

**ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE PINEAPPLE  
CHIP BUSINESS (MEDIUM SMALL MICRO BUSINESS/ UMKM)  
OF BERKAT BERSAMA IN KAMPAR DISTRICT**

**Oleh : Syahrul Gunawan**

**Pembimbing : Okta Karneli**

Program Studi Administrasi Bisnis – Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

***Abstract***

*This study aims were to analyze the development of Pineapple Chip Businesses (Medium Small Micro Business and next will be written as UMKM) of Berkat Bersama in Kampar District and to know the influence factors of the business development UMKM Berkat Bersama. In its development, the Berkat Bersama business has used various strategies in order to avoid major obstacles that can hamper the progress of Pineapple Chip Business. In this research, the data was gotten of the interview using key information to get accurate information. In determining the research subject, the researcher used a purposive sampling technique. Purposive sampling means the sample is taken deliberately. It means that the researchers determine their own based on certain considerations. So, the sample was not taken randomly, but determined by the researcher. The research method was a descriptive analysis that explains the research variable description and its explanation based on the research results of data reduction, data presentation, and the conclusion. After analyzing the data, the researcher concluded that the development of Pineapple Chip Business (UMKM) Berkat Bersama was a good product. Started from the planting, management, and packaging was keep the cleanness and taste. In supporting business development in the long term, UMKM Berkat Bersama collaborates with various partners. The collaborative effort was considered as one of the supporting factors to the development of Berkat Bersama Business. Another supporting factor was community participation and availability of raw materials, and so on. The community participation had a positive influence on Pineapple Chip business. Besides that, the hinder factors were limited time and high transportation costs.*

***Keywords: Products, Human Resources, Network Marketing***

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provinsi Riau dari waktu ke waktu terus meningkat dikarenakan makin tumbuhnya kesadaran menjadi wirausaha akibat belum seimbangnya jumlah pencari kerja dan lapangan kerja yang tersedia. Pekanbaru merupakan wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak yaitu mencapai 68.728 UMKM diikuti Kampar (45.446), Inhil (44.891), Bengkalis (42.029), Rohil (34.036), Rohul (27.074), Inhu (26.488), Siak (22.948), Kuansing (21.450), Dumai (20.782) dan Palalawan (13.824). (Arif, 2010).

Setiap tahun UMKM di Riau tumbuh pada kisaran 5-10 persen. banyaknya jumlah UMKM ini bisa dimanfaatkan untuk mengelola SDM ataupun mendorong para pencari kerja untuk membuat usaha baru yang lebih variatif sehingga makin banyak jumlah pencari kerja yang bisa diserap. Keberadaan UMKM di Riau ternyata cukup mampu menyediakan lapangan kerja bagi warga sekitar serta saudara dari pemilik usaha itu. Namun pertumbuhan UMKM perlu terus dipacu dalam mempercepat terciptanya kesejahteraan di masyarakat. Pelaku UMKM juga harus dibina terutama dalam meningkatkan kualitas barang, kemasan serta pemasaran. Seperti Saat ini dengan kemajuan teknologi, pelaku UMKM bisa memanfaatkannya dalam mengenalkan produk serta mendapatkan pembeli.

Jumlah UMKM Riau di bidang perdagangan sebanyak 77.156, bidang jasa 19.656, bidang produksi 12.760, dan bidang industri 11.320. Data Bank Indonesia mencatat penyaluran kredit ke UMKM pada triwulan 2016

mencapai 19,9 triliun dan diserap paling besar oleh sektor perdagangan 45,49 persen, lalu disusul pertanian 33,62 persen. Kredit ke sektor perdagangan ini senilai Rp9,05 triliun atau tumbuh 7,09 persen dan sektor pertanian senilai Rp6,69 triliun atau tumbuh melambat 0,52 persen. Melihat penyaluran kredit UMKM ini paling besar ke sektor usaha kecil 39,14 persen atau Rp7,79 triliun, lalu usaha menengah 31,54 persen atau Rp6,28 triliun, dan usaha mikro 29,32 persen atau Rp5,48 triliun. Dari sejumlah UMKM yang tersebar di seluruh kabupaten/kota se-Riau itu, sektor perdagangan dengan 77.156 UMKM menjadi sektor paling diminati dibandingkan dengan jasa (19.656 UMKM), produksi (12.760) dan industri dengan 11.320 UMKM-nya ([www.ukmriau.com](http://www.ukmriau.com)).

Di Kabupaten Kampar, tepatnya di Kecamatan Tambang yaitu di Desa Kualu Nanas, cukup banyak terdapat UMKM dibidang perindustrian yaitu suatu kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah, barang baku, barang setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi penggunaannya (Sukirno, 1995). Usaha berkat bersama yang diketuai oleh Pak Muslimin merupakan salah satu dari dua belas agroindustri yang memanfaatkan hasil dari pertanian sebagai bahan baku pengolahan, buah nanas yang diperoleh langsung dari lahan milik beliau sendiri dibantu oleh rekan-rekan pekerja yang berkerja pada usaha yang didirikannya pada tahun 2000 tersebut, lahan yang dimanfaatkan untuk menanam nanas pada usaha UMKM berkat bersama

yaitu seluas 6 hektar dan merupakan milik dari ketua agroindustri sendiri.

Dari hasil panen buah nanas tersebutlah timbul ide kreatifitas dan inovasi yang dikarnakan buah nanas termasuk komoditas buah yang mudah rusak, susut dan cepat busuk, hal itu disebabkan tingginya kandungan air yang terkandung dalam buah nanas sehingga mengakibatkan mikro organisme pembusuk mempercepat proses kerusakan nanas. Suatu usaha yang dilakukan untuk dapat mencegah kerusakan buah nenas adalah dengan mengolah buah nanas menjadi suatu produk yang lebih disukai dan bernilai ekonomis (Nursid Sumaatmadja, 1988) seperti Kerupuk Nanas.

Disamping itu persaingan yang terjadi didunia usaha pada saat ini semakin ketat, sehingga menimbulkan masalah-masalah yang harus dihadapi oleh perusahaan semakin banyak dan kompleks. Salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh perusahaan yaitu persediaan bahan baku yang baik. Karna persediaan bahan baku merupakan aset perusahaan yang cukup besar, sehingga apabila dalam penanganannya tidak dilakukan dengan baik, maka akan menimbulkan kerugian yang cukup besar pula.

Dalam mengelola usaha yang sama, UMKM Berkat Bersama memiliki beberapa pesaing, walaupun usaha yang dijalankan berstandar Kecil akan tetapi secara tidak langsung akan mengganggu dalam proses pemenuhan kebutuhan akan bahan baku dan persaingan dalam memasarkan produk.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Nama Usaha Yang Mengolah atau Memproduksi Kerupuk Nanas**

**Kecamatan Tambang Desa Kualu Nanas.**

<b>No</b>	<b>Nama Industri</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Tahun</b>	<b>Nama Pemilik</b>
1	Berkat Bersama	Dusun III Lengkong	2000	Muslim
2	Mandiri I	Dusun I Pasar Buah	2001	H. Yahya
3	Mandiri II	Dusun I Pasar Buah	2011	H. Yahya
4	Primatani	Dusun II Sai Putih	2002	Khirunnas
5	Sakinah I	Dusun I Pasar Buah	2003	Wardanis
6	Sakinah II	Dusun I Pasar Buah	2003	Liyusmar
7	Aroma Rasa	Dusun III Lengkong	2006	Khairudin
8	Berkah	Dusun II Sai Putih	2007	Yusafrizal
9	Dua Saudara	Dusun III Lengkong	2010	H. Adi Usman
10	Uasaha Ibu	Dusun III Lengkong	2010	Hj. Martini
11	Sinar Hidayah	Dusun II Sai Putih	2010	Samsinar
12	Usaha Keluarga	Dusun I Pasar Buah	2010	Paimin

**Sumber: Kantor Kepala Desa Kualu Nanas 2017.**

Berkat Bersama yang merintis usaha keripik nanas terlebih dahulu, lalu disusul oleh yang lain tidak membuat usaha dalam memasarkan produknya dipasaran berjalan dengan mudah dan lancar, terdapat beberapa kendala atau halangan yang dihadapi oleh UMKM berkat bersama berupa persediaan bahan baku yang baik untuk diproduksi, tenaga kerja yang terampil, dan sampailah kepada kemampuan bersaing dan pemasaran produk yang bertujuan untuk

memperkenalkan peroduk dengan menggunakan strategi pengembangan produk. (Tjiptono, 2008).

Berikut peneliti melampirkan hasil penjualan Keripik Nanas pada usaha UMKM Berkat Bersama selama 5 tahun terakhir.

**Tabel 1.2**  
**Target dan Realisasi**  
**Penjualan Keripik Nanas Berkat**  
**Bersama**

No	Laporan Penjualan 5 Tahun Terakhir			
	Tahun	Target Penjualan (Rp)	Realisasi Penjualan (Rp)	Persentase
1	2013	150.000.000	142.720.388	95,15 %
2	2014	160.000.000	139.296.800	87,06 %
3	2015	165.000.000	156.027.630	94,56 %
4	2016	170.000.000	157.378.536	92,58 %
5	2017	175.000.000	141.140.330	80,65 %

**Sumber: Berkat Bersama, 2018**

Dilihat dari hasil penjualan di setiap tahunnya terhitung dari 2013 – 2017, UMKM Berkat Bersama memiliki prospek untuk terus menjalankan dan mengembangkan usahanya, meskipun hasil penjualan masih dalam keadaan yang tidak meningkat pada setiap tahunnya dan tidak memenuhi target yang ditentukan.

Dalam hal ini tentu akan timbul pertanyaan bagaimanakah strategi yang digunakan atau diterapkan oleh UMKM Berkat Bersama dalam pengembangan usaha kerupuk nanas yang dijalankannya selama lebih kurang 18 tahun sampai saat ini. Meskipun demikian, UMKM Berkat Bersama cukup menunjukkan perkembangan yang positif, pengembangan usaha kerupuk nanas berkat bersama memberikan banyak perubahan bagi beberapa pihak yang terkait salah satunya untuk daerah setempat dapat meningkatkan perekonomian daerah dan juga membuka lapangan pekerjaan. Bagi UMKM Berkat Bersama, pengembangan usaha yang dilakukan merupakan dasar usaha atau sumber daya dari bisnis yang dirintis secara pribadi. Bagi masyarakat, pengembangan usaha yang dilakukan akan mampu merekrut tenaga kerja seperti masyarakat sekitar dan memberdayakan masyarakat serta membantu mengembangkan skill. Berkat strategi yang diterapkan, UMKM berkat bersama sebagai pelopor pengolahan kerupuk nanas pertama di daerah setempat mampu memproduksi buah nanas menjadi lebih bernilai ekonomis yang lebih tinggi berupa kerupuk nanas.

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang disampaikan maka diperlukan batasan masalah penelitian yaitu: **Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Nanas pada UMKM Berkat Bersama ?**

## **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Nanas pada UMKM Berkat Bersama.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat Mempengaruhi Pengembangan Usaha Kerupuk Nanas pada UMKM Berkat Bersama.

## **Manfaat Penelitian**

Temuan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai :

1. Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi dengan membuat laporan penelitian secara ilmiah dan sistematis.
2. Bahan informasi bagi peneliti selanjutnya.
3. Masukan atau pertimbangan bagi Usaha Kerupuk Nanas Berkat Bersama dalam mengembangkan usahanya.

## **Landasan Teori**

### **1. Konsep Strategi**

Dilihat dari asal katanya, istilah strategi berasal dari kata *strategia* atau *strategios* (bahasa Yunani), yang mengacu pada jenderal militer dan menggabungkan dua kata *stratos* (tentara) dan *ago* (memimpin). Konteksnya adalah perencanaan untuk mengalokasikan sumber daya (tentara, senjata, bahan pangan dan seterusnya) untuk mencapai tujuan (memenangkan perang). Pemikiran para ahli strategi perang zaman dahulu (seperti Sun Tzu, Xenophon, Julius Caesar, Machiavelli, Carl Von Clausewitz, dan

Moltke) masih banyak diadopsi hingga saat ini (Tjiptono, 2015).

Meskipun signifikansi peranan dan kontribusi strategi terhadap kesuksesan organisasi tidak terbantahkan dan kendati riset tentang strategi sudah dilakukan selama beberapa dekade, hingga saat ini belum ada konsensus dikalangan akademik menyangkut apa itu strategi. Mintzberg menyatakan bahwa *“human nature insist on a definition for every concept”*.

Bourdieu (2014) mengemukakan gagasan tentang “strategi” yang dimaksudkan sebagai konsep yang mengatasi dualisme subjektivitas dan objektivitas. Sebagai mana konsep habitus dan ranah sosial, gagasannya tentang strategi dan perjuangan posisi dalam ranah yang berkaitan dengan modal juga mengalami perkembangan. Dalam tulisannya yang berjudul *“Mariages Strategies as Social Reproduction”* (1976), Bourdieu mengkritik Sasserre tentang sistem atau aturan kekerabatan serta legalisme yang diimplikasinya. Dari pemikiran ini ia mencoba memahami secara baru tentang perkawinan. Ia juga menulis tentang strategi kalkulasi waktu, uang, kerja dengan tujuan untuk memperhitungkan pergerakan individu dari posisi suproletar menjadi proletar (Bourdieu, 1979).

Bourdieu mengemukakan dua model strategi. Pertama, strategi reproduksi yaitu sekumpulan praktek yang dirancang untuk mempertahankan dan memperbaiki / meningkatkan posisi. Strategi ini sangat ditentukan oleh jumlah modal, kondisi instrumen produksi (hukum, warisan, sistem pendidikan) dan lainnya. Kedua

strategi penukaran (reconversion) yang berkaitan dengan pergerakan-pergerakan dalam ruang sosial yang juga berkaitan dengan jumlah modal dan penstrukturan tipe modal yang dominan dan yang terdominasi. Orang dapat bergerak keatas, kebawah, atau kesamping bergantung pada modal yang dimiliki dan "pertukaran modal" (Bourdieu, 1984).

Misalnya seseorang yang memiliki modal kapital ekonomi dapat meningkatkan kapital dan posisinya lebih baik dengan memanfaatkan kapital ekonomi yang dimiliki untuk melanjutkan kuliah dan meraih gelar sarjana atau doktor. Gelar baru itu dapat meningkatkan capital sosialnya. Sebagian besar bisnis dalam mengembangkan strategi terdapat dua tingkat yang berbeda.

## **2. Pengembangan Usaha**

Pada dasarnya pengembangan merupakan kesempatan-kesempatan belajar yang di desain guna membantu para pekerja. Konsekuensi logis untuk membuat organisasi mempunyai daya kompetitif yang lebih berkelanjutan dan lebih sulit ditiru, investasi dalam sumber daya ekonomi yang paling berharga yaitu manusia, tidak dapat ditunda-tunda lagi. Semakin disadari bahwa ancaman nyata terbesar terhadap stabilitas perekonomian kita adalah angkatan kerja yang tidak siap untuk menghadapi tantangan kedepan. (Kadarisman, 2013).

Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara,

perbuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintergrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja. (Marihot Tua Efendi Hariandja, 2002).

Sedangkan menurut Mangku prawira menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan dimasa depan. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akandatang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.

Saat konsumen menghitung nilai dari satu produk, mereka melihat manfaat-manfaatnya dan lalu menguranginga dengan biaya-biaya untuk melihat apakah manfaatnya melebihi biayanya. Untuk memuaskan para konsumen para pemasar harus belajar untuk mendengarkan lebih baik dari yang mereka lakukan sekarang dan beradaptasi terus menerus terhadap tuntutan pasar yang berubah-ubah. Sebuah organisasi tidak dapat melakukan survei satu waktu terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, merancang sekelompok produk untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, menaruhnya di toko-toko, dan lalu bersantai. Perusahaan harus terus-

menerus memonitor kebutuhan yang berubah-ubah dari konsumennya, dan mengadaptasikan produk-produk, kebijakan-kebijakan dan layanan-layanan terhadap perubahan tersebut (William, 2010).

### **3. Usaha Mikro Kecil Menengah**

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara UMI, UK, UM dan UB umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun, definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membangunkan pentingnya peran UMKM antar negara. Tidak ada kesepakatan umum dalam membedakan sebuah MIE dari sebuah UK, atau sebuah UK dari sebuah UM, dan yang terakhir ini dari sebuah UB. Namun demikian, secara umum, sebuah UMI mengerjakan lima atau kurang pekerja tetap walaupun banyak usaha dari kategori ini tidak mengerjakan pekerja yang digaji, yang didalam literatur sering disebut sebagai self employment. Sedangkan sebuah UKM bisa berkisar antara kurang dari 100 pekerja.

Di Indonesia definisi UMKM diatur dalam UU RI NO 20 tahun 2000 tentang UMKM. Dalam bab I (ketentuan umum), pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa UMI adalah usaha produktif milik orang-perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMI sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Perkembangan UMKM di NSB dihalangi oleh banyak hambatan. Hambatan-hambatan tersebut (atau intensitasnya) bisa berbeda antara satu daerah dan daerah lain, atau antara perdesaan dan perkotaan, atau antar sektor, atau antar sesama perusahaan di sektor yang sama. Namun, demikian, ada sejumlah persoalan yang umum untuk semua UMKM di negara manapun juga, khususnya di dalam kelompok NSB. Rintang-rintang yang umum tersebut termasuk keterbatasan modal kerja maupun investasi, kesulitan-kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku dan input lainnya, keterbatasan akses ke informasi mengenai peluang pasar dan lainnya, keterbatasan pekerja dengan keahlian tinggi (kualitas SDM rendah) dan kemampuan teknologi, biaya transportasi dan energi yang tinggi, keterbatasan komunikasi, biaya tinggi akibat prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks khususnya dalam pengurusan izin usaha, ketidakpastian akibat peraturan dan kebijaksanaan ekonomi yang tidak jelas atau tidak menentu arahnya (Tambunan, 2012).

### **Metode Penelitian**

#### **a. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kampar tepatnya di Kecamatan Tambang yaitu di Desa Kualu Nanas. Adapun pemilihan lokasi ini yaitu pada UMKM Berkat Bersama, merupakan salah satu tempat diproduksinya kerupuk nanas.

Alasan peneliti menetapkan UMKM Berkat Bersam sebagai lokasi penelitian adalah karena ia merupakan perintis pertama pada usaha kerupuk nanas khususnya pada kawasan setempat,

dan mampu bertahan sampai saat ini dengan menghadapi bisnis serupa yang terus muncul.

#### **b. Informan Penelitian**

peneliti memilih secara langsung siapa yang akan dijadikan target dalam pengumpulan data, peneliti memilih Pak Muslimin sebagai pemilik atau ketua UMKM Berkat Bersama untuk langsung diwawancarai secara langsung, peneliti juga memilih pekerja sebagai bagian dari sumber pengumpulan data yang berjumlah 6 orang.

#### **c. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam mendapatkan data yang akan dibutuhkan maka dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara. Peneliti memakai teknik wawancara mengingat dengan mengandalkan observasi saja data yang dikumpulkan belum maksimal.

#### **d. Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis dan sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### **e. Metode Analisis Data**

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Hasil Penelitian**

UMKM Berkat Bersama merupakan usaha pertama yang mengolah nanas menjadi kerupuk khususnya di kawasan setempat yaitu di Desa Kualu Nanas Kabupaten Kampar. Usaha ini masih bisa dikatakan dikerjakan dengan cara manual, karena hampir dari semua proses operasionalnya menggunakan tenaga manusia hanya saja dibantu oleh mesin pada saat penggorengan

dengan menggunakan mesin vakum. Secara tidak langsung dengan demikian usaha ini bisa menggerakkan program pemberdayaan masyarakat dan ekonomi.

Penelitian yang dilakukan di UMKM Berkat Bersama dimulai dengan mempersiapkan rancangan penelitian terlebih dahulu. Peneliti tidak bisa melakukan tahapan kegiatan tanpa adanya rancangan penelitian yang disusun secara sistematis untuk mendapatkan temuan ilmiah yang bisa dipertanggung jawabkan nantinya. Rancangan penelitian pada dasarnya merupakan suatu kegiatan sebelum dilaksanakan. Kegiatan merencanakan itu mencakup komponen-komponen penelitian yang diperlukan. Dalam banyak hal penelitian kualitatif, komponen-komponen yang akan dipersiapkan itu masih bersifat kemungkinan. Sehubungan dengan itu Lincoln dan Guba (1985:226) mendefinisikan rancangan penelitian sebagai usaha merencanakan kemungkinan-kemungkinan tertentu secara luas tanpa menunjukkan secara pasti apa yang akan dikerjakan dalam hubungan dengan unsurnya masing-masing. Arikunto (1992:14), menuturkan bahwa tahapan penelitian itu sendiri menitik beratkan pada kegiatan administratif, yaitu: pembuatan rencana penelitian, pelaksanaan penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

Peneliti tentunya juga tidak melewati tahapan pembuatan rancangan penelitian. Rancangan penelitian yang disusun oleh peneliti merujuk pada tahapan penelitian oleh Huberman dan Miles (dalam Bungin,



2003:69) dengan tujuan adanya interaktifantar kolektif data atau pengumpulan data dengan analisis data lapangan. Analisis data yang dimaksud yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data atau penarikan kesimpulan. Rancangan penelitian awal dimulai dengan tahap dimana peneliti mencari informasi mengenai objek penelitian melalui literatur-literatur online, karena informasi mengenai pengolahan nanas menjadi kerupuk sehingga meningkatkan nilai lebih pada buah nanas menarik minat untuk didiskusikan.

## **b. Pembahasan**

Pengembangan usaha merupakan aspek terpenting dalam perjalanan setiap bisnis. Bisnis dalam tahap kelas bagaimanapun tidak akan mampu berkembang jika hanya mengandalkan tahapan perencanaan semata. Butuh strategi pengembangan usaha yang *continuu* guna melebarkan sayap bisnis yang dijalankan. UMKM Berkat Bersama termasuk salah satu bisnis yang mampu berkembang sekaligus membuka lapangan pekerjaan.

Dalam proses pengolahan pertama kali usaha ini hanya dibantu oleh keluarganya saja ternyata mampu membuahkan hasil yang cukup memuaskan dimana hingga saat ini hasil yang telah dicapai antara lain:

1. Berhasil mengolah nanas yang memiliki kandungan air di hampir setiap bagiannya menjadi kerupuk nanas.
2. Berhasil meningkatkan pendapatan perekonomian keluarga, dan

3. Dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang berstatus ekonomi lemah.

Dalam menumbuh kembangkan usaha ini pengelola melakukan beberapa tahapan pengembangan usaha yang meliputi adanya ide usaha, konsep usaha, pengembangan rencana usaha dan implementasi rencana usaha. Dengan pengembangan usaha tersebut, UMKM Berkat Bersama terus berupaya melebarkan sayap usahanya dengan menggandeng masyarakat sebagai objek kegiatannya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada UMKM Berkat Bersama Kabupaten Kampar mengenai analisis strategi pengembangan usaha yang dijalankan, selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan UMKM Berkat Bersama yang dilaksanakan tersusun dengan sangat terencana, dari ide usaha meliputi: Memanfaatkan buah nanas yang tidak terjual lalu Meningkatkan nilai lebih pada buah nanas tersebut. Selanjutnya mengkonsepkan ide usaha yang ingin diterapkan oleh usahawan menjadi lebih rinci, pada usaha ini pemilik mengkonsepkan berupa: Meningkatkan perekonomian keluarga, Memanfaatkan buah nanas yang tidak laku terjual serta Meningkatkan nilai ekonomis pada buah nanas. Tahap selanjutnya usahawana sangat perlu mengembangkan rencana usaha melalui kerjasama pada

toko-toko yang telah menguasai pasar, seperti yang telah dilaksanakan oleh UMKM Berkat Bersama bekerja sama pada Pasar Bawah Pekanbaru, Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru, Minimarket Khas Oleh-oleh, dan Tempat-Tempat wisata yang ada disekitar. Dengan telah terencananya proses usaha yang ingin dijalankan maka tahap terakhir yaitu implementasi rencana usah tersebut kedalam suatu tindakan yang telah menjadi panduan dan pengendalian usaha.

2. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha pada UMKM Berkat Bersama yaitu berupa ketergantungan hasil panen buah nanas yang diperoleh pada masanya, serta pemasaran produk. Tidak hanya itu saja, faktor lain yang dirasa sangat memberi pengaruh yang cukup besaar adalah berupa Keterbatasan waktu dimana Keterbatasan waktu dianggap sebagai bumerang dalam sebuah proses peroduksi. Menyesuaikan waktu panen dengan penjualan dipasaran habis agar tidak menumpuknya hasil peroduksi harus di imbangi oleh pemilik usaha, ditambah lagi peroduk yang dihasilkan hanya bertahan selama lebih kurang 6 bulan saja asalkan peroduk terjaga kondisinya baik dari cahaya dan suhu diamana dapat mempengaruhi kualitas produk tersebut. Terakhir faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha adalah biaya

transportasi yang besar bila dilakukan diluar kota Pekanbaru.

### **Saran**

Banyaknya inovasi yang terus bermunculan tak terlepas dari kreativitas yang dimiliki oleh seseorang, berawal dari ide-ide cemerlang dengan mengamati dan menganalisis apa yang bisa dibentuk dan diolah tak jarang menghantarkan seseorang dalam dirinya untuk memulai menjadi usahawan. Sama halnya pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada UMKM Berkat Bersama, maka oleh pada itu berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti pada temuan penelitian ini yang dapat dipertimbangkan oleh pemilik usaha Berkat Bersama:

1. Dalam upaya pengembangan usaha UMKM Berkat Bersama harus dapat mengoptimalkan apa yang telah dimiliki oleh perusahaan seperti pada bagaian internal dan external, berupa sumber daya yang dimiliki, mesin yang membantu proses produksi, konsumen tetap, dan kerja sama yang dijalin.
2. Dalam upaya meningkatkan produksi kerupuk nanas, UMKM Berkat Bersama harus mampu meningkatkan dan menarik perhatian konsumen lebih luas lagi. Partisipasi masyarakat adalah faktor yang akan sangat berpengaruh untuk itu.
3. Dalam menarik perhatian masyarakat lebih kuat lagi, alangkah lebih baik lagi jika UMKM berkat Bersama mampu terus memproduksi dan mempertahankan jenis kerupuk baru maupun yang pernah

- diolahnya dahulu seperti kerupuk nangka dan juga kerupuk durian.
4. Guna mencapai saran yang dirasa cukup baik bagi peneliti, UMKM Berkat Bersama lebih memperhatikan skill yang dimiliki para pekerja dengan memberikan pelatihan khusus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rahman, Arif 2012. Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pendidikan Pemilik, Omzet Usaha, Dan Masa Memimpin Perusahaan Terhadap penggunaan Informasi Akuntansi (Studi Empiris Pada Umkm Di Kabupaten Kampar), *Jurnal Jom Feb Volume. 1 Edisi 1*
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*, edisi keempat, Andi, Yogyakarta.
- Kadarisman, M. 2013. *Manajemen Pengembangan Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Laura, p. Hartman dan Joe desjardins. 2008 *Etika Bisnis: Pengambilan Keputusan Untuk Integrasi Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mondy R Wayne. 2008. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Nickels, McHugh dan McHugh. 2009. *Pengantar Bisnis*. Edisi 8 Buku 1. Jakarta. Penerbit: Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2000 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : ALFABETA.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta Rineka Cipta, Cet-14, 2010.
- Moleong, Lexy J, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Tambunan, Tulus, 2009. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Winarta, Melani, 2015. Strategi Pengembangan Bisnis Makanan Pada Usaha Depot Dapur Jawa, *Jurnal Agora, Vol.3*.
- Hardi, Aldo, Sancoko, 2015. Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya, *Jurnal Agora Vol. 3, No. 1*
- Purwono, Joko, DKK, 2015. Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Tempe Indonesia Di Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat, *Jurnal Neo-Bis Volume 9, No. 1*
- Rahman, Arief, DKK, 2012. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan, *Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No.1*
- Moh. Munir PERAN USAHA KECIL DAN MENENGAH ( UKM ) DALAM PENCIPTAAN LAPANGAN KERJA BARU, *Jurnal MODERNISASI, Volume 1, Nomor 2, Juni 2005*