengan demikian maka ia akan memperoleh garansi keberhasilan dari Allah SWT.

Adapun hal-hal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha yang berdasarkan prinsip syariah, diantaranya adalah:

- a. Bangun motivasi dan bulatkan tekad.

- b. Perkuat tawakal kepada Allah. Untuk menjalkan usaha mereka juga selalu bertawakal kepadaallah,dan mematuhi segala perintahnya di buktikan dari sikap dan caramereka melalkukan subuah usaha.
- c. Saat merintis usaha, jangan memaksakan diri untuk berbisnis
- d. gambaran ideal yang anda miliki.
- e. Pilih bisnis yang paling dikuasai dengan cepat.
- f. Pilih fokus dan bekerjalah secara fokus.
- g. Carilah teman atau partner.
- h. perkuat kesabaran, ketaqwaan dan tawakal

2.2.3 Karamba Jaring Tancap

Menurut Eddy, et al, 1992 Karamba adalah sistem budidaya ikan yang dilakukan dalam suatu wadah yang dibatasi dengan bambu atau jaring kawat. Metode budidaya ini mempunyai sejarah yang panjang di Asia Tenggara, disamping itu menjadi lebih terkenal diseluruh dunia karena menjanjikan tingkat keuntungan yang tinggi dan mudah pengelolaan. Di pihak lain, kemungkinan terjadinya kehilangan stok ikan akibat penyakit yang timbul karena padat penebaran yang tinggi. Ditambah lagi dengan tingginya biaya investasi dan perlengkapan membuat budidaya ikan ini menjadi suatu usaha yang beresiko tinggi, karena itu tidaklah mengherankan kalau budidaya karamba telah menjadi suatu usaha yang menggunakan teknologi tinggi di negara maju

misal karamba terapung atau tenggelam untuk ikan Salmon di Kanada, Norwegia, Skotlandia, budidaya ikan tuna di Jepang dan sebagainya (Rahayu, 2020).

Menurut Christensen, 1989 sekarang ini budidaya ikan karamba sudah dikembangkan di daerah tropik dan subtropik terutama diterapkan pada tingkat petani kecil dan tentu saja dengan biaya yang kecil pula (Nofreana, 2018). Di Indonesia, budidaya ikan dalam karamba telah dimulai untuk pertama kalinya di Sungai Cibunut, Bandung pada tahun 1940. Sejak itu, sistem karamba mulai menyebar ke seluruh Jawa Barat. Saat ini, sistem karamba telah berkembang dengan pesat dan telah mampu memberikan hasil ikan kurang lebih sebesar 600 ton setiap hektarnya di Jawa Barat (Rahayu, 2020).

Lebih lanjut Alfrianto, 1992 (Rahayu, 2020) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan budidaya ini adalah adanya beberapa keuntungan yang diperoleh, antara lain:

1. Ikan yang dipelihara dalam karamba akan terhindar dari gangguan hama maupun gangguan lain yang menimbulkan kerugian dalam usaha budidaya ikan.
2. Pengawasan terhadap pertumbuhan dan kesehatan ikan dapat dilakukan lebih mudah.
3. Proses pergantian air dapat berlangsung setiap saat dan mencapai ke seluruh bagian karamba, sehingga kebutuhan oksigen bagi ikan akan selalu terpenuhi.

4. Sisa makanan dan kotoran hasil metabolisme dapat segera dibuang, sehingga tidak terjadi penimbunan amoniak yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ikan dan menimbulkan keracunan pada ikan.
5. Dapat meningkatkan pendapatan petani dan dengan demikian kebutuhan gizi keluarga terpenuhi.

Melakukan budidaya karamba jaring tancap sama halnya dengan karamba jaring apung yaitu harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mendukung keberhasilan dalam berbudidaya, yaitu Saat budidaya ikan di keramba jaring tancap yang dapat diperhatikan pertama kali adalah debit air dan arus air yang dijadikan lokasi karamba tersebut. Pemilihan lokasi untuk usaha budidaya ikan harus dipertimbangkan karena tidak semua sungai atau air laut dapat dijadikan tempat usaha budidaya dalam keramba jaring tancap. Aspek teknis seperti kondisi perairan (air laut) dan kualitas air sangat berperan penting bagi pertumbuhan ikan yang akan dipelihara (Cookson & Stirk, 2019). Hal ini didukung oleh tersedianya teknologi budidaya, desain dan konstruksi karamba yang cukup sederhana sehingga mudah diadopsi oleh masyarakat. Selain itu, penerapan teknologi budidaya dalam karamba cukup fleksibel atau dapat disesuaikan dengan besarnya skala komersial yang diinginkan. Budidaya ikan sistem karamba merupakan budidaya yang bersifat tradisional dan memerlukan biaya investasi dan operasional yang relatif rendah jika

dibandingkan dengan pola usaha budidaya intensif. Ditinjau dari rasio keuntungan terhadap biaya operasional maka pola usaha budidaya tradisional lebih menguntungkan untuk petani kecil, sedangkan pola usaha budidaya intensif lebih memadai untuk komersial dan industri. Biaya operasional tinggi umumnya berasal dari komponen biaya pakan sehingga perlu alternatif pakan pengganti yang memberikan pengaruh relatif sama tetapi lebih murah didapat karena komponen biaya berpengaruh pada tingkat keuntungan dan efisiensi masukan (Rais et al., 2017)

Salah satu sistem karamba yang bersifat tradisional adalah karamba jaring tancap (KJT). Karamba jaring tancap adalah metode pemeliharaan ikan yang memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan karamba jaring apung (KJA). Berikut ini adalah beberapa keunggulan metode karamba jaring tancap dibandingkan dengan karamba jaring apung, yaitu desain lebih mudah dan efisien dalam pembuatannya, dana yang diperlukan tidak terlalu besar, pengoperasiannya mudah, produktivitas lebih tinggi, tidak memerlukan kedalaman air yang terlalu dalam seperti karamba jaring apung. (Kementerian Kelautan Dan Perikanan, 2021).

Menurut Asmawi, 1984 dalam (Rahayu, 2020) kelancaran usaha pemeliharaan ikan dalam karamba ditentukan oleh beberapa faktor, baik datang dari manusia maupun yang berasal dari alam lingkungan. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Faktor Sosiologi

Sebelum memasang karamba harus diketahui terlebih dahulu reaksi masyarakat sekitar yang tinggal disana terhadap usaha yang akan dilakukan.

2. Faktor Keamanan

Keamanan karamba dari ikan yang dipelihara di dalamnya tidak dapat diabaikan begitu saja. Karena hal ini akan menentukan berhasil tidaknya usaha perkarambaan.

3. Kondisi Perairan

Sebagai tempat hidup ikan, perairan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kehidupan ikan-ikan. Perairan yang mengandung sampah dapur dan kotoran manusia baik bagi lokasi karamba, karena kedua bahan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai makanan ikan.

4. Faktor Ekonomi

Kalau pemeliharaan ikan dalam karamba ini diusahakan secara besar-besaran tentu saja perlu adanya pemikiran kemana memasarkan hasil produksi, bagaimana membawanya ke tempat pemasaran.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka berfikir

dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut. (Romadhona & Wahyuningtyas, 2019) Dalam penelitian ini kerangka berfikir bertujuan untuk menggambarkan konsep dasar mengenai masalah yang di angkat terkait strategi pengembangan usaha karamba jaring tancap ikan ditinjau dari perspektif ekonomi islam (studi kasus di Desa Batuawu Kecamatan Kabaena Selatan Kabupaten Bombana). Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini, secara ringkas dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir

