



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA
CV WIRAMITRA KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh

**LAILATUL FAJRIYAH
110210301015**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA
CV WIRAMITRA KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

**LAILATUL FAJRIYAH
110210301015**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2015**

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, karya ilmiah ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ibunda Uswatun Hasanah dan Ayahanda Mahbub, penyemangat dalam hidup yang selalu mendoakan dan menyayangiku, terima kasih atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai saat ini;
2. Bapak/Ibu guru di tingkat SD, SMP, dan SMA, dan Bapak/Ibu Dosen di Pendidikan Ekonomi-FKIP-Universitas Jember, serta semua orang yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan;
3. Almamater tercinta Pendidikan Ekonomi - FKIP - Universitas Jember;

MOTTO

*Lakukan bagianmu semampumu yang kamu bisa, selanjutnya biarkan TUHAN
melakukan bagian yang tak kamu bisa
(Aswan)**

*Keberhasilan dicapai bukan melalui jalan biasa, namipun melalui jalan berliku dan
terjal akan dapat meneguhkan dasar yang tangguh,
untuk menapak masa depan dengan gemilang
(Wilhelmus Hary Susilo)***

*) <http://www.aswanblog.com/2013/03/kumpulan-kata-bijak-kehidupan-2013.html> [diakses tanggal 11 Maret 2015]

***) Wilhelmus Hary Susilo dalam Limakrisna, Nandan dan Hary, Wilhelmus Susilo. 2012. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lailatul Fajriyah

NIM : 110210301015

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi Pengembangan Usaha Pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 Maret 2015

Yang menyatakan,

Lailatul Fajriyah

NIM. 110210301015

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA
CV WIRAMITRA KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana
Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan
Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Lailatul Fajriyah
NIM : 110210301015
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2011
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 11 Agustus 1993

Disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd
NIP. 19800827 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Strategi Pengembangan Usaha Pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, Tanggal : Kamis, 26 Maret 2014

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd
NIP. 19800827 200604 2 001

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 198602 2 001

Dr. Sukidin, M.Pd.
NIP. 19660323 199301 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Strategi Pengembangan Usaha Pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo; Lailatul Fajriyah, 110210301015; 2015: 73 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) berjalan cukup pesat. Peranan TIK sangat penting bagi manusia dan tidak dapat dihindarkan lagi dalam semua sektor terutama dalam bidang bisnis. Peluang bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi adalah bisnis jasa berbasis *server*. Bisnis *server* merupakan sebuah bisnis yang menggunakan komputer yang berfungsi untuk melayani, membatasi, dan mengontrol. Sebuah bisnis tentunya menginginkan usahanya mengalami perkembangan, berkembangnya bisnis sangat erat kaitannya dengan strategi. Strategi yang dijalankan harus sesuai dengan apa yang menjadi permasalahan krusial dari perusahaan. Salah satu perusahaan berbasis *server* yang menginginkan perusahaannya mengalami perkembangan adalah CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo, yang dijadikan sebagai tempat penelitian, karena perusahaan ini bisa dikatakan sebagai perusahaan baru yang memiliki banyak pesaing bisnis yang sejenis. Perusahaan ini harus mampu untuk bertahan dan mengembangkan usahanya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pengembangan usaha yang dilakukan pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive area* yang dilaksanakan di CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo menerapkan strategi pengembangan usaha. Adapun strategi pengembangan

usaha yang dilakukan oleh CV Wiramitra adalah pengembangan produk, penetrasi pasar, serta pengembangan pasar.

Pengembangan produk dalam CV Wiramitra dikenal dengan sebutan bisnis “TOP” (*Tour and travel, Online Payment serta Payment Point*). Penetrasi pasar dilakukan CV Wiramitra melalui beberapa kegiatan diantaranya seminar maupun *workshop* kewirausahaan yang dilakukan sendiri oleh pemilik CV Wiramitra untuk memperkenalkan produk serta mengajak agen untuk segera bergabung di daerah sekitar Sidoarjo. Selain itu, promosi dilakukan melalui internet seperti web, OLX, forum kaskus, forum djawir, *facebook, twitter, youtube, blog, weboxi*, dsb. Pengembangan pasar juga dilakukan oleh CV Wiramitra dengan melakukan beberapa perluasan pasar diantaranya, terminal server, H2H (*Host to host*), server bisnis 33 propinsi. Dengan adanya strategi pengembangan usaha yang dilakukan maka pasar yang dikuasai oleh CV Wiramitra semakin meluas dengan diikuti konsumen yang terus bertambah, omset yang diperoleh meningkat, serta konsumen merasa puas menggunakan layanan dari CV Wiramitra.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berupa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo”. karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Titin Kartini, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Titin Kartini, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi, serta Dr. Sri kantun, M.Ed selaku dosen penguji I, serta Dr. Sukidin, M.Pd, selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu selama penulis melakukan study di Universitas Jember;
6. Kakakku Siti Sholikhatin yang senantiasa mendoakan serta memberikan motivasi;

7. Adik-adikku tersayang Putri Rahmawati, Fani Raudhotul Firdausi dan Akbar izzulhaq yang selalu menjadi penyemangat hidup, dan tidak ada hentinya memberi dukungan doa dan semangat;
8. Pemilik CV Wiramitra Bapak Arif Isnaini SH, SE, MM.. yang telah mengijinkan melakukan penelitian pada perusahaannya serta meluangkan waktunya;
9. Ali Fikriy, yang tidak ada hentinya memberikan dukungan, walaupun kita berada di tempat yang berbeda. Terima kasih atas segalanya;
10. Sahabat-sahabatku penghuni kos Jawa 4 A 19 A Rani, Susi, Mely, Novi, Ika, Izzah, Emil, kakak ida, mbk Sheila, mbak Aal, dan mbak Evi yang telah memberikan semangat, masukan dan terima kasih atas pengalaman hidup yang kalian berikan selama ini;
11. Sahabat-sahabatku “Triple C dan CABE” Arini, Lilik, Arik, Hisyam, Ratih, Irma yang hadir dalam hidupku, kalian teman terbaik, terima kasih atas kebersamaannya selama ini;
12. Semua teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi angkatan 2011, terima kasih atas dukungan dan motivasinya;
13. Seluruh pihak yang telah membantu demi kelancaran penelitian ini.

Kritik dan saran penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah berupa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 26 Maret 2015

Penulis

DAFTAR ISI

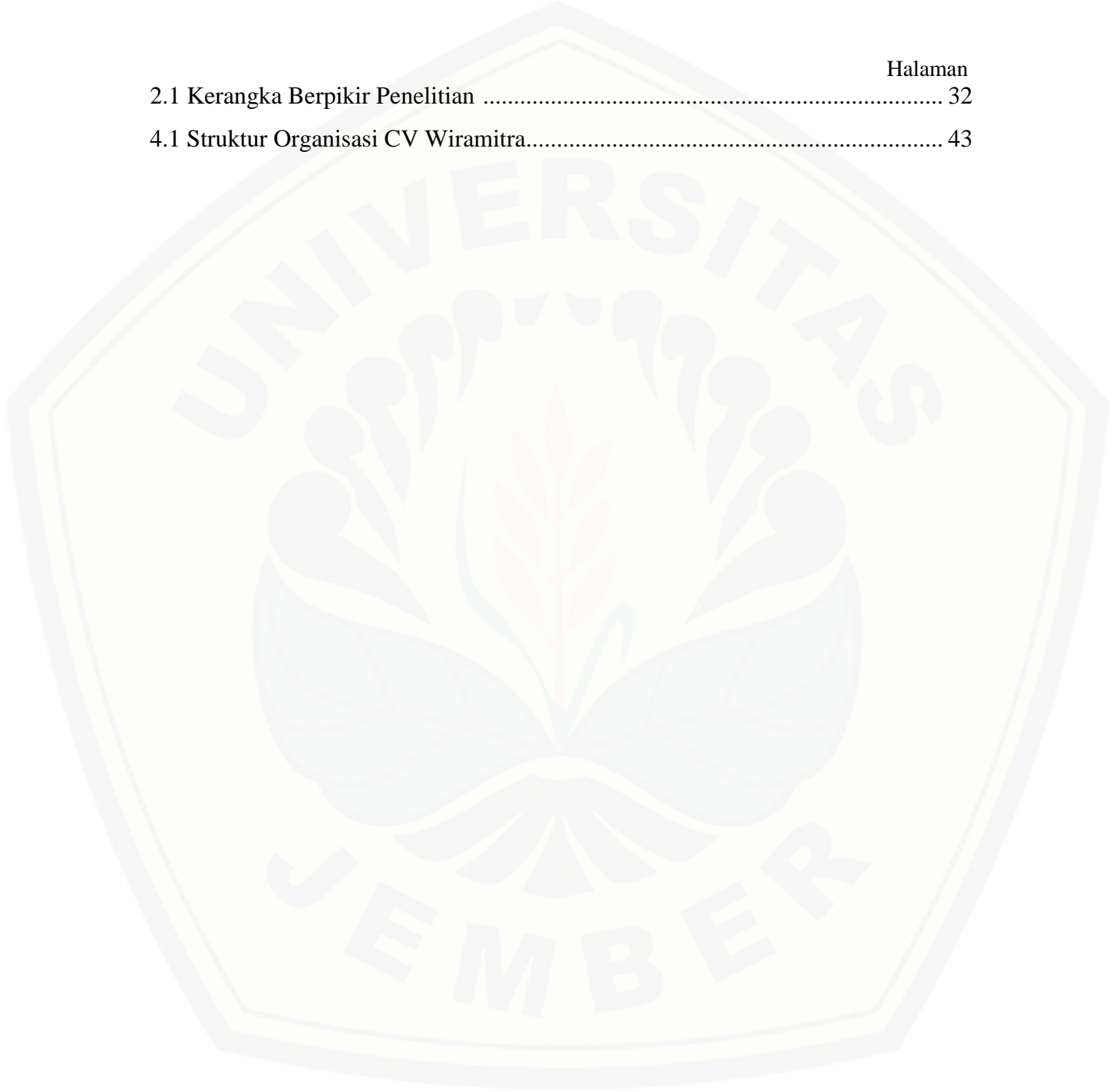
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Teori Perusahaan Jasa	8
2.2.1 Pengertian Perusahaan Jasa	8
2.2.2 Karakteristik Perusahaan Jasa.....	8
2.2.3 Klasifikasi Bisnis Jasa	10
2.3 Teori Strategi Pengembangan Usaha	12
2.3.1 Pengertian Strategi	12
2.3.2 Jenis-jenis Strategi	13

2.3.3 Strategi Pengembangan Usaha.....	15
2.3.4 Manfaat Strategi Bagi Perusahaan	28
2.4 Kerangka Berpikir	32
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
3.3 Metode Penentuan Lokasi.....	33
3.4 Subjek dan Informan Penelitian	34
3.5 Definisi Operasional Konsep	34
3.5.1 Perusahaan Jasa.....	34
3.5.2 Strategi Pengembangan Usaha.....	35
3.6 Jenis Data dan Sumber Data	36
3.6.1 Jenis Data.....	36
3.6.2 Sumber Data	36
3.7 Metode Pengumpulan Data	36
3.7.1 Metode Wawancara	37
3.7.2 Metode Observasi	37
3.7.3 Metode Dokumen	38
3.8 Analisis Data	38
3.8.1 Reduksi data.....	38
3.8.2 Penyajian data.....	39
3.8.3 Penarikan kesimpulan.....	39
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum.....	40
4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan CV Wiramitra.....	40
4.1.2 Visi dan Misi CV Wiramitra.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi CV Wiramitra	42
4.1.4 Gambaran Subjek dan Informan Penelitian	45

4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Pengembangan Produk	47
4.2.2 Penetrasi Pasar	52
4.2.3 Pengembangan Pasar	55
4.3 Pembahasan.....	61
BAB 5. PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
Daftar Bacaan.....	74
Lampiran-lampiran	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	32
4.1 Struktur Organisasi CV Wiramitra.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matriks Penelitian	76
B. Pedoman Penelitian	77
C. Pedoman Wawancara Pra Survey.....	79
D. Pedoman Wawancara Subjek dan Informan Penelitian	81
E. Transkrip Wawancara Pra Survey	87
F. Transkrip Wawancara	90
G. Foto Penelitian	111
H. Surat Ijin Penelitian.....	119
I. Surat Keterangan Penelitian dari Perusahaan	120
J. Lembar Konsultasi	121
K. Daftar Riwayat Hidup	123

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berjalan cukup pesat. Saat ini informasi yang kita butuhkan sudah dapat diakses dengan cepat dan mudah. Peranan TIK dalam kehidupan manusia semakin penting karena manusia sudah menggunakan telepon, *handphone*, komputer, internet, untuk berkomunikasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat dihindarkan lagi dalam semua sektor terutama dalam sektor bisnis yang digunakan untuk berhubungan dengan rekan kerja maupun dengan konsumen.

Pada awalnya bisnis masih menggunakan cara yang manual untuk berkomunikasi serta mendapatkan informasi untuk menunjang aktivitas bisnis yang dilakukan, sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak dapat berjalan dengan baik. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi membuat pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun dan melakukan komunikasi untuk menunjang aktivitas bisnisnya. TIK dalam bisnis membantu pelaku bisnis untuk memperoleh berbagai macam informasi dari tempat yang berjauhan dalam waktu yang singkat serta biaya yang murah. TIK dimanfaatkan dalam sektor bisnis melalui penggunaan telepon, *faksimili*, komputer, dan satelit dalam berbagai aktivitas sarana berkomunikasi perusahaan.

Salah satu peluang bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi adalah bisnis jasa berbasis *server* yang memanfaatkan koneksi internet. *Server* merupakan sebuah bisnis yang menggunakan komputer yang berfungsi untuk melayani, membatasi, dan mengontrol, dalam hal ini posisi dari *server* adalah sebagai grosir yang membawahi outlet. Selain itu, bisnis ini juga sangat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang, misalnya kebutuhan akan pulsa HP, pulsa listrik, pulsa telepon, *voucher game online*. Oleh karena itu bisnis *server*

ini mulai banyak diminati untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin bervariasi.

Salah satu bisnis jasa yang berbasis teknologi adalah perusahaan CV Wiramitra, yang terletak di daerah Sidoarjo. CV Wiramitra merupakan sebuah perusahaan jasa *server*, pusat penyedia layanan dan pembayaran *elektronis* dengan produk yang bervariasi. CV Wiramitra tentunya memiliki ciri khas dan kekuatan dalam bisnisnya, baik dari segi penambahan jumlah produk jasa yang semakin ditambah mengikuti kebutuhan konsumen. Produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra sangat bervariasi, seperti pulsa, *voucher game online*, pembayaran listrik, telepon serta pembayaran tiket *online* transportasi pesawat terbang, kereta api. Kekuatan lain yang dimiliki oleh CV Wiramitra adalah memberikan layanan transaksi yang cepat, karena menggunakan teknologi yang canggih dengan memilih internet *provider* yang cepat, sehingga koneksi internet yang terhubung tidak mengalami gangguan. Selain itu, untuk menunjang kecepatan transaksi CV Wiramitra juga menggunakan komputer *server* yang berkualitas bagus dibandingkan dengan perusahaan yang lain.

Perusahaan CV Wiramitra juga memiliki beberapa kelemahan diantaranya produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra sebatas wilayah regional saja atau wilayah di sekitar kabupaten Sidoarjo seperti Surabaya, Gresik, Pasuruan. Selain itu, transaksi yang dilakukan terkadang mengalami keterlambatan dikarenakan *provider* yang terkadang mati, sehingga transaksi tidak dapat dilakukan. Kelemahan inilah yang menjadi hal yang masih harus diperbaiki oleh CV Wiramitra agar perusahaan ini masih tetap diminati oleh masyarakat.

Peluang dari CV Wiramitra dilihat dari penggunaan telepon seluler yang ada cenderung terus meningkat, dikarenakan teknologi yang semakin canggih. Penggunaan telepon seluler tidak dibatasi oleh kalangan tertentu. Selain itu pengguna internet khususnya anak-anak bahkan dewasa yang menyukai *game online* yang

semakin meningkat, sehingga produk-produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra kepada konsumen dapat diterima dengan baik serta pangsa pasarnya yang sangat luas.

Ancaman yang dialami oleh CV Wiramitra yaitu adanya persaingan produk dari perusahaan sejenis lainnya, yang menyebabkan konsumen dapat berpindah ke perusahaan lain. Dalam hal ini CV Wiramitra berusaha untuk memperbaiki layanan produk yang ditawarkan untuk memuaskan konsumen. CV Wiramitra merupakan salah satu bisnis *online* berbasis *server* yang bukan pertama kali ada di Sidoarjo, banyak sekali pesaing-pesaing bisnis sejenis berbasis *server* yang ada di wilayah Sidoarjo seperti Duta pulsa, Fastpay, Stok pulsa yang sudah terlebih dahulu merintis usaha ini.

Pengalaman yang dimiliki perusahaan pesaing tersebut justru lebih banyak, selain itu pasar yang mereka kuasai juga cukup luas dibandingkan dengan CV Wiramitra. Inilah hal yang harus diperhatikan, karena CV Wiramitra bukan pemula dari bisnis *server online*. Jadi CV Wiramitra perlu melakukan inovasi yang lebih optimal, terkait dengan usaha yang dijalankan agar dapat besaing dengan perusahaan yang sudah dahulu merintis bisnis ini.

Berkembangnya bisnis ini sangat erat kaitannya dengan strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan, karena strategi merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang, serta program tindak lanjut dari perusahaan tersebut. Berbagai macam strategi dapat digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan semakin banyaknya perusahaan jasa *online* ini, CV Wiramitra harus mampu untuk tetap mempertahankan kelangsungan usahanya serta besaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya. Tentunya strategi yang dijalankan harus sesuai dengan apa yang menjadi permasalahan krusial dari perusahaan. Agar nantinya, strategi yang dijalankan dapat membantu CV Wiramitra untuk mengembangkan bisnisnya serta dapat besaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi CV Wiramitra, strategi sangat perlu dilakukan untuk lebih mengembangkan bisnisnya.

Strategi pengembangan usaha yang dijalankan dapat berupa pengembangan produk yang harus ditambah untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, penetrasi pasar dengan melakukan iklan serta promosi di pasar lama dengan menggunakan pendekatan kepada konsumen yang berbeda. Pengembangan pasar juga sangat perlu dilakukan ke wilayah lain, agar banyak pelanggan dapat menggunakan jasa yang ditawarkan oleh CV Wiramitra. Jika perusahaan melakukan strategi pengembangan usaha diharapkan adanya perubahan yang ditimbulkan dari penerapan strategi ini dalam hal penambahan jumlah konsumen, penguasaan pasar, omset yang didapatkan semakin meningkat. serta kepuasan kosumen.

Penelitian yang berkaitan adalah penelitian Elvira Maharani (2013) yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Untuk Usaha Jasa Penyewaan alat Pesta dan Tenda Pada CV Surya Rianputra Sentosa”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa rekomendasi strategi bisnis yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan adalah melakukan penetrasi pasar, yaitu berupa promosi dengan menggunakan media cetak atau elektronik. Penelitian tersebut dijadikan acuan untuk penelitian ini, mengenai strategi pengembangan usaha CV Wiramitra. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan strategi pengembangan usaha yang dilakukan pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan baru serta pengalaman khususnya penelitian ilmiah serta meningkatkan daya pikir dalam membuat karya tulis ilmiah.
2. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan bahan referensi dan bahan kepustakaan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian yang sejenis.
3. Bagi Perusahaan, dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk melakukan pengembangan usaha.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas beberapa teori yang menjadi dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini yang mencakup: penelitian terdahulu, teori perusahaan jasa, teori tentang strategi pengembangan usaha serta kerangka berpikir penelitian.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha pada perusahaan jasa yang berbasis teknologi sampai saat ini masih belum ada. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya mengenai strategi pengembangan usaha pada perusahaan jasa yang berbasis teknologi.

Berdasarkan studi pustaka yang dilakukan, peneliti menemukan penelitian yang berkaitan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Meliana Simon dan Dhyah Harjanti, SE., M.Si tahun 2013 yang berjudul "*Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Jasa Desain Interior Pada UD. XYZ di Surabaya*". Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengelolaan dan pengembangan usaha pada UD. XYZ. Dalam penelitian ini, analisis kondisi lingkungan internal dilakukan berdasarkan fungsi bisnis, sedangkan analisis lingkungan eksternal dengan menggunakan lima kekuatan porter. Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil dari penelitian pada UD. XYZ disarankan untuk menggunakan strategi fokus dengan tetap berkonsentrasi pada target dan segmen tertentu

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Meliana Simon dan Dhyah Harjanti, SE., M.Si adalah sama-sama melakukan penelitian mengenai pengelolaan dan pengembangan usaha pada perusahaan jasa. Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah mengenai analisis yang

digunakan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Meliana Simon dan Dhyah Harjanti, SE., M.Si mengenai pengelolaan usaha dan pengembangan usaha jasa desain interior menggunakan analisis SWOT dan lima kekuatan porter untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pada perusahaan jasa *server* serta *online payment* dengan menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Penelitian yang berkaitan selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Cindy Octavia Rusly dan Ratih Indriyani, SE., MM. tahun 2013 yang berjudul “*Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Pada PT Sariadi Wahana Jasa di Surabaya*”. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan perusahaan keluarga PT. Sariadi Wahana Jasa di Surabaya, mendeskripsikan lingkungan internal dan eksternal perusahaan, melakukan analisis SWOT, dan menentukan formulasi strategi pengembangan usaha. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa, rencana strategi pengembangan usaha lebih ditekankan pada pengembangan pasar didukung kerja sama dengan perusahaan jasa pengiriman asing dan maskapai penerbangan nasional, membuka kantor cabang, dan membuka cabang/perwakilan di luar negeri untuk mengantisipasi perdagangan bebas ASEAN.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Octavia Rusly dan Ratih Indriyani, SE., MM. adalah sama-sama melakukan penelitian mengenai pengelolaan dan pengembangan usaha pada perusahaan jasa. Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah mengenai analisis yang digunakan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Cindy Octavia Rusly dan Ratih Indriyani, SE., MM. mengenai pengelolaan usaha dan pengembangan usaha jasa pengiriman jasa ekspedisi dalam kegiatan ekspor dan impor di perdagangan nasional yang menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pada perusahaan jasa

server serta *online payment* dengan menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian terdahulu tersebut diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan peneliti serta diharapkan dapat membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo”

2.2 Teori Perusahaan Jasa

2.2.1 Pengertian Perusahaan Jasa

Salah satu jenis perusahaan yang dapat dilihat dari jenis usahanya adalah perusahaan jasa. Menurut Warren (2014:3), perusahaan jasa merupakan perusahaan dengan aktivitas utamanya memberikan pelayanan jasa atau menyediakan jasa bagi pelanggan. Pendapat yang sama juga dikatakan oleh Herry (2013:2), perusahaan jasa merupakan perusahaan yang jenis usahanya tidak menjual barang, tetapi menjual jasa kepada pelanggan, misalnya perusahaan jasa telekomunikasi, perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi, pelayanan kesehatan, dan jasa konsultan. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan jasa merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi produk yang tidak terlihat, serta produknya dapat memberikan manfaat kepada konsumen.

2.2.2 Karakteristik Perusahaan Jasa

Terdapat beberapa karakteristik perusahaan jasa yang membedakan dengan jenis kegiatan dari perusahaan lain. Menurut Warren (2014:3), karakteristik perusahaan jasa diantaranya:

a. Tidak berwujud

Sifat jasa sendiri memiliki wujud fisik yang tidak dapat dilihat dan diraba. Jadi, perusahaan jasa merupakan perusahaan yang tidak menjual barang yang tidak dapat dilihat dan diraba, namun dapat dirasakan manfaatnya.

b. Tidak Dapat Dipisahkan

Perusahaan jasa menjual produk yang tidak terdapat pemisahan antara produksi dan penjualan jasa. Produksi dan penjualan pada jasa terjadi pada waktu yang bersamaan.

c. Berubah-ubah

Perusahaan jasa memiliki sifat tidak dapat distandardisasi, karena sangat bergantung pada selera, waktu, tempat dan karakteristik konsumen itu sendiri.

d. Tidak Dapat Disimpan

Perusahaan jasa memiliki sifat barang yang tidak dapat disimpan untuk dijual kembali pada waktu yang berbeda. Jadi, proses produksi dan penjualan terjadi bersamaan.

Hery (2013:2) menyebutkan, ciri-ciri perusahaan jasa yang membedakan dari perusahaan sejenis adalah:

- a. Perusahaan jasa tidak menawarkan produk yang jelas wujudnya, artinya sebuah perusahaan jasa pada hakekatnya tidaklah menjual produk yang berwujud dikarenakan jasa adalah sesuatu yang tidak bisa dilihat bentuk fisiknya, namun dapat dirasakan manfaat atau faedahnya.
- b. Sifat untuk mengukur standar harga pada jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa. Harga yang mungkin dikenakan oleh suatu perusahaan jasa selalu berubah tergantung dari pusatnya.

Berdasarkan karakteristik dan ciri yang disebutkan diatas mengenai perusahaan jasa, CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo dinilai sesuai dengan objek penelitian. Karena CV Wiramitra merupakan sebuah perusahaan *server* yang menjual barang yang tidak berwujud yaitu penjualan pulsa all operator, serta melayani pembelian maupun pembayaran secara *elektronis*. Produksi dan penjualan jasa terjadi secara bersama-sama serta harga yang dikenakan pada perusahaan selalu berubah atau tidak dapat di standardisasi.

2.2.3 Klasifikasi Bisnis Jasa

Produk jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan tidak ada yang benar-benar mirip antara satu dengan yang lain. Oleh karena itu, untuk memahami bisnis sektor jasa ada beberapa klasifikasi bisnis jasa. Berdasarkan Klasifikasi Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization- WTO*), sesuai dengan GATS/WTO- *Central Product Classification/ MTN.GNS/W/120* (Dalam Lupiyoadi 2013:8) menyebutkan ruang lingkup klasifikasi bisnis jasa meliputi:

a. Jasa Bisnis

Jasa bisnis merupakan sebuah bisnis yang menghasilkan barang tidak berwujud, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Jasa bisnis ini sifatnya umum dan tidak spesifik terhadap produk tertentu, sehingga produk yang dihasilkan dapat bervariasi.

b. Jasa Komunikasi

Jasa komunikasi merupakan jasa yang disediakan oleh badan penyelenggara atau badan lain, bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan bertelekomunikasi dengan menggunakan fasilitas telekomunikasi.

c. Jasa Konstruksi dan Teknik

Jasa konstruksi dan teknik merupakan perusahaan jasa yang memberikan konsultasi yang berkenaan dengan pelaksanaan suatu proyek tertentu, atau susunan (model, tata letak) suatu bangunan.

d. Jasa Distribusi

Jasa distribusi adalah perusahaan jasa yang menangani penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan).

e. Jasa Pendidikan

Jasa pendidikan adalah sebuah institusi jasa yang menangani dan melayani bidang pendidikan. Jasa pendidikan ini bersifat kompleks yang sifatnya padat karya dan padat modal, disebut padat karya karena banyak tenaga kerja yang dibutuhkan dan harus memiliki skill khusus dalam bidang pendidikan, dan

padat modal karena membutuhkan infrastruktur (peralatan) yang lengkap dan harganya cukup mahal.

f. Jasa Lingkungan Hidup

Jasa lingkungan hidup adalah suatu jasa yang memiliki nilai strategis dan ekonomi tinggi, melalui upaya pemanfaatan potensi jasa (baik berupa jasa penyediaan, jasa pengaturan, jasa budaya, maupun jasa pendukung) yang diberikan oleh fungsi ekosistem dengan tidak merusak dan tidak mengurangi fungsi pokok ekosistem tersebut.

g. Jasa Keuangan

Jasa keuangan adalah jasa yang disediakan oleh industri keuangan. Jasa keuangan juga digunakan untuk merujuk pada organisasi yang menangani pengelolaan dana bank, investasi, perusahaan asuransi, perusahaan kartu kredit, perusahaan pembiayaan konsumen, dan sekuritas.

h. Jasa Kesehatan dan Jasa Sosial

Jasa kesehatan dan jasa sosial merupakan jasa yang disediakan oleh institusi yang menangani masalah kesehatan dan masalah sosial yang ada dalam masyarakat.

i. Jasa Kepariwisata dan Jasa yang Terkait dengan Perjalanan

Jasa Kepariwisata adalah perusahaan jasa yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan/mengusahakan objek wisata dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut.

j. Jasa Rekreasi, Budaya, dan Olahraga

Jasa rekreasi adalah perusahaan jasa yang melakukan kegiatan untuk penyegaran kembali rohani dan jasmani seseorang selain pekerjaan, yang dapat berupa mengunjungi situs budaya maupun melakukan olahraga, sehingga menyebabkan jasmani dan rohani seseorang menjadi lebih fresh.

k. Jasa Transportasi

Jasa transportasi adalah perusahaan jasa yang memindahkan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin.

l. Jasa lain-lain yang belum masuk kategori manapun.

Berdasarkan klasifikasi bisnis jasa diatas dapat disimpulkan bahwa, CV Wiramitra masuk dalam klasifikasi jasa bisnis, khususnya jasa bisnis *server* karena CV Wiramitra menyediakan produk yang tidak barang tidak berwujud, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Produk yang ditawarkan CV Wiramitra sangatlah bervariasi, tidak spesifik terhadap produk tertentu. Variasi produk CV Wiramitra mulai dari penjualan pulsa all operator sampai dengan pembelian maupun pembayaran secara elektronik.

2.3 Teori Strategi Pengembangan Usaha

2.3.1 Pengertian Strategi

Sebuah perusahaan tentunya memiliki cara khusus dalam mengelola usahanya, cara yang dilakukan oleh perusahaan tersebut akan dirumuskan dalam sebuah strategi. Hendro (2011:513) mendefinisikan, strategi sebagai satu keputusan yang harus dilakukan oleh wirausahawan ketika menghadapi sebuah keadaan. Pilihan strategi dapat berupa kebijakan, aturan dari seorang pebisnis, atau manajemen yang sangat berperan dalam pengambilan keputusan. Sedangkan Hamel dan Prahalad (dalam Suroso, 2011:3) mengatakan, strategi sebagai suatu tindakan yang bersifat senantiasa meningkat, dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa yang akan datang. Strategi juga dapat diartikan juga sebagai sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

Berdasarkan pendapat diatas mengenai strategi dapat disimpulkan bahwa, CV Wiramitra hendaknya melakukan strategi dalam perusahaan, untuk mencapai

apa yang menjadi tujuan utama perusahaan, yang sudah ditetapkan dalam visi dan misi. Hal tersebut nantinya akan dirumuskan dalam program tertentu, yang mengarah kepada strategi perusahaan sifatnya jangka panjang. Strategi tersebut akan terus semakin berkembang sesuai kemajuan zaman, dan mengikuti kebutuhan pelanggan, karena akan mengarah pada kekuatan dari perusahaan tersebut untuk tetap bertahan dalam posisi bersaing dengan perusahaan yang lain.

2.3.2 Jenis-Jenis Strategi

Sebuah perusahaan dapat memilih berbagai macam alternatif strategi untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini tentunya tergantung dari masing-masing perusahaan. Menurut Hari dan Zulkieflimansyah (2000:96) menyatakan, terdapat beberapa jenis strategi fungsional dari sebuah perusahaan, strategi fungsional ini diperlukan masing-masing bidang fungsional perusahaan dari suatu usaha atau bisnis, sehingga strategi tersebut akan menghasilkan tugas-tugas yang dibentuk sebagai realisasi strategi bisnis. Jenis strategi fungsional dari perusahaan diantaranya:

a. Strategi Penelitian dan Pengembangan

Strategi penelitian dan pengembangan dalam sebuah perusahaan sangat berperan penting dalam menghasilkan produk yang baru untuk bisnis dan perusahaan secara keseluruhan dengan cara menemukan ide-ide produk yang baru dan mengembangkannya sampai produk tersebut diproduksi dan memasuki pasar. Penelitian dan pengembangan sebuah usaha sangat perlu dilakukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan. Pengembangan usaha tidak hanya dilakukan oleh sebuah perusahaan yang baru, namun juga harus dilakukan bagi perusahaan dalam posisi persaingan bisnis yang sangat ketat, sehingga perusahaan tersebut tidak mengalami kebangkrutan.

b. Strategi Operasi

Strategi operasi dalam sebuah perusahaan berperan dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kapasitas perusahaan yang diinginkan, proses industri dan gambar serta pengelolaan persediaan. Dua hal yang paling penting dalam strategi operasi ini adalah biaya pengendalian dan efisiensi.

c. Strategi Keuangan

Strategi keuangan dalam sebuah perusahaan memiliki keterkaitan dengan peramalan dan perencanaan keuangan, evaluasi usulan investasi, menjamin keamanan dalam segala investasi serta pengendalian sumber-sumber keuangan. Proses yang dilakukan dalam strategi keuangan adalah dengan memperkirakan keuntungan potensial dan mengevaluasi keuangan usaha.

d. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dalam perusahaan menitikberatkan pada segmentasi pasar, menentukan target dan *positioning*. Selain itu memusatkan diri pada perencanaan dan pengembangan secara tepat dan cermat dengan menggunakan bauran pemasaran yang efektif. Bauran pemasaran dalam hal ini dapat dilakukan secara luas dan tidak selalu berpedoman pada bauran pemasaran konvensional seperti produk, tempat, harga, dan promosi

e. Strategi Sumber daya manusia

Strategi Sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan sangat berhubungan dengan proses rekrutmen, penyeleksian, penilaian, motivasi, serta mempertahankan jumlah dan tipe pekerja yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha secara efektif. Sumber daya manusia yang mumpuni dan sesuai dengan bidangnya akan lebih mudah mencapai sasaran yang diinginkan.

Berdasarkan jenis-jenis strategi secara fungsional, dalam penelitian ini strategi yang digunakan oleh CV Wiramitra adalah strategi pengembangan usaha. Strategi ini hendaknya dilakukan CV Wiramitra untuk lebih mengembangkan usaha yang dijalankannya, apalagi keadaan perusahaan ini sangat kompetitif dengan perusahaan yang lain. Sehingga strategi ini sangat diperlukan agar usaha yang

dijalankan oleh CV Wiramitra dapat berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lain.

2.3.3 Strategi Pengembangan Usaha

Saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, hal ini mengharuskan suatu perusahaan untuk dapat mengembangkan bisnis yang dijalankan, agar dapat menjadi besar, maju, dan berkembang sesuai dengan tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan. Dalam mengembangkan usaha sebuah perusahaan memiliki sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan yang menginginkan usahanya mengalami kemajuan. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha yang sedang dijalankan adalah strategi intensif yang dapat digunakan untuk mengelola usaha serta mengembangkan usaha yang dijalankan oleh sebuah perusahaan baik perusahaan individu, ataupun organisasi.

Menurut David (2011:257), strategi intensif dalam pengembangan usaha merupakan strategi yang mengharuskan adanya upaya untuk mengembangkan usaha jika perusahaan dalam posisi kompetitif atau persaingan antar perusahaan yang semakin ketat sebuah dengan produk yang sudah ada semakin membaik. David (2011:257) menyatakan bahwa, terdapat beberapa sub strategi intensif yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya diantaranya, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengembangan pasar.

a. Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan sub strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini, namun harus disesuaikan dengan jenis perusahaan. Menurut Muhammad (2013:296), pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan dan memiliki resiko yang relatif tinggi.

Pearche dan Robinson (2000:299) menyatakan bahwa, pengembangan produk meliputi modifikasi yang cukup besar atas produk lama atau penciptaan produk yang baru yang masih berkaitan yang dapat dipasarkan kepada pelanggan, melalui saluran yang sudah ada. Strategi pengembangan produk seringkali digunakan untuk memperpanjang daur hidup produk yang sudah ada maupun untuk memanfaatkan reputasi atau merk favorit. Sedangkan Assauri (2007:219) menyatakan bahwa, dengan mengadakan pengembangan produk, perusahaan dapat memahami kebutuhan dan keinginan pasar, serta melihat kemungkinan penambahan atau perubahan ciri-ciri khusus dari produk, menciptakan beberapa tingkat kualitas, atau menambah tipe maupun ukuran untuk lebih memuaskan pasar yang telah tersedia.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk merupakan sub strategi dengan menciptakan produk yang baru atau merubah suatu produk yang masih berkaitan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut David (2011:260), terdapat lima pedoman tentang saat pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif diantaranya:

- 1) **Perusahaan Memiliki Produk-Produk Berhasil**
Pengembangan produk sebuah perusahaan dapat dilakukan dengan melihat siklus dari sebuah produk. Jika siklus hidup yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk, maka perusahaan harus melakukan pengembangan produk, karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut sudah baik. Selain itu, penjualan produk harus lebih ditingkatkan agar lebih banyak konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.
- 2) **Perusahaan Berkompetisi di Industri yang Ditandai Oleh Perkembangan Teknologi yang Cepat**
Perkembangan teknologi yang cepat menuntut sebuah perusahaan untuk melakukan pengembangan produk. Karena dengan kemajuan teknologi semua perusahaan akan berusaha untuk memperbaiki produk mereka menjadi lebih

menarik. Sehingga persaingan antar perusahaan akan semakin terlihat. Perusahaan harus mampu mengembangkan produknya seunik mungkin, agar konsumen tetap menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan.

3) Pesaing Pertama Menawarkan Produk Berkualitas Lebih Baik dengan Harga Bagus

Pesaing merupakan ancaman bagi sebuah perusahaan. Ketika pesaing menawarkan produk yang berkualitas bagus dengan harga yang terjangkau. Maka perusahaan harus berfikir untuk mengembangkan produk yang mereka miliki dengan kualitas yang lebih bagus, unik dengan harga terjangkau. Sehingga konsumen lebih tertarik dengan produk yang dihasilkan tersebut.

4) Perusahaan Bersaing dalam Industri dengan Tingkat Pertumbuhan Tinggi

Persaingan antar perusahaan merupakan suatu hal yang umum dilakukan dalam setiap bisnis, jika melihat pesaing memiliki pertumbuhan yang tinggi, maka perusahaan harus berfikir ulang untuk memperbaiki serta memodifikasi produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar dapat menyaingi pertumbuhan perusahaan pesaing.

5) Perusahaan Memiliki Kapabilitas Penelitian dan Pengembangan yang Sangat Kuat

Pengembangan produk merupakan salah satu sub strategi yang memerlukan biaya yang besar, untuk melakukan penelitian dan pengembangan. Oleh karena itu, jika sebuah perusahaan sudah memiliki kemampuan yang cukup untuk melakukan penelitian dan pengembangan, maka perusahaan hendaknya melakukan pengembangan produk untuk memodifikasi produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat secara luas.

Berdasarkan pedoman mengenai pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan, hendaknya CV Wiramitra melakukan riset pemasaran terlebih dahulu, baik keadaan yang ada didalam perusahaan, maupun keadaan yang ada diluar perusahaan. Sehingga strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan baik, dan tepat sasaran. Strategi pengembangan produk didasarkan pada

penetrasi pasar lama dengan melakukan modifikasi produk atau mengembangkan produk yang baru yang kaitannya jelas dengan lini produk yang sudah ada. Kotler (dalam Pearce dan Robinson, 2000:297) menyatakan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan produk (mengembangkan produk baru untuk pasar lama) diantaranya:

1) Mengembangkan Atribut Baru

Pengembangan produk yang baru dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan cara:

a) Adaptasi Produk

Cara adaptasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan gagasan lain dalam sebuah produk. Agar produk yang dihasilkan dapat bervariasi. Selain itu adaptasi juga dapat dilakukan melalui pengembangan dari sebuah produk.

b) Modifikasi Produk

Modifikasi dalam sebuah produk harus disesuaikan dengan produknya. Modifikasi produk ini dapat dilakukan dengan cara produk tersebut dirubah, bau, bentuknya maupun rupanya.

c) Memperbesar Produk

Memperbesar sebuah produk dapat dilakukan dengan cara merubah bentuk dari produk menjadi lebih kuat, lebih panjang, lebih tebal.

d) Memperkecil Produk

Memperkecil sebuah produk dapat dilakukan dengan cara merubah produk yang dihasilkan menjadi lebih kecil, lebih pendek, lebih ringan.

e) Substitusi Produk

Mengembangkan sebuah produk dapat dilakukan dengan mencari barang pengganti, jika barang pokok yang utama sulit dicari dan mahal. Substitusi dari sebuah produk dapat dilakukan dengan substitusi yang berupa mencari bahan lain, menggunakan proses lain, serta sumber tenaga yang lain.

f) Penataan Kembali Produk

Penataan kembali dapat dilakukan untuk sebuah produk tertentu. Penataan kembali produk dapat dilakukan dengan cara merubah pola, merubah tata letak, merubah urutan serta merubah komponen dari suatu produk.

g) Membalik Produk

Membalik sebuah produk merupakan suatu hal yang unik yang dilakukan oleh produsen. Membalik suatu produk tidak dilakukan sembarangan, melainkan dengan aturan-aturan tertentu.

h) Kombinasi Produk

Mengkombinasi sebuah produk, umumnya dilakukan oleh hampir semua. Perusahaan mengkombinasi produk dapat dilakukan dengan cara mencampur, meramu, assortasi, rakitan, unit gabungan, kegunaan, dan gagasan dari sebuah produk.

2) Mengembangkan Beragam Tingkat Mutu

Mutu merupakan suatu hal yang sangat penting dari sebuah produk. Penentuan mutu umumnya dilakukan dengan perbedaan harga yang ditawarkan, umumnya semakin baik mutu dari suatu produk, maka semakin mahal harganya.

3) Mengembangkan Model dan Ukuran Lain (Profilerasi Produk)

Mengembangkan model dengan ukuran lain merupakan cara umum yang digunakan dalam sebuah perusahaan. Karena, dengan mengembangkan model maka konsumen merasa lebih senang, sebab barang yang ditawarkan oleh produsen semakin bervariasi dan sesuai dengan keinginan mereka.

Berdasarkan pengembangan produk diatas, hendaknya CV Wiramitra melakukan pengembangan produk untuk memperpanjang siklus hidup dari produk yang ada saat ini, upaya yang dilakukan dalam pengembangan produk oleh CV Wiramitra adalah adaptasi dengan melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan yang diinginkan konsumen, dengan cara meningkatkan variasi produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Perlu juga adanya modifikasi sebuah produk, dengan sedikit merubah produk, baik dari mekanisme maupun

layanan yang ditawarkan kepada konsumen, agar produk dikembangkan dapat menarik minat konsumen. Selain itu CV Wiramitra harus melakukan pengembangan bisnis serta gagasan-gagasan yang baru, agar masyarakat semakin tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra ini.

b. Penetrasi Pasar

Sebuah perusahaan umumnya melakukan pengembangan usaha, salah satunya dengan menggunakan strategi penetrasi yang dapat meningkatkan skala ekonomi untuk mendukung keuntungan bersaing perusahaan. Menurut David (2011:257), penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar. Sedangkan menurut Assauri (2007:193) penetrasi pasar merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan penjualannya atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha pemasaran yang lebih agresif.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa penetrasi pasar merupakan sebuah cara bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan cara melakukan upaya pemasaran baik iklan maupun promosi yang lebih berbeda dari sebelumnya. Tujuan utama dari penetrasi pasar yang dilakukan oleh sebuah perusahaan diantaranya adalah:

- 1) Mempertahankan atau Meningkatkan Pangsa Pasar Produk dalam Perusahaan
Tujuan ini dapat dicapai jika strategi penetrasi pasar dikombinasikan dari strategi harga yang kompetitif, iklan, promosi penjualan dan mungkin lebih banyak sumber daya pribadi yang diarahkan untuk menjual
- 2) Perusahaan Aman dari Kekuasaan Pesaing Saat Pertumbuhan Pasar
Sebuah perusahaan harus mampu untuk mempertahankan bahkan meningkatkan pangsa pasar dalam sebuah produk jasa yang sudah ada, agar para pesaing yang ada sulit untuk memasuki pasar yang sudah lebih dahulu dijangkau oleh suatu perusahaan.

3) Menata Kembali Pasar yang Sudah dikuasai Oleh Pesaing

Penataan kembali pasar yang dikuasai pesaing memerlukan aktivitas promosi yang kuat, didukung oleh sebuah strategi harga. Sehingga para pesaing enggan untuk memasuki pasar tersebut, karena strategi yang sudah dilakukan cukup membuat pesaing merasa tertekan.

4) Meningkatkan Penggunaan Oleh Pelanggan yang Ada

Peningkatan ini dilakukan dengan cara memperkenalkan program loyalitas konsumen pada penetrasi pasar. Dalam hal ini penetrasi pasar haruslah dipilih pada bisnis yang berfokus hanya pada pasar dan produk yang sangat di pahami oleh pasar tersebut, serta dibutuhkan kecerdasan pemasaran untuk mendapatkan informasi tentang pesaing dan kebutuhan pelanggan. Karena strategi ini akan memerlukan banyak investasi baru dalam penerapannya sebab harus didahului oleh riset pasar.

Berdasarkan tujuan dalam penetrasi pasar, diharapkan CV Wiramitra mampu untuk mencapai tujuan penetrasi pasar yang diharapkan oleh semua perusahaan. Karena CV Wiramitra merupakan perusahaan jasa yang memiliki banyak pesaing bisnis dengan layanan yang sama dan dirasa sangat perlu untuk melakukan penetrasi pasar. Menurut David (2011:257), strategi penetrasi pasar meliputi 3 hal diantaranya:

1) Penambahan Jumlah Tenaga Penjualan

Penambahan jumlah tenaga penjualan dengan kualitas yang baik dan kriteria tertentu yang harus ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan jasa harus memiliki karyawan yang berkualitas. Karena dalam jasa pelayanan harus menjadi sesuatu yang wajib dilakukan, agar nantinya sebuah perusahaan dapat melayani konsumen secara prima. Sehingga konsumen merasakan kepuasan, dan menggunakan jasa tersebut kembali.

2) Peningkatan Pengeluaran untuk Iklan

Peningkatan pengeluaran untuk iklan, hal ini jelas dilakukan oleh sebuah perusahaan, karena iklan merupakan sebuah hal yang penting. Ini dilakukan

untuk lebih memperkenalkan sebuah produk ataupun jasa kepada konsumen. Iklan dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan secara manual, maupun melalui media iklan seperti media cetak, media elektronik dengan memanfaatkan teknologi yang sudah ada. Dengan demikian apa yang menjadi tujuan awal perusahaan menentukan target pasar dapat tercapai dengan baik.

3) Penawaran Produk untuk Promosi Secara Ekstensif

Penawaran produk untuk promosi secara ekstensif atau pelipatgandaan upaya-upaya pemasaran hal ini bermaksud meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Jadi, penawaran produk untuk promosi dapat dilihat proses penyampaian jasa ke konsumen apakah sudah tersalurkan secara baik atau belum. Selain itu, penawaran produk untuk promosi dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan yang ada sehingga keuntungan yang didapatkan semakin meningkat.

Berdasarkan sub strategi dalam penetrasi pasar dapat disimpulkan bahwa, penetrasi pasar hendaknya dilakukan CV Wiramitra melalui upaya pemasaran baik iklan maupun promosi yang lebih besar dari sebelumnya, sehingga produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dapat dikenali oleh masyarakat secara luas. Kegiatan iklan dapat dilakukan menggunakan cara yang berbeda baik melalui media cetak, maupun online, dengan memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang saat ini. David (2011:258) menyebutkan, terdapat lima pedoman tentang saat penetrasi pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif diantaranya:

1) Pasar Saat Ini Belum Jenuh Terhadap Produk atau Jasa Tertentu.

Strategi penetrasi pasar sangat efektif dilakukan, jika pasar belum jenuh terhadap sebuah produk atau jasa ditawarkan oleh produsen pada pangsa pasar tertentu. Keadaan pasar saat ini masih dapat menerima serta menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen.

2) Tingkat Pemakaian Konsumen Saat ini Dapat Dinaikkan Secara Signifikan dalam Kurun Waktu Tertentu.

Strategi penetrasi pasar dapat dilakukan, apabila konsumen masih menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen, bahkan dalam jangka waktu tertentu penggunaan barang maupun jasa yang ditawarkan dapat meningkat secara signifikan.

3) Pangsa Pasar Pesaing Utama Menurun, Sementara Total Penjualan Industri Meningkat

Strategi penetrasi pasar juga sangat efektif, jika dalam sebuah pasar terdapat pesaing yang sangat kuat dengan produk jasa yang sama. Namun konsumen lebih menyukai produk jasa yang ditawarkan produsen tertentu. Produk jasa yang ditawarkan pesaing justru mengalami penurunan, sedangkan dengan produk jasa yang ditawarkan oleh produsen tertentu justru mengalami peningkatan secara drastis.

4) Korelasi Antara Pengeluaran Penjualan Mata Uang dan Pemasarannya Secara Historis Tinggi

Sebuah bisnis umumnya berkaitan dengan nilai mata uang tertentu. Strategi penetrasi pasar dalam hal ini juga saling terkait dengan dengan perubahan nilai mata uang. Strategi ini dapat dilakukan secara efektif jika hubungan antara pengeluaran penjualan mata uang dengan pemasaran produk jasa yang dilakukan meningkat. Dengan kata lain hubungan nilai mata uang dengan pemasaran produk atau jasa berbanding lurus.

5) Meningkatnya Skala Ekonomi Memberikan Keunggulan Kompetitif yang Besar

Strategi ini efektif jika semakin tinggi jumlah produk jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, biaya per unit jasa yang dihasilkan justru akan menurun. Hal ini akan menimbulkan keuntungan kepada perusahaan tersebut. Jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing dengan produk yang sama.

Berdasarkan pedoman penggunaan strategi penetrasi pasar diatas, hendaknya CV Wiramitra melakukan riset pemasaran terlebih dahulu untuk

mengetahui keadaan pasar yang ada, sehingga strategi penetrasi pasar dapat digunakan tepat pada sasaran.

c. Pengembangan Pasar

Menurut Pearce dan Robinson (2000:298), pengembangan pasar merupakan sebuah sub strategi yang paling rendah resikonya. Strategi ini dijalankan dengan memasarkan produk-produk, ataupun pengenalan produk atau jasa yang ada, ke wilayah-wilayah geografis yang baru. Sehingga produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan baik manufaktur atau jasa dapat diketahui tidak hanya disatu tempat saja, melainkan di berbagai tempat yang menjadi sasaran pemasaran sebuah perusahaan. Menurut Pearce dan Robinson (2000:298), Pengembangan pasar memungkinkan perusahaan mengidentifikasi penggunaan produk yang baru untuk produk yang sudah serta pasar demografis, psikografis, serta geografis baru. Suwarsono (2013:295) mengemukakan, pengembangan pasar atau perluasan pasar pada dasarnya berusaha menambah jangkauan pemasaran dari jenis barang yang sekarang telah diproduksi, jika ada modifikasi produk, umumnya dilakukan dengan tidak merubah atribut pokok.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam sebuah pengembangan pasar, produk yang sudah ada dalam suatu perusahaan, dikembangkan dan diperkenalkan ke wilayah yang baru dengan keadaan pasar yang baru. Dengan cara ini produk yang dihasilkan oleh perusahaan nantinya dapat dikenal secara luas oleh konsumen. Pengembangan pasar hendaknya dilakukan dengan menambah pasar sasaran, memodifikasi (memperbanyak) saluran distribusi dan memperbaiki (menambah) intensitas promosi. Selain itu, perusahaan juga dapat mencoba menarik segmen pasar baru dengan cara mengembangkan produk yang diharapkan memiliki daya tarik untuk kelompok konsumen yang menjadi sasaran. Menurut David (2011:259), terdapat enam pedoman tentang saat pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif diantaranya:

1) Saluran-Saluran Distribusi Baru yang Tersedia Berkualitas Baik

Strategi pengembangan produk lebih efektif dilakukan perusahaan, apabila saluran distribusi yang ada dapat diandalkan, tidak mahal dengan kualitas yang baik. Dengan saluran distribusi yang baik, maka perusahaan dengan mudah untuk melakukan pengembangan pasar, memperkenalkan produk jasa yang dihasilkan ke tempat-tempat yang baru. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualan.

2) Perusahaan Sangat Berhasil dalam Bisnis yang Dijalankannya

Strategi pengembangan produk dapat dilakukan, apabila sebuah perusahaan sukses dalam menjalankan bisnisnya. Perusahaan mampu menjual produk yang dihasilkan di pasar tertentu, dengan penjualan yang semakin meningkat. Sehingga perusahaan harus memperkenalkan produk atau jasa ke konsumen di wilayah geografis yang baru, agar produk yang dihasilkan perusahaan dapat dikenal oleh konsumen secara luas dan tidak hanya di wilayah tertentu saja.

3) Perusahaan Mempunyai Modal dan SDM yang Dibutuhkan untuk Mengelola Perluasan Operasi

Strategi pengembangan pasar lebih efektif dilakukan, jika perusahaan memiliki modal yang cukup, dan SDM yang memadai. Modal sangat berperan penting dalam pengembangan pasar ini, karena dengan modal yang besar pengenalan produk ke wilayah geografis yang baru dapat dengan mudah dilakukan. Selain itu, SDM yang ada harus lebih kreatif untuk memodifikasi produk, agar produk yang dihasilkan menarik dan unik. Sehingga konsumen dapat tertarik serta produk yang dijual mengalami peningkatan yang signifikan.

4) Perusahaan Memiliki Kapasitas Produksi yang Berlebih.

Apabila sebuah perusahaan memproduksi produk atau jasa yang melebihi kapasitas, maka harus melakukan pengembangan pasar. Sebab pasar yang lama akan merasa jenuh dengan produk sama atau sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan tertentu. Dengan melakukan pengembangan pasar dan

memperkenalkan produk ke pasar yang lebih baru, maka produk yang dihasilkan agar sedikit berkurang.

5) Industri Dasar Perusahaan dengan Cepat Berkembang serta Cakupannya Global

Apabila sebuah perusahaan mengalami perkembangan yang sangat baik di wilayah global, maka dalam melakukan pengembangan pasar perusahaan akan mengalami kemudahan. Sebab perusahaan tidak perlu susah memperkenalkan produk yang dihasilkan, justru konsumen yang meminta produk yang dihasilkan dipasarkan di wilayah mereka.

Berdasarkan pedoman penggunaan strategi diatas, CV Wiramitra hendaknya melakukan riset pemasaran terlebih dahulu mengenai keadaan yang ada didalam usahanya dan faktor-faktor yang mendukung. Sehingga pengembangan pasar yang dilakukan dapat berhasil dan sesuai dengan target yang ditentukan. Menurut Pearce dan Robinson (2000:298), pengembangan pasar terdapat beberapa aspek diantaranya:

1) Membuka Pasar Geografis Baru

Pengembangan pasar harus dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk lebih memperkenalkan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh konsumen. Oleh karena itu, pengembangan pasar dapat dilakukan dalam berbagai perluasan wilayah pemasaran diantaranya:

a) Ekspansi Regional

Perusahaan melakukan pengembangan wilayah pemasaran, pada wilayah regional atau daerah tertentu saja yang menjadi sasaran pasar.

b) Ekspansi Nasional

Perusahaan melakukan pengembangan wilayah pemasaran, pada wilayah nasional yang sudah mencakup beberapa daerah bahkan propinsi yang ada di Indonesia.

c) Ekspansi Internasional

Perusahaan melakukan pengembangan wilayah pemasaran pada tingkat internasional. Artinya perusahaan dapat dilakukan tidak hanya didalam negeri saja juga dapat dilakukan sampai ekspor keluar negeri. Namun, untuk melakukan pengembangan pasar sampai ke luar negeri harus disesuaikan dengan produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tertentu.

2) Memikat Segmen Pasar Lain

Pengembangan pasar juga dapat dilakukan dengan memikat segmen pasar lain untuk meningkatkan penjualan diantaranya adalah:

a) Mengembangkan Versi Produk untuk Mengikat Segmen Lain

Pengembangan versi produk harus dilakukan oleh perusahaan yang menginginkan peningkatan penjualan pada segmen yang berbeda. Agar, produk yang dijual lebih bervariasi, sehingga konsumen merasa tertarik untuk menggunkan produk yang ditawarkan.

b) Menggunakan Saluran Distribusi Lain

Penggunaan saluran distribusi yang berbeda pada umumnya lebih menarik konsumen untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Karena, konsumen merasa nyaman dan tidak kesulitan untuk mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan.

c) Beriklan di media Iklan

Penggunaan media iklan merupakan salah satu cara yang efektif untuk melakukan pengembangan pasar. Dengan teknologi yang canggih iklan tidak hanya dapat dilakukan surat kabar, koran dsb, namun dapat dilakukan dengan menggunakan web, iklan baris di internet. Dengan demikian produk maupun jasa yang ditawarkan dapat dilakukan secara luas.

Berdasarkan aspek pengembangan pasar tersebut, hendaknya CV Wiramitra dapat melakukan beberapa aspek perluasan pemasaran tidak hanya sebatas wilayah regional, namun sampai dengan wilayah nasional. Produk-produk yang dimiliki dapat dinikmati oleh masyarakat secara luas. Selain itu,

untuk mengikat segmen pasar lain hendaknya CV Wiramitra memperbaiki (menambah) intensitas promosi agar apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat dicapai dengan baik serta dapat mengembangkan produk-produk yang bervariasi sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang hanya terbatas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan strategi pengembangan usaha secara intensif yang dilakukan oleh CV Wiramitra, karena menurut peneliti dan hasil observasi yang dilakukan strategi pengembangan usaha secara intensif hendaknya dilakukan pada saat perusahaan dalam posisi yang kompetitif, dengan kata lain banyak pesaing bisnis dengan produk yang sejenis menguasai pasar. Strategi pengembangan usaha intensif yang dilakukan oleh perusahaan terdiri dari pengembangan produk yang umumnya dilakukan sebuah perusahaan untuk mengembangkan usahanya agar nantinya perusahaan dapat memahani dan memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, dalam strategi pengembangan usaha juga terdapat penetrasi pasar yang meliputi peningkatan iklan maupun promosi penjualan secara ekstensif pada pangsa pasar lama, dengan cara yang lebih berbeda. Serta pengembangan pasar jadi sebuah perusahaan harus memperkenalkan produk yang dimilikinya kedalam wilayah geografis yang baru agar perusahaan dapat membaca pangsa pasar dan dapat memperluas usahanya.

2.3.4 Manfaat Strategi Bagi Perusahaan

Strategi bagi sebuah perusahaan tentunya memiliki peranan penting karena strategi merupakan cara perusahaan untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan. Menurut Supriyono (2003:8), manfaat strategi dalam sebuah perusahaan diantaranya:

a. Untuk Mengantisipasi Tantangan dan Peluang Masa Depan

Perusahaan harus mampu untuk membaca situasi yang ada di lingkungan sekitarnya. Perusahaan juga harus dapat memahami jika terdapat situasi tertentu

yang akan menguntungkan atau bahkan mengancam posisi perusahaan. Sebuah perusahaan tentunya memiliki peluang untuk mengelola usaha yang dijalankan. Peluang yang didapatkan oleh sebuah perusahaan, hendaknya dimanfaatkan dengan baik. Karena dengan adanya peluang yang dimiliki maka sebuah perusahaan akan mengalami kemajuan yang signifikan.

Disisi lain, terdapat juga tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan baik dari tantangan yang berasal dari dalam maupun yang berasal dari luar perusahaan. Tantangan ini menjadi sebuah hal yang harus dihadapi dan diselesaikan oleh perusahaan, sebisa mungkin perusahaan harus meminimalisir tantangan yang dihadapi dengan merumuskan strategi yang jitu, sehingga perusahaan masih dapat berjalan dan berkembang dalam jangka waktu yang lama.

b. Dapat Memberi Tujuan dan Arah Perusahaan di Masa yang Akan Datang

Setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan sebagai sebuah pernyataan mengenai keadaan yang ingin dicapai perusahaan pada waktu yang akan datang melalui kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan dalam perusahaan. Unsur penting dalam tujuan sebuah perusahaan adalah hasil-hasil akhir yang diinginkan di waktu mendatang dan usaha atau kegiatan sekarang yang sedang dijalankan. Perusahaan yang memiliki tujuan akan lebih mudah untuk menentukan strategi yang nantinya akan dijalankan. Karena perusahaan tersebut sudah memiliki tolak ukur mengenai apa yang akan dikerjakan. Dengan memiliki strategi, perusahaan dapat memberi pandangan dan masa depan yang jelas kepada semua karyawan perusahaan. Sehingga semua karyawan memiliki tanggung jawab untuk mengerjakan pekerjaan yang sesuai dengan tujuan awal yang sudah ditetapkan oleh perusahaan tertentu.

c. Sebagai Alat untuk Memantau Jalanya Perusahaan

Perusahaan pastinya sudah menentukan strategi yang akan dijalankan, sehingga perusahaan akan memiliki patokan ataupun hal yang dicapai sebagai hasil akhir dalam perumusan strategi. Dalam jangka waktu tertentu, strategi

yang dirumuskan didalam sebuah perusahaan dapat menunjukkan dampak yang ditimbulkan sebagai hasil akhir dalam strategi yang sudah ditetapkan.

Dampak yang ditimbulkan dalam sebuah strategi dapat berpengaruh terhadap kesuksesan bahkan kegagalan yang dialami perusahaan. Jika sebuah perumusan strategi yang dijalankan dalam perusahaan mengalami kesuksesan, maka strategi tersebut dapat dijadikan sebuah tolak ukur dalam penentuan strategi berikutnya. Namun, jika strategi yang sudah dirumuskan justru mengakibatkan kegagalan perusahaan, maka harus ada evaluasi yang nantinya akan memperbaiki perumusan strategi. Sehingga dalam jangka panjang perusahaan dapat berjalan dengan baik dan tujuan yang ditetapkan dapat dicapai secara maksimal.

d. Memberikan Informasi Kepada Managemen dalam Merumuskan Tujuan Akhir Perusahaan

Strategi yang dijalankan dalam sebuah perusahaan tentunya juga sebagai pemberi informasi kepada semua orang yang ada didalam perusahaan. Sehingga dengan adanya strategi orang yang terlibat dalam perusahaan akan mengerti mengenai hal-hal yang harus dilakukan maupun hal yang harus dihindari. Strategi dalam sebuah perusahaan juga dirumuskan dan disesuaikan dengan apa yang menjadi tujuan awal perusahaan. Perumusan tujuan akhir sebuah perusahaan tentunya tidak dapat dilakukan secara langsung, tetapi harus memperhatikan lingkungan dan memperhatikan etika masyarakat dan sekitarnya. Sehingga terdapat hubungan timbal balik yang positif antara perusahaan dengan masyarakat yang ada.

e. Membantu Managemen dalam Membuat Keputusan Proaktif maupun Reaktif-Agresif

Strategi dalam sebuah perusahaan tentunya sangat membantu managemen dalam membuat keputusan. Keputusan proaktif maupun reaktif-agresif yang diambil bukan sekedar pikiran. Namun merupakan strategi bisnis yang potensial tergantung pada situasi yang dihadapi. Keputusan proaktif yang

diambil manajemen dalam sebuah perusahaan, berarti mengambil langkah untuk mempertahankan bisnis dalam jangka panjang.

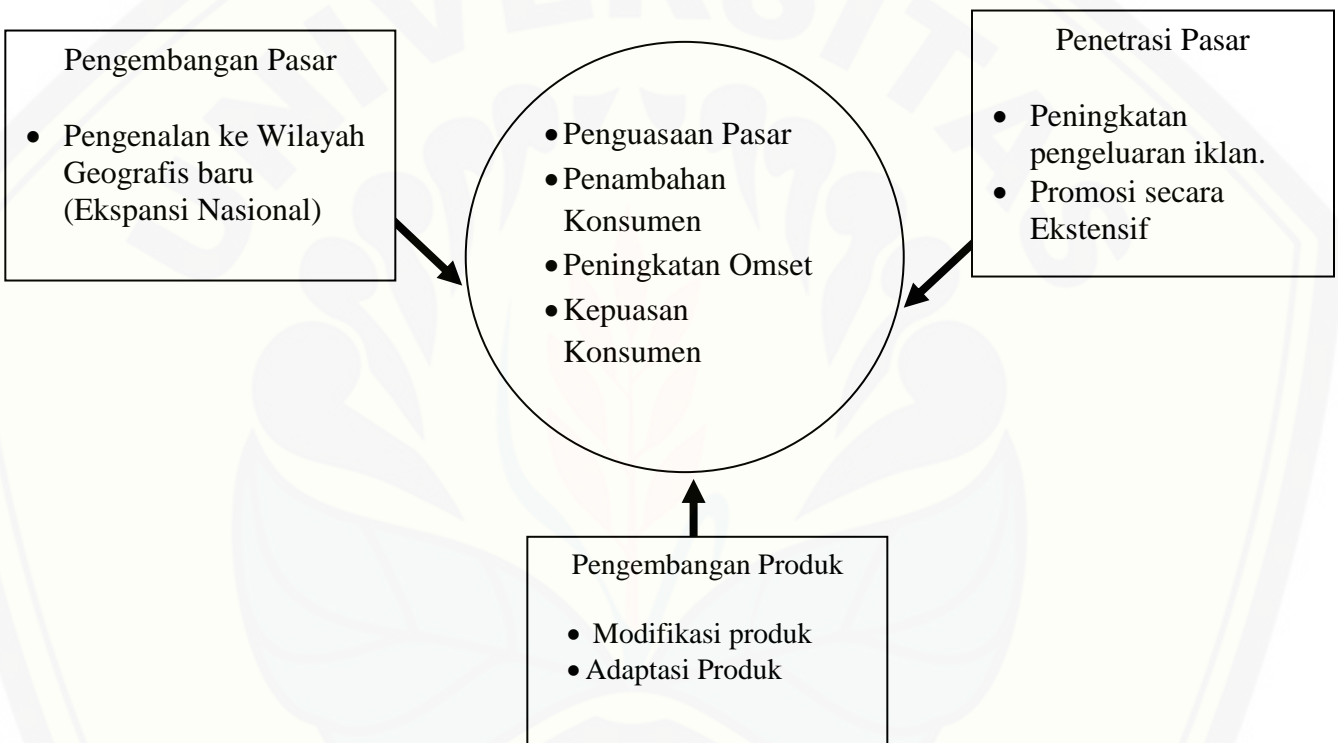
Hal ini akan menuntut seseorang manager untuk menganalisa situasi dengan cermat dan kemudian mengidentifikasi alternatif yang paling cocok untuk bisnis yang sedang dijalankan. Sedangkan keputusan reaktif diambil manajemen perusahaan, ketika bereaksi terhadap situasi yang mempengaruhi bisnis yang dijalankan terutama pesaing, keputusan yang diambil manager perusahaan ini terlihat seperti solusi yang baik pada awalnya, tetapi jika situasi dengan cara yang sama setiap saat, mungkin bukan solusi terbaik untuk bisnis yang sedang dijalankan. Oleh karena itu, diperlukan strategi agar para manager tepat dalam membuat keputusan yang diambil dalam setiap situasi.

- f. Perusahaan yang menyusun strategi umumnya lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menyusun strategi. Karena strategi menunjukkan arah perusahaan untuk menentukan arah, serta keputusan yang diambil oleh manager, sehingga perusahaan dapat terarah dengan baik. Jika dalam perusahaan tidak menggunakan strategi maka perusahaan akan menjadi kacau karena tidak ada patokan tertentu yang harus dilakukan.

Berdasarkan manfaat strategi diatas, dapat disimpulkan bahwa CV Wiramitra hendaknya menyusun sebuah strategi dalam menjalankan bisnisnya. Karena strategi akan menunjukkan cara sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang yang telah ditetapkan sebelumnya, serta sebagai alat untuk evaluasi kebijakan oleh para manager perusahaan.

2.4 Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan hasil studi pustaka yang telah dilakukan oleh peneliti, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini 3 ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Metode dalam penelitian ini meliputi rancangan penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, metode penentuan lokasi, subjek dan informan penelitian, definisi operasional konsep, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, pendekatan kualitatif dengan metode penentuan lokasi penelitian yaitu metode *purposive area*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Selain itu, sumber data diperoleh dari subjek maupun informan, metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumen. Untuk analisis data yaitu menggunakan metode analisis dari Miles and Huberman yang berupa reduksi data, penyajian data, serta kesimpulan.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian dengan mengumpulkan data dari perusahaan, kemudian diolah menjadi informasi dari kejadian di lapangan mengenai strategi pengembangan usaha pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

3.3 Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi menggunakan metode *purposive area*, karena dalam penelitian ini peneliti menentukan daerah penelitian atas dasar kesengajaan dan pertimbangan serta disesuaikan dengan tujuan penelitian. Lokasi yang digunakan

peneliti adalah perusahaan jasa CV Wiramitra yang terletak di jalan Perum Ciputran Citra Garden B 07/09 Sidoarjo Jawa Timur. Dasar pertimbangan peneliti melakukan penelitian di CV Wiramitra, karena perusahaan ini bisa dikatakan sebagai perusahaan baru, yang memiliki banyak pesaing bisnis yang sejenis. CV Wiramitra harus mampu menggunakan strategi yang tepat untuk mengembangkan usahanya, sehingga dapat besaing dengan perusahaan lain.

3.4 Subjek dan Informan Penelitian

Penentuan subjek dan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive*, yang ditentukan secara sengaja oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik dari CV Wiramitra yaitu bapak Arif Isnaini SH, SE, MM. Untuk lebih menguatkan informasi yang diperoleh, maka dibutuhkan informan yang merupakan orang yang terlibat langsung dalam usaha CV Wiramitra. Informan dalam penelitian ini adalah *manager operasional* yaitu Khoirul Arifin S.psi dan kepala bagian IT yaitu Irfan Nur Hamid S.Kom serta konsumen CV Wiramitra yaitu Sholikhatin.

3.5 Definisi Operasional Konsep

Untuk menghindari perbedaan persepsi dan kesalahan penafsiran dalam penelitian ini, maka perlu adanya definisi operasional konsep. Adapun istilah yang perlu didefinisikan dalam penelitian ini adalah :

3.5.1 Perusahaan Jasa

Perusahaan jasa dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa bisnis, khususnya jasa bisnis *server*. Produk yang ditawarkan CV Wiramitra sangatlah bervariasi, tidak spesifik terhadap produk tertentu. Variasi produk CV Wiramitra mulai dari penjualan pulsa all operator sampai dengan penyediaan layanan pembelian maupun pembayaran secara *elektronis*.

3.5.2 Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha merupakan salah satu cara untuk menjadikan sebuah usaha menjadi lebih maju, baik, dan berfokus pada tujuan jangka panjang. Upaya ini dilakukan dengan cara mengembangkan produk yang dimiliki dalam keadaan perusahaan yang kompetitif. Strategi pengembangan usaha CV Wiramitra dalam penelitian ini adalah:

a. Pengembangan Produk

Pengembangan produk dalam penelitian ini yaitu upaya merubah atau mengembangkan produk CV Wiramitra yang sudah ada dipasaran, agar lebih menarik minat konsumen. Pengembangan produk dalam penelitian ini berupa modifikasi produk berupa penambahan layanan yang ditawarkan kepada konsumen, selain itu adaptasi produk sehingga konsumen tidak merasa jenuh dengan produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra.

b. Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar dalam penelitian ini adalah yaitu upaya CV Wiramitra untuk meningkatkan pangsa pasar, yang berfokus pada penjualan produk yang ada di pasar yang telah ada sebelumnya. Penetrasi pasar dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meningkatkan upaya pemasaran berupa iklan serta promosi yang gencar untuk menarik konsumen.

c. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar dalam penelitian ini yaitu upaya yang digunakan oleh CV Wiramitra untuk memasarkan produk jasa kepada pada wilayah geografis yang baru seperti DI Yogyakarta, Sidoarjo, serta Banjar Kalimantan Selatan. Pengembangan pasar ini dalam penelitian ini, bertujuan untuk lebih mengintensifkan upaya pemasaran kepada konsumen tidak sebatas wilayah regional, namun sampai dengan wilayah nasional.

3.6 Jenis Data dan Sumber Data

3.6.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu data berupa informasi langsung yang diperoleh dari hasil wawancara langsung kepada pemilik yaitu bapak Arif Isnaini SE, SH, MM mengenai strategi pengembangan usaha yang dilakukan di CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

b. Data Sekunder

Data Sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini berupa catatan pribadi, baik dalam bentuk gambar maupun tulisan yang dianggap relevan dengan strategi pengembangan usaha yang dilakukan di CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh dari observasi awal yang dilakukan dengan pemilik CV Wiramitra yaitu Bapak Arif Isnaini SE, SH, MM.

3.6.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari:

- a. Subjek penelitian yaitu Bapak Arif Isnaini SE, SH, MM.
- b. Informan penelitian: *manager operasional* yaitu Khoirul Arifin, S.psi kepala bagian IT yaitu Irfan Nur Hamid, S.kom serta konsumen yang sekarang menjadi agen yaitu Sholikhatin.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan data yang berasal dari kenyataan-kenyataan yang berlaku, dan diperoleh dalam praktik di lapangan. Data-data tersebut diperoleh melalui wawancara, observasi serta dokumen.

3.7.1 Metode Wawancara

Data yang akurat diperoleh melalui pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*Indepth interview*). Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi pengembangan usaha yang dilakukan CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo lebih dalam dan akurat yang dibutuhkan peneliti. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pemilik CV Wiramitra yaitu Arif Isnaini SH, SE, MM. *Manager operasional* CV Wiramitra yaitu Khoirul Arifin, S.psi, kepala bagian IT yaitu Irfan Nur Hamid, S.kom serta konsumen yaitu Sholikhatin.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berdialog secara langsung dengan subjek maupun informan penelitian. Sebelum melakukan wawancara, peneliti membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu agar dalam proses wawancara terarah dan lancar. Wawancara dilakukan dengan alat bantu perekam suara melalui *handphone*, dan buku catatan sebagai alat wawancara, untuk membantu peneliti merekam, dan mencatat hasil wawancara dengan subjek maupun informan penelitian. Rekaman tersebut kemudian diputar kembali kemudian peneliti mencatat hal-hal yang penting yang dibutuhkan. Data yang ingin diperoleh peneliti dari metode wawancara adalah berupa informasi tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh CV Wiramitra. Informasi yang diperoleh nantinya akan digunakan sebagai data primer dalam penelitian ini.

3.7.2 Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Pada tahap observasi ini, peneliti mengamati secara langsung segala kegiatan yang ada di CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo. Metode observasi ini dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai penyajian jasa, layanan yang dikembangkan oleh CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

3.7.3 Metode Dokumen

Metode dokumen dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan dokumen resmi berkaitan dengan strategi pengembangan usaha yang dilakukan CV Wiramitra. Dokumen yang dimaksud mencakup surat-surat, data-data sejarah perusahaan, jenis produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra, kegiatan pemasaran perusahaan, wilayah pemasaran yang sudah dijangkau oleh CV Wiramitra, jumlah konsumen, serta berkas lainnya yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh CV Wiramitra.

3.8 Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menganalisa temuan serta data yang ada di lapangan, selanjutnya hasil yang diperoleh disusun secara sistematis dengan cara mengorganisasikan data kedalam beberapa kategori sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, memilih data dan informasi yang penting kemudian membuat kesimpulan.

Jenis analisis data yang digunakan dengan mengikuti konsep yang diberikan oleh Miles and Huberman dengan langkah-langkah sebagai berikut:

3.8.1 Reduksi data

Reduksi data adalah meringkas, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak diperlukan, serta menelaah data yang telah didapatkan. Reduksi data dalam penelitian ini adalah dengan menyeleksi data-data yang didapatkan serta disesuaikan dengan apa yang menjadi pokok bahasan penelitian, kemudian dirangkum dan difokuskan pada strategi pengembangan usaha pada CV Wiramitra, sedangkan data yang tidak sesuai dengan pokok bahasan penelitian ini dihilangkan.

3.8.2 Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian atau deskripsi yang komperhensif. Dalam penelitian ini data-data mengenai strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh CV Wiramitra akan dijabarkan, serta dikategorisasikan dalam bentuk uraian deskriptif. Sehingga akan lebih memudahkan peneliti untuk memahami serta memudahkan dalam penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3.8.3 Penarikan kesimpulan

Langkah yang terakhir yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penelitian ini dituliskan dalam bentuk paparan deskriptif mengenai permasalahan yang diteliti yang sebelumnya masih kurang jelas. Kesimpulan dalam penelitian ini diuraikan secara deskriptif serta berurutan atau naratif. Dalam menarik kesimpulan, peneliti melakukan penafsiran terhadap data yang sudah disesuaikan dengan sumber data yang ada.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini, terdiri atas gambaran umum perusahaan, hasil penelitian mengenai strategi pengembangan usaha berupa, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengembangan pasar, hasil penelitian serta pembahasan.

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Sejarah dan Profil perusahaan CV Wiramitra

CV Wiramitra merupakan perusahaan berbasis teknologi *server* yang terletak di perum Ciputra Citra Garden B7/9 Sidoarjo. CV Wiramitra menyediakan penjualan dan pembayaran secara *elektronis* bagi para mitra di seluruh Indonesia. CV Wiramitra yang Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) keluar pada 14 Agustus 2013 adalah salah satu usaha dari group *Action & Inspiration Center (AIC) Resources*. AIC awalnya hanya usaha di bidang pelatihan sumber daya manusia yang dipimpin langsung oleh bapak Arif Isnaini, SH, SE, MM melalui jasa pelatihan di bidang pengembangan diri, pemasaran, dan kewirausahaan, yang sudah dirintis dari tahun 2001. Namun sekarang usaha ini berkembang sejalan dengan berkembangnya bisnis teknologi.

Banyaknya pengalaman yang dimiliki bapak Arif Isnaini, SH, SE, MM dalam melatih, memberikan konsultasi SDM bidang pengembangan diri, pemasaran, serta kewirausahaan menjadikan mitra usaha dalam grup ini mendapatkan layanan pengembangan secara maksimal, baik dalam rangka pengembangan pribadi maupun pengembangan usaha.

Salah satu cara untuk menumbuhkan wirausaha adalah dengan mendirikan WIRAMITRA (www.wiramitra.com) yang merupakan sebuah usaha berbasis teknologi. CV Wiramitra pada awalnya hanya menyediakan satu jenis produk yang berupa pulsa, posisi CV Wiramitra pada saat itu adalah menjadi *distributor* dari Bandung. Seiring berjalannya waktu CV Wiramitra mampu menyediakan berbagai

layanan dan produk sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk yang dijual diantaranya pulsa all operator, token PLN, *voucher game online*, transaksi pembayaran tagihan PLN, telepon rumah, speedy, flexy dan berbagai tagihan lain yang masih akan terus di tambahkan ke dalam sistem CV Wiramitra.

Pasar yang dimiliki oleh CV Wiramitra awalnya tidak terlalu luas, perusahaan ini hanya menawarkan produk yang dimilikinya didaerah sekitar Sidoarjo seperti, Surabaya, Pasuruan, Gresik. Saat ini CV Wiramitra berusaha untuk menguasai pasar hingga ke wilayah nasional dengan melakukan iklan di internet maupun berbagai seminar kewirausahaan ke beberapa daerah. Sehingga, semakin lama pasar yang dikuasai oleh CV Wiramitra semakin luas, hal ini terbukti CV Wiramitra sudah menguasai *live server* beberapa daerah di wilayah luar jawa.

4.1.2 Visi dan Misi CV Wiramitra

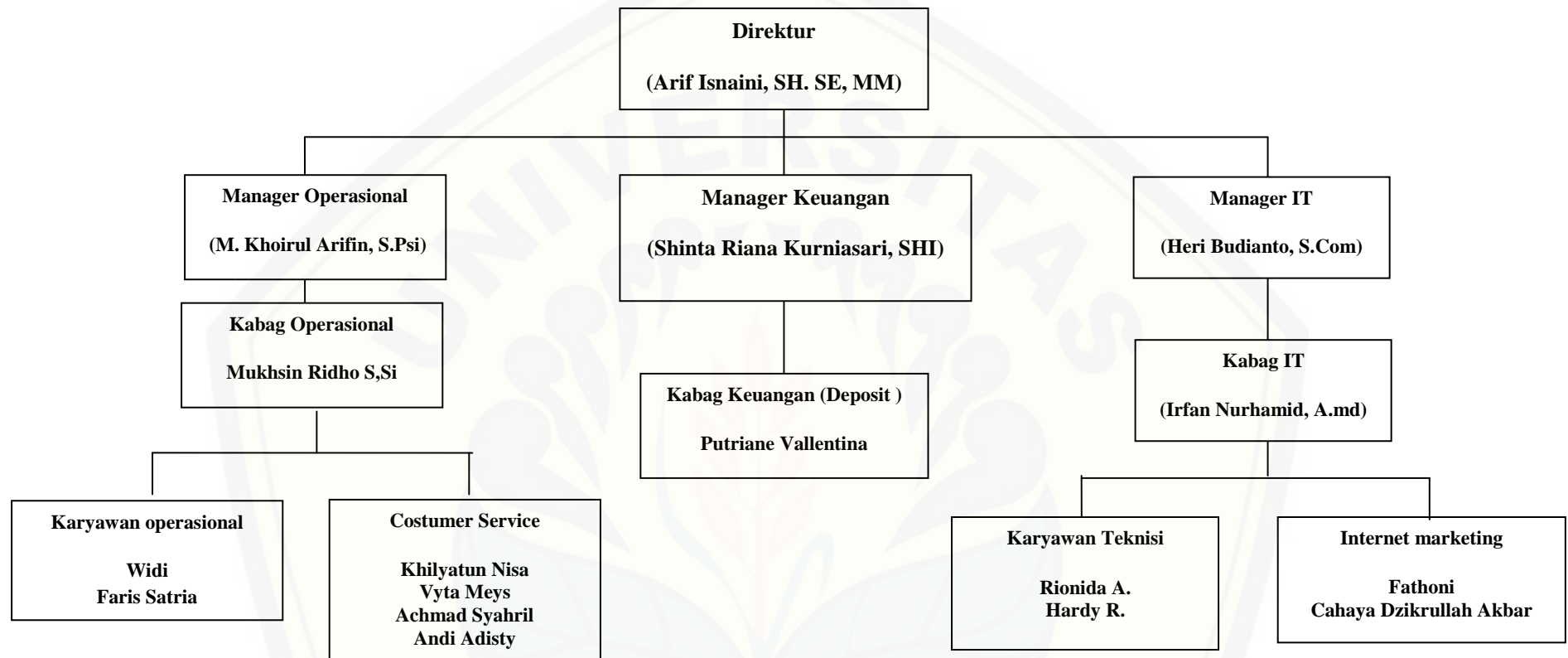
Suatu perusahaan perlu memiliki pedoman khusus, yang dijadikan sebagai sebuah rancangan kedepan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pedoman perusahaan dapat berupa visi dan misi yang dibuat berdasarkan harapan masing-masing perusahaan. Visi dan misi tersebut nantinya akan menjadi sebuah tolak ukur dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh para *manager* untuk menjalankan perusahaan. Adapun visi dan misi perusahaan CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo adalah sebagai berikut :

- a. Visi CV Wiramitra :
Menjadi layanan multi transaksi terlengkap dan terpercaya.
- b. Misi
 - 1) Mengupdate layanan terbaru.
 - 2) Menyajikan layanan terbaik.
 - 3) Memberikan sistem yang handal, teruji, dan mudah digunakan.
 - 4) Menyajikan proses bisnis cukup sederhana dan mudah dipahami.

4.1.3 Struktur Organisasi

Seperti perusahaan atau bisnis lainnya, CV Wiramitra juga memiliki struktur organisasi yang menunjukkan hubungan antara orang-orang maupun bidang kerja dengan kedudukan, jabatan, fungsi, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam hubungan kerja pada perusahaan. Selain itu struktur organisasi dalam CV Wiramitra juga berfungsi sebagai alat untuk menjaga kelangsungan hidup dan kesadaran aktifitas perusahaan. Diperlukan koordinasi yang baik, jelas dan tertib antara bagian-bagian dalam sebuah perusahaan. Sehingga dalam CV Wiramitra pembagian tugas dapat berjalan dengan baik dan tidak mengalami kesulitan dalam pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dalam suatu perusahaan.

Struktur organisasi pada CV Wiramitra menunjukkan garis wewenang mengalir dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan mengalir kebawahannya lagi sampai kepada pekerjaan dalam lapangan masing – masing. Tugas dan wewenang ini dapat digambarkan dalam garis hubung seperti berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Wiramitra

CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pemilik atau direktur, *manager*, kepala bagian, serta karyawan, sebagai berikut:

- a. Pemilik atau direktur sebagai pimpinan yang bertugas untuk memimpin *manager*, kepala bagian serta karyawan perusahaan. Memiliki tanggung jawab dan wewenang penuh terhadap kinerja dan jalannya usaha.
- b. *Manager* keuangan bertugas untuk mengatur keuangan yang ada didalam perusahaan mengenai deposit, pembayaran *online* berbagai jenis produk yang di tawarkan oleh CV Wiramitra, serta mengatur dana yang digunakan untuk pengembangan usaha yang dijalankan oleh CV Wiramitra.
- c. *Manager operasional* bertugas untuk membantu mengendalikan tugas *operasional* pada CV Wiramitra. Tugas tersebut diantaranya, mengawasi kegiatan *operasional* perusahaan mengawasi seluruh kegiatan operasi dalam pengembangan perusahaan CV Wiramitra, serta mengadakan pembinaan, pelaksanaan kegiatan perusahaan di bidang pengembangan.
- d. *Manager IT* bertugas untuk mengurus staff IT CV Wiramitra, karena CV Wiramitra merupakan perusahaan jasa berbasis teknologi, *manager IT* sangat berperan penting untuk melakukan riset terhadap pasar dan kompetitor layanan sejenis yang berkaitan dengan teknologi yang dikembangkan dalam perusahaan CV Wiramitra.
- e. Kepala bagian *operasional* bertugas untuk membantu *manager operasional* dalam melaksanakan tugas *operasional* yang erat kaitannya dengan pengembangan usaha yang dilakukan oleh CV Wiramitra. Kepala bagian *operasional* dalam hal ini harus melaporkan dan bertanggung jawab kepada *manager operasional* terkait tugas yang dilakukannya.
- f. Kepala bagian IT bertugas untuk membantu *manager IT* dalam melaksanakan tugas yang erat kaitannya dengan IT, memastikan operasi optimal semua perangkat jaringan, termasuk mikrotik router, ups, workstation, koneksi internet, serta bertugas untuk membuat *website*, membuat iklan di media elektronik. Menyelesaikan troubleshooting semua jenis permasalahan komputer yang terjadi, *software & hardware*, internet, virus. Berkoordinasi

dengan *programmer* dalam mengkonfigurasi dan memelihara modul program transaksi dan membenahan bug pada program transaksi.

- g. Kepala bagian keuangan bertugas untuk mengurus masalah keuangan di CV Wiramitra yang berkaitan dengan deposit, selain itu menyiapkan dan mengkoordinasikan penyusunan dan pengendalian anggaran yang ada di CV Wiramitra.
- h. Karyawan bagian *operasional* bertugas menjalankan perintah dari kepala bagian *operasional* untuk melayani pembelian serta melayani pelanggan yang mau menjadi agen CV Wiramitra.
- i. Karyawan bagian teknisi yang bertugas untuk mengontrol, mengoperasikan *website* yang digunakan dalam perusahaan CV Wiramitra dan memberikan laporan kepada kepala bagian IT apabila terdapat masalah yang terkait dengan *software & hardware* virus serta internet.
- j. *Customer service* bertugas memberikan pelayanan yang prima dan membina hubungan baik dengan pelanggan CV Wiramitra. Seorang *customer service* juga harus bertanggung jawab untuk melayani komplain dari pelanggan terkait dengan transaksi yang mengalami keterlambatan.
- k. *Internet marketing* bertugas untuk melakukan iklan dan promosi melalui web, toko bagus, olx, *kaskus*, *djawir* serta *youtube*.

4.1.4 Gambaran Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik atau direktur dari CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo yaitu bapak Arif Isnaini, SH, SE, MM. Beliau berusia 42 tahun dan sudah menempuh jenjang pendidikan terkaitnya adalah Strata-1: Sarjana Ekonomi, Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi–Universitas Merdeka, Malang tahun 1997, Strata-1: Sarjana Hukum, Program Studi: Hukum Bisnis, Fakultas Hukum–Universitas Brawijaya, Malang tahun 1997. Strata-2: Magister Manajemen, Program Studi: Manajemen Pemasaran Institut Pengembangan Wirausaha Indonesia, Jakarta (2003).

Beliau juga memiliki banyak pengalaman diantaranya pengalaman praktis yang menjadi seorang sales *door to door* hingga menduduki posisi general

manager di perusahaan nasional, dan memimpin perusahaan itu hingga 5 tahun. Pengalamannya membangun usaha dari nol dengan berkali-kali jatuh bangun hingga menjadi seorang *technopreneur*. Sehingga, menjadikan beliau termotivasi untuk berbagi pengalaman dengan siapa saja.

Pengalaman akademis beliau yakni lulus dari program sarjana dan pasca sarjana dari tiga perguruan tinggi ditambah dengan pengalamannya di dunia kerja maupun pengalaman berwirausaha telah memacu semangatnya untuk menulis 14 buku dan 16 *audiobook* hingga saat ini, dan sudah disampaikan dalam berbagai seminar, *training*, maupun *workshop*. Pengalaman memberikan pelatihan yaitu lebih dari 10 tahun memberikan pelatihan kepada perusahaan-perusahaan nasional, BUMN, instansi pemerintah, swasta, perguruan tinggi, lembaga pendidikan formal/nonformal maupun sebagai mentor kewirausahaan di seluruh Indonesia. Informasi yang diperoleh oleh peneliti pada subjek penelitian tersebut menyangkut semua aspek yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha yang sedang dijalankannya.

Informan dalam penelitian ini adalah M. Khoirul Arifin, S.Psi yang merupakan *manager operasional*, beliau mengetahui seluk beluk perusahaan serta perkembangan perusahaan dari tahun ke tahun. Informan lain yaitu Irfan Nur Hamid, S.kom yang merupakan kepala bagian dibidang IT. Beliau mengetahui mengenai teknologi yang sedang digunakan dan dikembangkan oleh CV Wiramitra. Karena CV Wiramitra merupakan perusahaan jasa yang sangat erat kaitannya dengan teknologi, sehingga beliau sangat memahami teknologi yang digunakan dalam perusahaan serta pengembangan usaha yang berkaitan dengan pembaharuan teknologi yang dilakukan serta dikembangkan oleh CV Wiramitra untuk melayani konsumennya.

Informan selanjutnya adalah konsumen dari CV Wiramitra yaitu Sholikhatin. Beliau merupakan konsumen dari CV Wiramitra sejak tahun 2012. Namun, pada awal tahun 2013 beliau sudah bergabung dengan CV Wiramitra dan menjadi agen. Dalam hal ini beliau mengetahui berbagai macam jenis produk maupun layanan yang disediakan oleh CV Wiramitra, karena beliau juga mengambil produk dari CV Wiramitra kemudian dijual kepada konsumen.

4.2 Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa, CV Wiramitra yang merupakan perusahaan jasa yang berbasis teknologi yang melakukan strategi pengembangan usaha, karena posisi CV Wiramitra dalam keadaan perusahaan yang sedang kompetitif dengan produk yang sudah ada akan semakin membaik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti CV Wiramitra menggunakan tiga sub strategi pengembangan usaha yaitu pengembangan produk, penetrasi pasar serta pengembangan pasar.

4.2.1 Pengembangan Produk

Pengembangan produk yang dilakukan oleh CV Wiramitra melalui beberapa produk yang dikembangkan. Pada awalnya CV wiramitra tidak menyediakan berbagai macam produk, produk yang ditawarkan hanya sebatas pulsa. Posisi CV Wiramitra pada saat itu adalah sebagai *distributor* dari kota Bandung. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Pada awalnya perusahaan kami tidak seperti yang Anda lihat sekarang, dulu kami tidak memiliki tempat khusus seperti ini. Dulu saya hanya menyediakan pulsa yang menjadi distributor dari Bandung” (AI 42Th).

Berdasarkan pernyataan pemilik CV Wiramitra dapat diketahui bahwa, pada awalnya memang bisnis ini dirintis mulai dari nol. Produk yang ditawarkan pun hanya satu jenis saja yaitu hanya sebatas penjualan pulsa all operator yang menjadi *distributor* dari Bandung. Namun, dengan kegigihan pemilik CV Wiramitra untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya, beliau mulai mengembangkan variasi produk yang ditawarkan kepada konsumennya. Produk yang dikembangkan oleh CV Wiramitra adalah sebagai berikut:

a. *Payment point*

Payment point merupakan salah satu penyedia jasa pembayaran secara *online* untuk melayani masyarakat yang akan melakukan pembayaran yang relatif rutin dan nilainya relatif kecil. *Payment point* ini mulai dikembangkan oleh CV Wiramitra pada awal tahun 2010 dengan membuka *server* sendiri untuk mengembangkan versi produk yang dimiliki. Saat memiliki *server* sendiri, CV Wiramitra bebas menambah jenis layanan yang disediakan. Berawal dari pulsa, kemudian ditambah dengan pembayaran bermacam-macam tagihan. Seperti yang dikemukakan oleh pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Jenis layanan payment point yang kita kembangkan bervariasi layanan payment point ini terdiri dari berbagai produk diantaranya pulsa all operator pembayaran bermacam-macam jenis tagihan, seperti PLN, Telkom, speedy, multifinance, TV kabel, PDAM, Voucher game online dan banyak lagi nanti yang akan kita kembangkan pada produk kami”(AI 42Th).

Pernyataan dari pemilik CV Wiramitra juga didukung dengan pernyataan salah satu konsumen yang saat ini menjadi agen CV Wiramitra yang menyatakan:

“Layanan yang disediakan CV Wiramitra cukup bervariasi mbak, itu salah satu alasan saya bergabung menjadi agen disini, layanannya bervariasi, untuk layanan payment point sendiri itu mulai dari pulsa all operator, pembayaran PDAM, PLN, TV kabel, Telkom, multifinance ada juga voucher game online mbak”(S,26Th).

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat diketahui bahwa, terdapat berbagai jenis layanan yang disediakan oleh CV Wiramitra. Variasi produk terus dikembangkan oleh CV Wiramitra. Perusahaan ini selalu berusaha untuk menawarkan produk untuk semua kalangan dari atas sampai bawah. Mulai dari penjualan pulsa all operator, yang memang pangsa pasarnya sangat luas, karena sekarang banyak yang memiliki telepon seluler. Penjualan *voucher game online* yang sangat disukai oleh anak-anak

bahkan dewasa, pembayaran tagihan listrik PLN, tagihan telepon rumah, PDAM yang diperuntukkan bagi kebutuhan rumah tangga, ditambah lagi dengan pembayaran telkom speedy, serta *multifinance* untuk para pelanggan yang melakukan pembayaran kredit kendaraan bermotor.

b. *Tour and travel*

Layanan ini *tour and travel* menyediakan penjualan tiket *online* pesawat terbang dan kereta api, yang ditujukan bagi para konsumen yang ingin melakukan perjalanan diluar kota bahkan luar negeri, tanpa harus mendatangi tempat pembelian tiket secara langsung. Melalui CV Wiramitra konsumen dapat melakukan pemesanan tiket dengan cepat dan mudah. Pembayaran tiket dapat dilakukan secara langsung, maupun melalui *transfer* ke rekening yang disediakan. Hal ini sesuai dengan *manager operasional* dari CV Wiramitra yang menyatakan:

“Layanan Tour and travel dalam CV Wiramitra masih terbatas untuk pembelian tiket-tiket kereta api, maupun tiket pesawat terbang saja mbak. Untuk layanan tambahan wisata maupun hotel masih belum dapat dilakukan karena masih mencari partner bisnis yang pas” (KA 28Th).

Berdasarkan pernyataan *manager operasional* dapat diketahui bahwa, layanan *tour and travel* yang ditawarkan oleh CV Wiramitra kepada konsumen hanya sebatas penyedia penjualan tiket *online* pesawat dan kereta api.

c. *Online shop*

CV Wiramitra juga menyediakan layanan yang berupa *online shop*. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Variasi layanan CV wiramitra selalu kami update mbak, kami selalu membaca pangsa pasar. Masyarakat yang saat ini menyukai produk online, peluang ini kami manfaatkan untuk mendirikan layanan online shop ini mbak. Nah, sejak layanan online shop ini kami tambahkan bisnis yang kami miliki kami beri sebutan dengan bisnis “TOP”, ini untuk mempermudah

penyebutan dari produk yang kami miliki mbak biar orang semakin kenal juga dengan produk kami mbak” (AI 42Th).

Berdasarkan pernyataan pemilik CV wiramitra dapat diketahui bahwa, saat CV Wiramitra menambah layanan *online shop* ini pengembangan produk yang dimiliki dikenal dengan sebutan bisnis “TOP”. Nama ini diberikan oleh CV Wiramitra untuk mempermudah penyebutan produk yang mereka miliki. Selain itu, agar masyarakat dapat dengan mudah mengenal produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra. Bisnis “TOP” merupakan singkatan dari bisnis *Tour and travel, Online shop dan Payment point*. Hal ini juga didukung dengan pernyataan *manager operasional* yang mengatakan:

“Awalnya ya tidak ada nama singkatan produk nya mbak. Nama bisnis “TOP” ini muncul saat ada produk online shop ini, awalnya payment point, trus tour and travel selanjutnya online shop ini. Jadi, kalau digabung dan dibentuk kata kan unik, apalagi nama TOP juga familier di masyarakat mbak” (KA 28Th).

Layanan produk yang ditawarkan kepada konsumen menjadi lengkap serta bervariasi dibandingkan dengan perusahaan *server* lainnya setelah ada layanan *online shop*. Hal ini berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Inovasi terus kita lakukan untuk mengembangkan layanan pada perusahaan ini mbak. Inovasi yang kami lakukan adalah membuka toko online. Kita tidak hanya menjual produk yang umum saja, namun kita akan membantu memasarkan produk-produk UKM mbak, kan memang sidoarjo banyak industri kecil yang ada. Ya kita bantu lah memasarkan produk mereka., kita memfasilitasi mereka, biar produk mereka dapat dikenal secara luas mbak” (AI 42Th).

Produk *online shop* dalam bisnis ini web nya tidak menjadi satu dengan produk *payment point* maupun produk *tour and travel*. Produk *online shop* ini memiliki alamat sendiri yaitu www.lanjar.com. Lanjar.com dirancang CV Wiramitra dengan maksud mampu memasarkan banyaknya produk UKM yang berkualitas tinggi agar mudah dicari dan dikenal oleh masyarakat. Sebagaimana yang kita tahu daerah Sidoarjo banyak sekali industri kecil yang

menghasilkan produk-produk unggulan, seperti di daerah Tanggul Angin, Punggul Sidoarjo yang sebagian besar masyarakatnya bekerja dan memproduksi berbagai macam produk seperti sepatu, sabuk, tas. Hal ini didukung dengan apa yang disampaikan oleh *manager operasional* yang mengatakan:

“Lanjar dalam ucapan sehari-hari sering juga diucapkan sebagai lanjutan, maknanya adalah penopang, penyokong atau sandaran yakni alat untuk menegakkan, juga bermakna media untuk merambat, mencapai tujuan mulia layanan lanjar ini nantinya diharapkan mampu mewedahi besarnya transaksi online yang kian hari kian besar seiring dengan membesarnya pengguna internet serta nanti dapat menjadi sarana berjualan bagi produk UKM yang ada sekarang ini” (KA 28Th).

Lanjar.com sebagai media bisnis *online* yang menjadi sarana pelaku bisnis UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dan pebisnis *online*, yang diharapkan menjadi penopang yang kuat bagi industri UKM Indonesia. Sebagai perusahaan *server* CV Wiramitra juga dapat menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk menjadi *supllier*. Hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Sebagai perusahaan server CV Wiramitra juga menjalin kerjasama dengan pihak lain, agar sama-sama melakukan penjualan kepada konsumen. Namun, mekanisme online shop lanjar ini berbeda dengan payment point maupun tour and travel. Perbedaannya adalah para layanan lanjar ini kerjasama dapat dilakukan dengan konsumen, jika konsumen ingin jadi affiliate atau supllier kami mbak, jadi kami membantu dan dibantu memasarkan produk” (AI 42Th).

Mekanisme layanan lanjar ini tidak hanya CV Wiramitra yang menjual barang, namun konsumen juga dapat membantu menjualkan produk yang ada dengan menjadi *affiliate* lanjar, yang merupakan orang yang membantu memasarkan produk-produk lanjar melalui internet. Secara garis besar, saat seorang *affiliate* berhasil menjual produk lanjar melalui link *affiliate*, maka akan mendapatkan komisi sesuai dengan produk yang dijual

CV Wiramitra memberikan kesempatan apabila konsumen menginginkan menjadi *supplier* yang bergabung sebagai mitra lanjar untuk *mensuplai* produk-produk yang di jual di www.lanjar.com. Keuntungan menjadi *supplier* lanjar ini adalah menggunakan sistem *marketing* yang unik, yaitu barang dari konsumen akan dibantu dijual melalui www.lanjar.com, serta tampil di *website-website affiliate* lanjar. Selain itu, akan mendapatkan fasilitas untuk memantau penjualan, input barang secara langsung.

4.2.2 Penetrasi Pasar

Sesuai data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa CV Wiramitra selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan produk di pasar yang lama dengan menguatkan aspek promosi, iklan yang makin efektif dan variatif sesuai target pasar, maupun dengan cara pendekatan yang berbeda namun lebih membumi. Iklan dan promosi juga merupakan aspek yang paling penting dalam sebuah perusahaan. Karena melalui iklan dan promosi sebuah produk pada perusahaan tertentu akan lebih mudah dikenal oleh konsumen. Penetrasi pasar dilakukan CV Wiramitra melalui:

a. Promosi (Seminar dan *Workshop* Kewirausahaan)

Penetrasi pasar CV Wiramitra khususnya dalam hal ini promosi dilakukan dengan cara melakukan seminar maupun *workshop* kewirausahaan serta *launching* buku kewirausahaan yang ditulis sendiri oleh bapak Arif. Promosi yang dilakukan di pusat perbelanjaan dalam waktu tertentu. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh *manager operasional* yang menyatakan:

“Untuk promosi kita lakukan melalui beberapa seminar dan launching buku yang dilakukan ditempat-tempat tertentu seperti mall sun city Sidoarjo yang kita anggap potensial. Bapak Arif juga sebagai motivator sekaligus pengarang buku. Jadi untuk aspek promosi kita menggunakan seminar mbak. Sebagai bukti fisik bahwa CV Wiramitra itu wadah kita dari AIC Group untuk melakukan usaha mbak, dan menumbuhkan jiwa wirausaha, tidak hanya ngomong saja, ada juga kita promo lewat iklan d internet dan web yang kita sediakan” (KA 28Th).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa aspek promosi dilakukan oleh CV Wiramitra dengan mendatangi konsumen secara langsung serta menjelaskan mekanisme dalam CV Wiramitra dengan menyebutkan keunggulan yang dimiliki. Promosi melalui seminar usaha yang dilakukan CV Wiramitra juga sebagai bukti usaha yang dijalankan oleh bapak Arif yang biasanya memberikan motivator kepada masyarakat secara luas dalam bidang kewirausahaan. Ini membuktikan bahwa bapak Arif tidak hanya mampu menguasai materi dan mentor yang baik dalam kewirausahaan, namun dapat menunjukkan wujud nyata melalui usaha yang sudah dijalankan. Promosi yang dilakukan oleh CV Wiramitra, tidak membutuhkan biaya yang cukup besar. Hal ini didukung dengan pernyataan pemilik CV Wiramitra:

“Kami tidak memiliki budget sendiri untuk melakukan promosi disekitar daerah Sidoarjo, biasanya promosi saya jadikan satu dengan launching buku yang saya tulis, serta seminar yang saya berikan saat itu. Pada saat saya memberikan pelatihan itu nanti saya menawarkan bisnis ini sebagai bukti bahwa sangat mudah menjadi wirausaha jika kita memiliki kemauan yang keras apapun dapat dilakukan” (AI 42Th).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa, CV Wiramitra tidak membutuhkan biaya tambahan untuk melakukan promosi, karena promosi ini dilakukan bersamaan dengan beberapa kegiatan seminar maupun peluncuran buku yang dilakukan oleh bapak Arif Isnaini sendiri. Dengan demikian CV Wiramitra mampu menghemat biaya untuk pengeluaran promosi.

b. Iklan (*internet marketing*)

Iklan produk atau layanan yang disediakan oleh CV Wiramitra juga dilakukan melalui internet dengan menggunakan web, maupun iklan baris. Hal ini dilakukan agar pengguna internet dapat dengan mudah mengetahui produk apa saja yang disediakan oleh CV Wiramitra. Sebab internet merupakan media yang cukup efektif untuk memperkenalkan produk maupun layanan dari perusahaan. Hal ini didukung dengan pernyataan salah satu karyawan kepala bagian IT yang menyatakan:

“Iklan selalu kita lakukan mbak, kami gencar melakukan iklan melalui web mbak. Karena web merupakan salah satu senjata kami dalam memperkenalkan produk-produk yang kami tawarkan. Web yang dibuat saya desain semenarik mungkin. Karena, dengan tampilan menarik kata-kata yang jelas dan mudah dipahami oleh para konsumen yang ingin bergabung dengan perusahaan kami” (INH 25Th).

Internet memang sangat berperan penting dalam CV Wiramitra, khususnya untuk memperkenalkan produk atau layanan yang disediakan. Penampilan web atau cara mendesain web yang unik sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Kata-kata yang lugas, jelas dan padat disertai dengan gambar yang menarik juga harus dapat diterapkan agar lebih memperindah desain web. Alamat web yang dimiliki oleh CV Wiramitra adalah www.wiramitra.com. Selain web, wiramitra juga menggunakan berbagai jenis aplikasi untuk menawarkan produk yang dimiliki, hal ini didukung dengan pernyataan kepala bagian IT yang menyatakan:

“Berbagai alternatif kita gunakan untuk melakukan pemasaran pada dunia maya. Selain web kita juga menggunakan berbagai aplikasi seperti OLX, forum kaskus, forum djawir, facebook, twitter, youtube, blog, weboxi, dsb” (INH 25Th).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa banyak sekali sarana yang digunakan CV Wiramitra untuk memasang iklan di internet. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar produk yang ditawarkan dapat dikenal secara luas oleh para konsumen. Selain itu, agar banyak konsumen yang menjadi agen, mitra dari CV Wiramitra. Iklan melalui internet ini dilakukan oleh CV Wiramitra dengan harapan *websitenya* akan di kunjungi banyak konsumen, selain itu biaya iklan diinternet lebih efektif dan lebih murah dibandingkan membuat iklan di media cetak.

4.2.3 Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan, ketika pasar lama sudah jenuh dan stabil. CV Wiramitra melakukan upaya untuk membuka di pasar maupun wilayah yang baru dengan membidik segmen baru. Cara perusahaan membidik segmen yang baru adalah dengan cara mengembangkan variasi produk yang dimiliki. Produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dikenal dengan sebutan bisnis “TOP” yang terdiri dari *Tour and travel*, *Payment point*, dan *Online shop*. Masing-masing versi produk yang ditambahkan variasinya, agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara luas. Dalam pengembangan pasar CV Wiramitra memiliki beberapa pasar yang nantinya dijadikan tempat untuk menawarkan sejumlah produk yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh pemilik yang menyatakan:

“Dalam hal pengembangan pasar CV Wiramitra memiliki 3 yang segmen pasar yang ditujukan untuk konsumen yang berbeda yaitu H2H (Host to host), server bisnis 33 propinsi, terminal server. Ini yang menjadi dasar bagi CV Wiramitra dalam melakukan pengembangan pasar dengan segmen yang baru”(AI 42Th).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa, pengembangan pasar dilakukan oleh CV Wiramitra dengan memperluas wilayah pemasaran hingga skala nasional. Terdapat beberapa bagian pengembangan pasar mulai dari pasar lokal daerah Sidoarjo, Surabaya, Pasuruan dsb, hingga pasar luar Jawa. Berikut penjelasan dari masing-masing pengembangan pasar yang dikelola oleh CV Wiramitra :

a. *Terminal Server*

Terminal server merupakan salah satu pengembangan pasar dari CV Wiramitra untuk bekerja sama dengan perusahaan lain yang ingin memiliki layanan yang sama persis dengan CV Wiramitra, namun perusahaan tersebut tidak memiliki cukup dana untuk menyediakan *server* sendiri. *Server* dari perusahaan tersebut bergabung dengan CV Wiramitra. Hal ini sesuai dengan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Terminal server ini kita melakukan kerjasama dengan perusahaan lain yang menginginkan memiliki layanan seperti layanan kami, namun servernya masih ikut perusahaan ini. Terminal server ini diperuntukkan bagi orang-orang yang ingin berwirausaha namun tidak memiliki cukup modal untuk membangun server sendiri”(AI 42Th).

Perusahaan yang bergabung pada *terminal server* ini tidak dibatasi oleh daerah manapun. Semua daerah dapat menggunakan dapat bergabung dengan *terminal server* ini. Jika perusahaan bergabung dengan CV Wiramitra, perusahaan tersebut dapat menggunakan nama lain sesuai dengan keinginannya. CV Wiramitra tidak membatasi apapun, namun, perusahaan yang bergabung dikenakan biaya 10% per transaksi. Salah satu perusahaan yang bergabung dengan layanan ini adalah bagus pay (www.baguspay.com).

b. *Host to Host* (H2H)

Host to Host (H2H) adalah sistem antar *server*. Hubungan antar *server*, banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk hubungan koneksi, baik itu pertukaran data, pembiayaan, dll. *Host to host server* wiramitra adalah suatu kerjasama antar *server* pulsa, tiket & payment dengan *server* sejenis yang lain, hal ini sesuai dengan pernyataan dari pemilik yang mengatakan:

“Host to host ini sebuah bentuk kerja sama yang kita lakukan dengan perusahaan lain yang ingin memiliki beberapa layanan dari perusahaan kami, umumnya kami melakukan via YM (Yahoo Mesangger)”(AI 42Th).

Kerjasama ini berupa perusahaan lain yang menginginkan menambah layanan, berbagai produk seperti pulsa elektrik, *voucher game*, *voucher* hotel, listrik Prabayar (token), listrik pasca bayar, tiket pesawat, tiket kereta api. Perusahaan yang akan melakukan kerjasama dengan CV Wiramitra harus memenuhi semua kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan, karena data perusahaan yang ingin melakukan kerjasama harus jelas. Dalam dunia bisnis H2H di gunakan untuk ajang tukar stok antar *server*. Umumnya H2H yang paling banyak digunakan adalah via YM (*Yahoo Mesangger*). Untuk

membangun suatu perusahaan H2H di dunia *server* dibutuhkan suatu pengetahuan dasar dan lanjutan tentang komputer, dan juga perlengkapan sistem, terutama software yang support dengan sistem H2H.

Bukti kerja sama CV Wiramitra dengan perusahaan lain adalah kerja sama dengan Btrav. Btrav merupakan perusahaan yang bekerja pada bidang *tour and travel*. Kerja sama yang dilakukan oleh CV Wiramitra dengan Btrav adalah dengan menambah layanan. Btrav yang mengambil produk dari CV Wiramitra yang berupa layanan pulsa, pembayaran listrik *prabayar* (token) serta listrik *pasca bayar*.

c. *Server* Bisnis 33 Propinsi

Server bisnis 33 propinsi merupakan sebuah sistem yang disediakan oleh CV Wiramitra yang memperluas pasarnya dengan menjangkau wilayah nasional. Alasan CV Wiramitra dalam melakukan *server* bisnis 33 propinsi adalah karena layanan yang ditawarkan sangat dibutuhkan, misalnya pembayaran PLN, maupun Telkom, didaerah luar jawa tempat melakukan pembayaran listrik maupun telepon sangat jauh. Jadi dengan adanya layanan ini diharapkan dapat membantu mereka dalam melakukan pembayaran. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh pemilik yang menyatakan :

“CV Wiramitra selalu berusaha untuk melakukan pengembangan pasar sampai dengan daerah wilayah nasional. Karena bisnis yang kami jalankan ini bisa berlaku secara nasional mbak” (AI 42Th)

Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa CV Wiramitra melakukan ekspansi sampai dengan wilayah nasional dalam pengembangan pasar yang dilakukan. Hal ini dikarenakan pasar lokal yang ada sifatnya sudah kompetitif. Layanan yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dapat digunakan oleh seluruh masyarakat selain itu harga yang kompetitif di wilayah nasional.

Sistem *server* 33 Propinsi yang disediakan oleh CV Wiramitra pada dasarnya sama dengan sistem terminal *server*. Hal yang membedakan adalah

pada terminal *server* adalah perusahaan yang melakukan kerja sama dengan CV Wiramitra tidak menyediakan *server* sendiri. Pada *server* bisnis 33 propinsi ini perusahaan yang bergabung dengan CV Wiramitra memiliki dana sendiri untuk membuat *server*. Jadi *server* tidak bergabung dengan CV Wiramitra, namun produk maupun layanan pada perusahaan tersebut sama persis dengan CV Wiramitra yaitu produk “TOP”.

Daerah yang sudah live dan dikuasai oleh CV Wiramitra, maupun daerah yang akan dijadikan sasaran pemasaran.

- 1) Daerah yang sudah live atau sudah dikuasai oleh CV Wiramitra diantaranya adalah daerah Jawa yaitu Jawa Timur di Sidoarjo, Jawa Tengah yaitu DI Yogyakarta serta Kalimantan Selatan daerah Banjar baru.
- 2) Daerah yang menjadi sasaran CV Wiramitra untuk mengembangkan pasar. diantaranya Banten, Riau, Kalimantan Barat, Kalimantan tengah, dan Kalimantan Timur.

Salah satu perusahaan yang sudah bergabung dan melakukan kerjasama dengan CV Wiramitra menggunakan *server* bisnis 33 Propinsi ini adalah galapayment (www.galapayment.com).

Penerapan sebuah strategi tentunya akan memberikan dampak bagi sebuah perusahaan. Dari dampak yang ditimbulkan nantinya perusahaan tersebut akan mengetahui berhasil tidaknya strategi yang sudah dijalankan. CV Wiramitra yang menggunakan strategi secara pengembangan usaha yang dijalankan sukses. Strategi pengembangan usaha yang dijalankan oleh CV Wiramitra ada 3 hal pokok diantaranya adalah pengembangan produk, penetrasi pasar serta pengembangan pasar. Secara umum upaya yang dilakukan CV wiramitra untuk mengembangkan usaha yang dijalankan dapat dikemukakan berhasil dan memiliki dampak yang cukup positif bagi perusahaan diantaranya:

- a. Pasar meluas dan konsumen bertambah.

Berbagai produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra, dengan perluasan pasar yang dilakukan hingga ekspansi nasional, menyebabkan produk dari CV Wiramitra dikenal oleh banyak konsumen dari berbagai daerah tidak hanya didaerah sekitar Sidoarjo saja. Namun, produk yang ditawarkan oleh

CV Wiramitra dapat digunakan secara nasional, walaupun, masih beberapa daerah luar Jawa yang dapat dikuasai. Hal ini didukung dengan pernyataan Hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik yang menyatakan:

“Pasar yang kita kuasai juga semakin luas sehingga kita berusaha menjadikan perusahaan CV Wiramitra dapat dikenal diseluruh kalangan masyarakat” (AI 42Th).

Pernyataan tersebut juga didukung dengan *manager operasional* yang menyatakan:

“Memang dampak yang ditimbulkan dari usaha yang dilakukan CV Wiramitra utamanya dalam pengembangan pasar sangat terlihat mbak, awalnya kan kita hanya mampu menguasai pasar lokal ya masyarakat sekitar serta daerah sekitar Sidoarjo saja, namun saat produk yang kami kembangkan, ya produk kami dikenal banyak orang dari berbagai daerah mbak walaupun masih beberapa daerah yang bisa dijangkau” (KA 28Th).

Berdasarkan pernyataan *manager operasional* juga dapat diketahui bahwa awalnya CV Wiramitra hanya menguasai pasar diwilayah Sidoarjo saja, berarti konsumen yang dapat menggunakan layanan yang ditawarkan oleh CV Wiramitra hanya terbatas wilayah Sidoarjo dan sekitarnya. Namun, saat CV Wiramitra melakukan pengembangan pasar diwilayah nasional, maka konsumen luar jawa dapat menggunakan layanan produk yang ditawarkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, semakin luas pengembangan pasar yang dilakukan oleh CV Wiramitra, maka semakin banyak konsumen yang dapat menggunakan produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra.

b. Kepuasan konsumen

Konsumen menjadi salah satu hal penting dalam perusahaan, karena memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain itu, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan dengan perusahaan lain. CV Wiramitra selalu berusaha untuk memuaskan konsumen terbukti dengan banyaknya variasi produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra kepada konsumen, banyaknya keunggulan

yang ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen lebih memilih membeli produk CV Wiramitra, hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Kepuasan konsumen menjadi satu alasan kami untuk mengembangkan layanan produk kami, selain itu agar konsumen tetap menggunakan produk yang kami tawarkan”
(AI 42Th).

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa, konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan yang disediakan oleh CV Wiramitra cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Berbagai macam produk yang ditawarkan CV Wiramitra ternyata cukup membuat agen maupun konsumen lebih loyal menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu konsumen yang saat ini menjadi agen dari CV Wiramitra yang menyatakan:

“Yang pasti saya awalnya ya biasa saja mbak, tapi dari CV Wiramitra selalu berusaha untuk mengembangkan produknya itu jadi saya lebih loyal pada perusahaan ini mbak, terus saya masuk jadi agen, saya ngambil produk dari sana juga mbak. Senengnya banyak dukungan pemasarannya juga, jadi lebih mudah untuk buat promosi” (S 25Th).

Berdasarkan pernyataan dari konsumen yang menjadi agen dapat diketahui, memang CV Wiramitra selalu berusaha untuk mengembangkan produk yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan konsumen dan membaca pangsa pasar. sehingga konsumen pun dapat melihat terdapat beberapa perbedaan yang lebih ditonjolkan dari CV Wiramitra dibandingkan dengan perusahaan yang lain. Sehingga konsumen lebih percaya menggunakan

produk maupun layanan yang disediakan oleh perusahaan. Hal inilah yang membuat konsumen lebih loyal sehingga meningkatkan volume penjualan dari CV Wiramitra.

c. Omset bertambah.

Semakin banyak agen atau perusahaan lain yang bergabung dengan CV Wiramitra, maka omset yang didapatkan oleh perusahaan semakin lama semakin bertambah, hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Setelah melakukan pengembangan pasar tentunya dengan banyaknya konsumen maupun agen yang bergabung dengan kita maka secara otomatis omset kita akan semakin bertambah, namun jika berbicara masalah keuntungan seperti yang saya jelaskan tadi bahwa keuntungan agen dapat mereka tentukan sendiri, kita hanya menentukan batas minimalnya saja, jadi keuntungan tidak sebanyak perusahaan lain” (AI 42Th).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa omset yang diperoleh oleh CV Wiramitra memang bertambah, namun keuntungan yang diperoleh oleh CV Wiramitra tidak terlalu banyak, sebab saat ada agen maupun *distributor* yang bergabung, mereka dapat menentukan keuntungan mereka sendiri khusus untuk produk tertentu.

4.3 Pembahasan

Sesuai hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa CV Wiramitra telah menggunakan tiga aspek strategi pengembangan usahanya. Ketiga strategi pengembangan usaha tersebut antara lain, pengembangan produk, penetrasi pasar, dan pengembangan pasar.

Pengembangan produk merupakan sub strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki jasa yang ada. Pengembangan produk yang dilakukan perlu adanya inovasi yang baru, sehingga konsumen tidak jenuh terhadap suatu produk yang ditawarkan. Pengembangan produk dilakukan CV Wiramitra dengan menambah layanan produk, agar produk yang dimiliki

semakin berkembang, sehingga nantinya usaha yang dijalankan oleh CV Wiramitra dapat mengalami kemajuan. Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dapat diketahui bahwa awalnya CV Wiramitra hanya menyediakan pulsa all operator dengan menjadi *distributor* di Bandung, kemudian setelah memiliki *server* sendiri, CV Wiramitra mengembangkan produk dengan menambah layanan dari *payment point* seperti pembayaran token PLN, *voucher game online*, transaksi pembayaran tagihan PLN, *speedy*, *multifinance*, TV Kabel dan berbagai tagihan lain yang masih akan terus di tambahkan. CV Wiramitra sebagai salah satu perusahaan jasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk melakukan pembayaran dengan mudah tanpa harus mendatangi tempat pembayaran secara langsung.

Berbagai jenis variasi produk dari *payment point* yang dapat digunakan oleh semua kalangan. Sehingga, produk yang ditawarkan CV Wiramitra dapat diterima dengan baik serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara luas. Namun, pemilik CV Wiramitra tidak cukup puas dengan produk layanan yang sudah ada. Pemilik berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen yang saat ini lebih suka menggunakan kartu kredit untuk melakukan pembayaran. Sehingga layanan *payment point* yang disediakan di CV Wiramitra akan segera ditambah dengan pembayaran kartu kredit. Layanan ini diperuntukkan bagi konsumen yang menyukai belanja dengan menggunakan kartu kredit, tanpa harus melakukan pembayaran langsung di bank. Sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Kotler (2008:321) menyebutkan, yang terpenting dalam pengembangan produk yang baru harus berpusat kepada pelanggan, yang dimulai dengan pemahaman menyeluruh mengenai kebutuhan dan nilai pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan kepada pelanggan

Semua produk yang dimiliki oleh CV Wiramitra tidak hanya dikembangkan oleh CV Wiramitra sendiri, namun perusahaan ini juga melakukan kerjasama dengan perusahaan lain untuk menunjang bisnis yang dijalankan. Terdapat beberapa layanan *payment point* yang berhubungan dengan perusahaan negara, yang memiliki peraturan tertentu. Dalam jangka waktu satu bulan perusahaan

yang melakukan kerjasama dengan perusahaan negara ditarget dengan banyaknya transaksi dan nominal tertentu. Sebagai perusahaan yang masih mengembangkan layanan, CV Wiramitra melakukan kerja sama dengan perusahaan *server* di Bandung. Layanan *tour and travel* juga akan segera ditambah dengan paket wisata religi, paket wisata domestik dan luar negeri.

Kerjasama *tour and travel* yang dilakukan dengan pihak yang terkait tidak semudah saat CV Wiramitra melakukan kerja sama pada layanan *payment point*. Karena relasi dengan perusahaan untuk layanan *payment point*, memang sudah dari awal bahkan menjadi inspirator pemilik untuk mendirikan perusahaan ini. Berbeda dengan pengembangan variasi produk *tour and travel*, dalam hal ini CV Wiramitra masih mencari *partner* perusahaan yang sesuai. Kerjasama dalam produk *payment point* maupun *tour and travel* selalu dilakukan CV Wiramitra dengan perusahaan terkait untuk lebih meningkatkan variasi produk yang dimiliki, selain itu CV Wiramitra juga selalu berusaha untuk menguasai pasar melalui produk yang telah dikembangkan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Kotler (2008:321) yang menyatakan, pengembangan produk yang baru berdasarkan tim atau kerjasama mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih besar dengan pasar yang lebih cepat.

Layanan *online shop* yang disediakan oleh CV Wiramitra ditujukan untuk konsumen yang menyukai belanja secara *online*, serta untuk membantu memasarkan produk-produk UKM yang ada di Sidoarjo. Dari berbagai jenis produk maupun layanan yang disediakan oleh CV Wiramitra, maka produk CV Wiramitra dikenal dengan sebutan bisnis “TOP”. Bisnis ini merupakan singkatan dari *Tour and travel*, *Online shop* serta *Payment point*. Strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan seringkali digunakan untuk memperpanjang daur hidup produk yang sudah ada maupun untuk memanfaatkan reputasi atau merk favorit. Modifikasi produk dilakukan oleh CV Wiramitra berupa penambahan layanan yang dilakukan pada masing-masing produk serta dipasarkan melalui saluran pemasaran yang dijadikan satu dengan produk yang sebelumnya sudah dipasarkan. Selain itu Adaptasi produk juga sangat perlu dilakukan untuk menambah variasi layanan yang ada di CV Wiramitra, hal ini

dilakukan dengan tujuan untuk lebih memahami dan menarik minat konsumen menggunakan produk yang ditawarkan serta menanamkan keyakinan kepada konsumen bahwa CV Wiramitra merupakan perusahaan *server* yang layanannya terlengkap. Seperti yang diungkapkan oleh Assauri (2007:200) pengembangan produk dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar yang ada sehingga dapat memuaskan pasar yang telah tersedia.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dapat diketahui bahwa pemilik CV Wiramitra awalnya membaca pangsa pasar terlebih dahulu untuk mengetahui produk yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat. Bapak Arif Isnaini sebagai pemilik melihat bahwa masyarakat saat ini sangat menyukai belanja secara *online*. Oleh karena itu pemilik CV Wiramitra menciptakan sebuah inovasi dan mekanisme yang baru yang ada dalam perusahaan *server*. Inovasi yang dilakukan oleh CV Wiramitra dalam usahanya adalah dengan membuka *online shop*. Mekanisme *online shop* yang dimiliki oleh CV Wiramitra berbeda dengan *online shop* lain, sebab dalam *online shop* ini perusahaan tidak hanya menjual produk sendiri, terdapat beberapa produk UKM yang ada di Sidoarjo yang dijual. Selain itu terdapat *affiliate* yang membantu menjualkan produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Konsumen juga dapat membantu serta mensuplai produk kepada CV Wiramitra, jadi produk tidak hanya dari CV Wiramitra. Inovasi layanan *online shop* ini belum dimiliki oleh perusahaan *server* lain. Adanya inovasi baru dalam sebuah produk membutuhkan analisis pasar yang dilakukan. Dalam menciptakan produk yang baru CV Wiramitra selalu berusaha untuk mengerti dan memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen tidak merasa jenuh dengan produk dan mekanisme yang ditawarkan. Untuk menciptakan produk yang baru CV Wiramitra menciptakan beberapa alternatif dikembangkan dengan menerapkan mekanisme yang berbeda dengan perusahaan lain. Seperti yang diungkapkan oleh Widjaja (2004:77) yang menyatakan, pengembangan sebuah produk baru dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan agar konsumen tidak merasa bosan, dan terus menerus membeli produk yang disediakan oleh perusahaan.

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dengan perusahaan lain adalah sama, namun yang membedakan dengan perusahaan lain adalah layanan *online shop*, selain *online shop* dengan mekanisme yang berbeda yang disediakan oleh CV Wiramitra, terdapat beberapa keunggulan lain yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dalam mengelola serta mengembangkan usaha yang dijalankan. Keunggulan dari CV Wiramitra diantaranya, memberikan kebebasan bagi para agen, maupun *sub dealer* untuk menentukan keuntungan mereka sendiri, keuntungan yang diperoleh oleh agen dapat berupa produk *prepaid*, *postpaid*, serta *ticketing*. Pembayaran produk *prepaid*, yang merupakan sebuah produk atau layanan dari CV Wiramitra dengan pembayaran yang dilakukan sebelum adanya transaksi. Dalam produk ini agen bisa menentukan sendiri harga jual nya, seperti pulsa. Penentuan harga produk *prepaid* memang semua *server* memiliki mekanisme yang sama dengan memberikan batas harga tertentu untuk produk, kemudian agen menjual sendiri harga sesuai dengan keinginan mereka.

Pembayaran produk *postpaid*, yang merupakan sebuah produk atau layanan dari CV Wiramitra dengan pembayaran yang dilakukan setelah adanya transaksi, misalnya PLN, pembayaran Telkom, TV Kabel, dsb. Pembayaran produk *postpaid* ini biasanya dilakukan melalui bank yang ditunjuk oleh *provider* tertentu ataupun perusahaan *server* lain, dengan biaya yang sudah ditentukan. Umumnya perusahaan *server* lain mengikuti batas pembayaran seperti yang sudah ditentukan oleh bank tertentu. Namun CV Wiramitra berusaha untuk meminimalkan biaya yang dikenakan pada setiap transaksi, dan tidak menjadikan bank sebagai patokan untuk menentukan biaya administrasi. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar agen bisa mengatur sendiri keuntungan yang didapatkan, keuntungan yang didapatkan agen maksimal 10% per transaksi. Keuntungan tersebut dapat diatur pada biaya admin pada *website* CV Wiramitra dengan keuntungan yang kehendaki agen dengan harga akan otomatis resmi tercetak di struk. Dengan demikian produk *postpaid* dari CV Wiramitra dapat lebih murah dari *server* maupun bank lain yang bekerja sama dengan *provider* tertentu.

Untuk mekanisme tiket, keuntungan yang bisa didapatkan mencapai 40% – 70% dari produk tiket yang dijual. Untuk produk tiket keuntungan yang didapatkan oleh agen memang tinggi. Karena untuk produk tiket, CV Wiramitra bekerja sama dengan maskapai penerbangan atau perusahaan transportasi tertentu dengan ketentuan akan mendapat *cashback* jika perusahaan *server* membantu melakukan penjualan tiket yang nantinya akan dikembalikan oleh perusahaan maskapai penerbangan kepada CV Wiramitra. Sehingga harga tiket yang ada dapat semakin rendah. Oleh karena itu agen bisa menentukan sendiri keuntungan yang didapatkan dengan mekanisme yang sama seperti produk lain.

Para agen yang bergabung dengan CV Wiramitra akan memperoleh dukungan pelatihan. Pelatihan yang dilakukan CV Wiramitra kepada agen adalah berupa pelatihan aplikasi penjualan dari CV Wiramitra. Terdapat beberapa aplikasi penjualan yang dilakukan di perusahaan seperti aplikasi web POS (*Point of Sales*) dan mesin EDC yang masih jarang digunakan oleh perusahaan *server* lain, umumnya perusahaan *server* lain masih menggunakan *handphone* maupun *yahoo messenger* dalam melakukan transaksi. Dengan adanya beberapa aplikasi yang baru, maka sangat perlu dilakukan pelatihan kepada agen yang bergabung dengan CV Wiramitra. Pelatihan ini bertujuan agar para agen mengetahui teknologi yang dikembangkan oleh perusahaan, serta agar para agen tidak merasa kesulitan untuk melayani konsumen.

Agen yang bergabung dengan CV Wiramitra akan memperoleh dukungan pemasaran dan jaringan pemasaran, serta tersedia alat bantu pemasaran yang lengkap. Terdapat beberapa *software* tertentu yang digunakan untuk melakukan penjualan, selain itu terdapat juga banner resmi Wiramitra, brosur resmi loket wiramitra, proposal resmi wiramitra, yang digunakan untuk mendukung proses pemasaran yang dilakukan oleh CV Wiramitra. Beberapa aplikasi pendukung, *software*, banner, brosur dapat di *download* di *website* (www.wiramitra.com). Dengan adanya beberapa bantuan pemasaran yang dilakukan dapat membantu para agen untuk memperkenalkan produk CV Wiramitra kepada konsumen. Sehingga konsumen mengetahui produk yang dikembangkan oleh perusahaan.

Kelebihan-kelebihan inilah yang menjadikan agen, maupun konsumen lebih memilih untuk bergabung dan melakukan transaksi di CV Wiramitra. Karena produk yang ditawarkan kepada konsumen sangat lengkap, biaya yang dikenakan dalam produk-produk tertentu seperti produk *postpaid* lebih murah dibandingkan dengan perusahaan *server* yang lain, serta terdapat beberapa keunggulan yang disediakan oleh CV Wiramitra jika konsumen menginginkan menjadi agen. Dengan adanya pelatihan, dukungan pengembangan serta pemasaran yang telah disediakan oleh perusahaan akan memudahkan agen untuk memasarkan produk kepada konsumen. Berbagai macam keunggulan yang ditawarkan CV Wiramitra dibandingkan dengan perusahaan lain, bertujuan untuk memikat *dealer* atau agen agar bergabung dengan CV Wiramitra, dan sama sama melakukan penjualan kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Yulisetiari (2014:139), dalam penjualan sebuah produk diperlukan pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan maupun wakil pemasaran yang dirahkan pada usaha pemuasan dan kebutuhan dan keinginan pembeli untuk mendapatkan penjualan sehingga mendapatkan laba. Hal ini juga didukung dengan pernyataan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Dalam melakukan penjualan kepada konsumen kami juga membutuhkan dealer, subdealer, maupun agen untuk menawarkan produk yang kami miliki dengan tujuan memperoleh keuntungan tentunya, walupun keuntungan yang kita peroleh nantinya tidak terlalu banyak, sebab nanti mekanisme keuntungan yang dapat disetting sendiri oleh agen mbak” (AI 42Th).

Penetrasi pasar merupakan hal penting dalam pengembangan usaha yang dilakukan oleh sebuah perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan produk di pasar yang lama dengan menguatkan aspek promosi, dan iklan dengan cara pendekatan yang berbeda. Dengan cara ini nantinya CV Wiramitra dapat menambah konsumen dari pasar yang sudah dikuasai sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dapat diketahui bahwa penetrasi pasar dilakukan oleh CV Wiramitra melalui promosi dengan melakukan seminar maupun *worksop* kewirausahaan. Dalam seminar kewirausahaan tersebut, CV

Wiramitra memberikan wadah masyarakat untuk mewujudkan serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Umumnya seminar maupun *workshop* ini yang dilakukan ditempat dan waktu tertentu. Melalui seminar maupun *workshop* kewirausahaan, CV Wiramitra juga memperkenalkan produk dan keunggulan perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya. Jika terdapat konsumen yang tertarik dengan produk yang ditawarkan dan ingin bergabung menjadi sub *dealer* maupun agen, maka pemilik akan melakukan pelatihan penjualan secara langsung untuk memudahkan para agen dalam melakukan transaksi.

Dalam upaya penetrasi pasar, CV Wiramitra berusaha untuk melakukan promosi lebih berbeda serta lebih melakukan pendekatan kepada konsumen, sehingga lebih banyak konsumen yang tertarik dan ikut bergabung menjadi agen dari CV Wiramitra. Hal ini sesuai dengan pernyataan Widjaja (2004:86), penjualan melalui penyampaian pesan secara langsung bertujuan menemukan calon konsumen untuk meyakinkan agar melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, serta memuaskan kebutuhan konsumen.

Iklan lewat internet juga dilakukan oleh CV Wiramitra melalui berbagai aplikasi misalnya OLX, forum kaskus, forum *djawir*, *facebook*, *twitter*, *youtube*, *blog*, *weboxi*, dsb. Dengan menggunakan iklan lewat internet produk yang dimiliki oleh CV Wiramitra dapat dikenal masyarakat secara luas, selain itu perusahaan tidak perlu untuk mengeluarkan *budget* yang banyak untuk melakukan promosi lewat internet. Karena dengan memanfaatkan teknologi yang canggih dan memasang iklan pada aplikasi tertentu, konsumen lebih mengetahui produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra, sehingga nantinya terdapat peningkatan penjualan yang ada. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Assauri (2007:194), penetrasi pasar dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan penguasaan pasar oleh perusahaan sekaligus untuk meningkatkan penjualan.

Strategi ini dijalankan dengan memasarkan produk-produk, ataupun pengenalan produk atau jasa yang ada, ke wilayah-wilayah geografis yang baru. CV Wiramitra melakukan pengembangan pasar dengan cara memperkenalkan

produk ke wilayah sekitar Sidoarjo serta beberapa luar jawa. Hal ini dilakukan dengan alasan produk yang dimiliki oleh CV Wiramitra merupakan produk atau layanan yang dapat digunakan oleh seluruh kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa, serta dapat digunakan pada semua segmen.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, pengembangan pasar yang dilakukan oleh CV Wiramitra melalui 3 pasar yaitu *terminal server*, *Host to Host (H2H)*, serta *server* bisnis 33 propinsi, perusahaan ini melakukan ekspansi hingga pasar nasional yang mencakup beberapa daerah bahkan propinsi yang ada di Indonesia. Propinsi yang sudah dikuasai oleh CV Wiramitra dalam mengembangkan bisnisnya adalah Jawa Timur yaitu di Sidoarjo, DI Yogyakarta, serta Kalimantan Selatan yaitu Banjar. Sedangkan daerah yang nantinya akan menjadi sasaran pemasaran selanjutnya adalah Banten, Riau, Kalimantan Barat, Kalimantan tengah, dan Kalimantan Timur. CV Wiramitra berusaha untuk mengembangkan pasar yang ada hingga keluar jawa untuk lebih memperluas dan menguasai pasar dengan produk yang disediakan, sehingga konsumen yang ada tidak hanya di wilayah Sidoarjo dan sekitarnya, namun konsumen juga ada di luar jawa, sehingga konsumen CV Wiramitra dapat bertambah. Hal tersebut sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Assauri (2007:188), pengembangan pasar dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan pasar dan konsumen yang baru.

Pengembangan pasar yang dilakukan oleh CV Wiramitra juga berusaha untuk menambah jangkauan pemasaran dari semua jenis barang yang telah di produksi, jenis barang yang ditawarkan kepada konsumen adalah sama yaitu “TOP” (*Tour and travel, Online shop, Payment point*). CV Wiramitra melakukan pengembangan pasar tanpa merubah atribut pokok yang dimiliki. Pengembangan pasar ini dilakukan agar pasar yang dikuasai oleh CV Wiramitra tidak hanya pasar lokal saja, yaitu daerah Sidoarjo dan sekitarnya, namun juga pasar yang berskala nasional. CV Wiramitra berusaha menawarkan dari jenis barang yang sama dengan produk sebelumnya yang telah ada modifikasi untuk mencari segmen pasar yang ada didaerah yang lain, sehingga mereka tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh

Suwarsono (2013:295) mengemukakan, pengembangan pasar atau perluasan pasar dapat digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mencoba menarik segmen pasar yang lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dapat diketahui bahwa cara yang digunakan oleh CV Wiramitra untuk menguasai pasar luar Jawa tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan didaerah sekitar Sidoarjo yaitu melakukan promosi dengan cara pemilik CV Wiramitra terjun secara langsung untuk memberikan *workshop* kewirausahaan kepada masyarakat. Jika terdapat konsumen yang menginginkan kerjasama dengan CV Wiramitra maka pemilik beserta beberapa karyawannya melakukan pelatihan aplikasi penjualan secara langsung. Hal ini dilakukan untuk mempermudah mitra yang akan bekerja sama dengan CV Wiramitra. Pemberian pelatihan aplikasi penjualan kepada mitra yang ingin bergabung sangat perlu dilakukan. Sebab, CV Wiramitra merupakan perusahaan yang berbasis teknologi, jadi para mitra yang bergabung harus paham mengenai teknologi yang dikembangkan oleh CV Wiramitra.

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh perusahaan dalam pengembangan usaha di daerah luar Jawa adalah SDM yang ada dipedalaman umumnya masih awam terhadap teknologi. Jadi pelatihan yang dilakukan sedikit agak lama. Selain itu akses internet yang kurang memadai didaerah luar Jawa. Padahal layanan dari CV Wiramitra membutuhkan akses internet yang cukup stabil dalam melakukan transaksi.

Berbagai upaya dilakukan oleh CV Wiramitra untuk meminimalisir kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan pasar khususnya diluar Jawa yaitu dengan cara lebih banyak waktu untuk mengadakan pelatihan kepada mitra yang ingin bergabung, serta lebih sabar dalam memberikan pelatihan. Kendala akses internet yang kurang stabil diatasi oleh CV Wiramitra dengan cara CV Wiramitra mengarahkan menggunakan akses internet pada *service provider* tertentu seperti telkomsel.

Iklan juga dilakukan oleh CV Wiramitra dengan cara memasang web dengan desain yang menarik serta kalimat yang lugas, selain itu banyak aplikasi yang digunakan untuk mengiklankan produk diantaranya *OLX*, *facebook*, *twitter*,

youtube, blog, kaskus, djawir, sehingga konsumen dengan mudah mengetahui produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dengan mudah. Pengembangan pasar dilakukan oleh CV Wiramitra dengan berbagai macam cara, hal ini bertujuan untuk memperluas pasar serta menambah jumlah konsumen yang menggunakan produk CV Wiramitra. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Suwarsono (2013:295) mengemukakan, pengembangan pasar atau perluasan pasar dapat dilakukan dengan menambah intensitas promosi, dengan tujuan untuk memikat daya tarik untuk kelompok konsumen tertentu.

CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo telah menerapkan strategi yang digunakan untuk mengembangkan usahanya. Strategi menunjukkan arah perusahaan untuk mengambil keputusan, sehingga perusahaan dapat terarah dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dapat diketahui bahwa terdapat dampak yang ditimbulkan oleh CV Wiramitra sangatlah berarti bagi perusahaan dampak yang ditimbulkan setelah adanya penerapan strategi pengembangan usaha diantaranya adalah pasar semakin luas, pada awalnya CV Wiramitra hanya menguasai pangsa pasar yang ada di wilayah Sidoarjo dan sekitarnya seperti Surabaya, Pasuruan, Gresik, dsb. Dengan melakukan pengembangan usaha mulai dari pengembangan produk, penetrasi pasar, serta pengembangan pasar, CV Wiramitra mampu menguasai beberapa pasar yang ada, bahkan terdapat beberapa pasar yang dikuasai diluar Jawa.

Semakin banyaknya pasar yang dikuasai oleh CV Wiramitra tentunya banyak konsumen yang menggunakan produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dari berbagai daerah tidak hanya didaerah sekitar Sidoarjo dan sekitarnya saja. Apalagi produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dapat digunakan secara nasional, daerah yang sudah dikuasai diluar jawa adalah, daerah DI Yogyakarta, Banjar Kalimantan barat, dan masih banyak lagi pasar yang nantinya menjadi sasaran CV Wiramitra untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya.

Semakin banyak konsumen, agen atau perusahaan lain yang bergabung dengan CV Wiramitra, maka tujuan dari perusahaan dapat tercapai, salah satu tujuan dari perusahaan adalah peningkatan omset penjualan yang didapatkan oleh CV Wiramitra semakin lama semakin bertambah. Hal ini sesuai dengan

pernyataan dari Assauri (2007:362), ukuran tujuan dari perusahaan biasanya dinyatakan dalam ukuran kuantitatif atau angka-angka, seperti volume penjualan, omset penjualan, dan keuntungan. Hal ini juga didukung dengan pernyataan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Dengan banyaknya agen yang bergabung dengan kita maka omset kita akan semakin bertambah. Selain itu pasar yang kita kuasai juga semakin luas sehingga kita berusaha menjadikan perusahaan CV Wiramitra dapat dikenal diseluruh kalangan masyarakat, namun jika berbicara masalah keuntungan, agen dapat mereka tentukan sendiri, kita hanya menentukan batas minimalnya saja, jadi keuntungan tidak sebanyak perusahaan lain. selain itu” (AI 42Th).

Konsumen sebagai pengguna layanan dapat membandingkan produk yang ditawarkan CV Wiramitra dengan perusahaan *server* yang lain. Banyaknya variasi produk yang dikembangkan oleh CV Wiramitra mulai dari produk *payment point*, *tour and travel* serta *online shop* (TOP), serta kelebihan yang ditawarkan CV Wiramitra dibandingkan perusahaan lain, membuat konsumen maupun agen yang banyak menggunakan produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra. Sehingga, konsumen lebih percaya menggunakan produk maupun layanan yang disediakan oleh CV Wiramitra yang bervariasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa konsumen awalnya melihat CV Wiramitra sebagai perusahaan yang sama dengan perusahaan *server* lain, namun semakin lama produk yang ditawarkan semakin bervariasi, sehingga membuat konsumen tersebut loyal serta memutuskan untuk bergabung menjadi agen dari CV Wiramitra, dan hal inilah yang membuat konsumen lebih percaya dan menggunakan layanan yang disediakan oleh CV Wiramitra secara berulang. Dengan demikian kepuasan konsumen yang dirasakan dapat menjadi keunggulan tersendiri CV Wiramitra, sehingga perusahaan ini menjadi perusahaan yang unggul di bandingkan dengan perusahaan yang lain

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

CV Wiramitra menerapkan strategi pengembangan usaha untuk mengembangkan usaha yang dijalankan dalam posisi perusahaan yang kompetitif. Ketiga strategi yang dilakukan diantaranya pengembangan produk, penetrasi pasar serta pengembangan pasar. Strategi pengembangan usaha yang dilakukan tentunya memiliki hubungan timbal balik yang dirasakan oleh perusahaan diantaranya banyak konsumen yang menggunakan produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra. Kepuasan konsumen yang menjadi faktor utama yang menunjukkan keunggulan perusahaan CV Wiramitra dari perusahaan *server* lain, selain itu banyak agen maupun perusahaan lain yang bergabung dengan CV Wiramitra, sehingga omset yang didapatkan oleh CV Wiramitra semakin lama semakin bertambah,

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini, saran yang dapat digunakan oleh CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo adalah sebagai berikut:

- a. Inovasi produk hendaknya selalu ditambahkan untuk menarik minat konsumen.
- b. Hendaknya promosi yang dilakukan didaerah sekitar Sidoarjo dijadwal rutin.
- c. Hendaknya lebih memperluas pasar yang ada diluar jawa, sehingga tidak hanya 3 daerah yang menjadi cabang dari CV Wiramitra.

DAFTAR BACAAN

Buku

Abdurrahman, M. & Ali, M. S. 2011. *Paduan Praktis Memahami Penelitian*. Cetakan I. Bandung: CV Pustaka Setia.

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan XIV. Jakarta: Rineka Cipta.

Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

David, F. R. 2011. *Managemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.

Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.

Hery. 2013. *Akutansi Dasar*. Jakarta: PT Grasindo.

Hari, Setiawan P. & Zulkieflimansyah. 2000. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Kotler, Philip & Armstong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Managemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Muhammad, Suwarsono. 2013. *Manajemen Strategik*. Cetakan V. Yogyakarta: Akademi Managemen Perusahaan YKPN.

Pearce & Robinson. 2000. *Managemen Strategik*. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.

Riduwan. 2011. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Cetakan VII Bandung: Alfabeta.

Sholikin, Ismail. 2009. *Pengantar Managemen*. Jakarta: Erlangga.

Sholikin, Ismail. 2010. *Pengantar Managemen*. Bandung: Erlangga.

Sugiono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cetakan IX. Bandung: Alfabeta.

- Supratikno. 2003. *Advanced Strategic Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Supriyono, R.A. 2003. *Managemen Strategi dan Kebijakanaksanaan Bisnis*. Cetakan II. Yogyakarta: BPFE.
- Suroso, Imam. 2011. *Managemen Strategi*. Mojokerto: Insan Global.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tim penyusun pedoman KTI, PE PIPS FKIP UNEJ. 2013. *Paduan Praktis Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jember: LaksBang PRESSindo Yogyakarta.
- Universitas Jember. 2011. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Jember Unversity Press.
- Warren, C.S. 2014. *Pengantar Akutansi Adaptasi Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widjaja, Jenu Tandjung. 2004. *Marketing Management*. Cetakan II. Malang: Bayumedia Publishing
- Yulisetiarni, Diah. 2014. *Intisari Marketing*. Cetakan I. Jember: Cahaya Ilmu.

Jurnal

- Elvira, Maharani. 2014. Analisis Strategi Bisnis Usaha Jasa Penyewaan Alat Pesta dan Tenda pada CV. Surya Rianputra Sentosa. *Jurnal Universitas Binsa Nusantara*. 11 Desember 2014.
- Simon, M. dan Harjanti, Dhyah. 2013. Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Jasa Desain Interior pada UD. XYZ di Surabaya. *Jurnal Program Managemen Bisnis, Program Studi Managemen Universitas Kristen Petra*. 30 Maret 2014.
- Rusly, Cindy O. dan Indriyani, Ratih. 2013. Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Pada PT Sariadi Wahana Jasa Surabaya. *Jurnal Program Managemen Bisnis, Program Studi Managemen Universitas Kristen Petra*. 30 Maret 2014.

LAMPIRAN A

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Permasalahan	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Strategi Pengembangan Usaha Pada CV. Wiramitra Kabupaten Sidoarjo	1. Bagaimana strategi pengembangan usaha pada CV Wiramitra?	Strategi pengembangan usaha Intensif	a. Pengembangan Produk b. Penetrasi Pasar c. Pengembangan Pasar	a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian b. Data sekunder, yaitu data yang dapat mendukung penelitian dan mampu menguatkan data primer.	a. Metode Penelitian: penelitian deskriptif kualitatif b. Tempat penelitian: <i>metode purposive area</i> c. Metode subjek dan informan penelitian: <i>purposive</i> d. Sumber data: Data primer dan data sekunder e. Metode pengumpulan data: wawancara, observasi dan dokumen f. Analisis data: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

LAMPIRAN B**PEDOMAN PENELITIAN****1. Wawancara Mendalam**

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Strategi pengembangan usaha pada CV Wiramitra.	Subjek penelitian yaitu Owner dari CV Wiramitra, serta informan penelitian yaitu beberapa karyawan dari CV Wiramitra

2. Observasi

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Proses penyajian jasa kepada konsumen serta layanan yang diberikan oleh CV Wiramitra.	Informan penelitian yaitu karyawan dari perusahaan CV Wiramitra.

3. Dokumen

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Sejarah perusahaan CV Wiramitra dari awal berdiri sampai sekarang	Data dari perusahaan CV Wiramitra.
2.	Data mengenai jenis produk yang ditawarkan perusahaan CV Wiramitra kepada konsumen.	
3.	Data wilayah pemasaran yang telah dijangkau dan live.	
4.	Data konsumen dari CV Wiramitra	

LAMPIRAN C**PEDOMAN WAWANCARA PRA SURVEY**

Pedoman Wawancara Secara Mendalam untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan Oleh CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

Pedoman Wawancara Subjek Penelitian**I. Identitas Subjek Penelitian**

Nama :

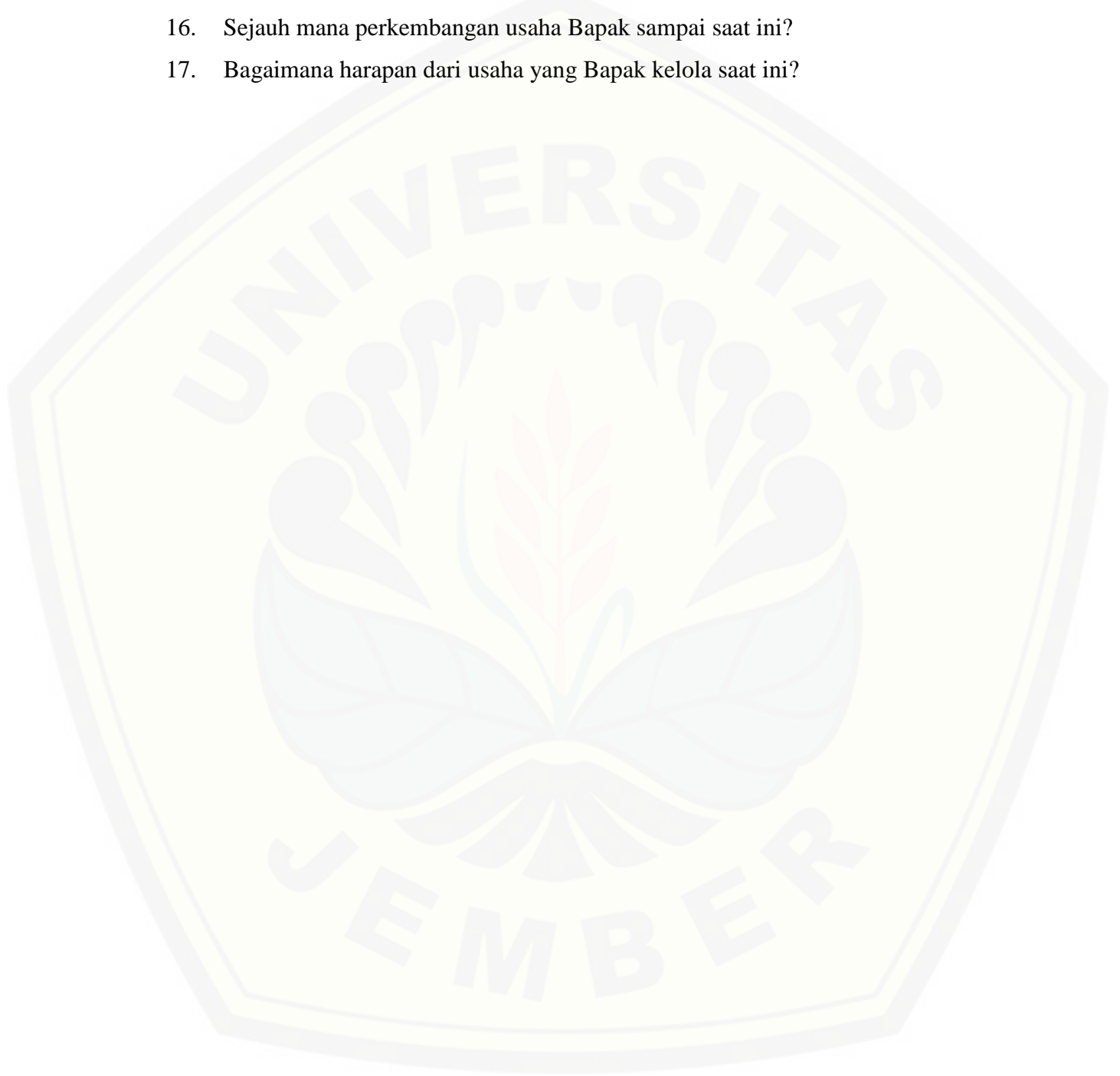
Umur :

Jabatan :

Alamat :

1. Berapa lama usaha CV Wiramitra ini dijalankan?
2. Mengapa Bapak memilih bisnis ini?
3. Menurut Bapak, Apa yang menarik dari usaha CV Wiramitra?
4. Apa yang Bapak dilakukan untuk mengembangkan usaha ini?
5. Layanan apa saja yang Bapak berikan kepada konsumen?
6. Bagaimana status kepemilikan perusahaan ini?
7. Apa keunggulan atau kekuatan dari perusahaan yang Bapak pimpin?
8. Bagaimana cara Bapak mempertahankan kekuatan yang dimiliki perusahaan?
9. Apa saja ancaman terbesar dari perusahaan yang Bapak pimpin?
10. Apa usaha Bapak untuk mengantisipasi ancaman yang ada dalam perusahaan Bapak?
11. Menurut Bapak seperti apa kekurangan dari perusahaan yang Bapak pimpin?
12. Bagaimana cara Bapak untuk meminimalisir kekurangan atau kelemahan yang ada di Perusahaan Bapak?
13. Bagaimana strategi yang bapak terapkan pada perusahaan Bapak?

14. Bagaimana pendapat Bapak mengenai pesaing dari perusahaan Bapak?
15. Selain pesaing apa yang dihadapi oleh perusahaan yang Bapak dimiliki?
16. Sejauh mana perkembangan usaha Bapak sampai saat ini?
17. Bagaimana harapan dari usaha yang Bapak kelola saat ini?



LAMPIRAN D**PEDOMAN WAWANCARA**

Pedoman Wawancara Secara Mendalam untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan Oleh CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

Pedoman Wawancara Subjek Penelitian**I. Identitas Subjek Penelitian**

Nama :

Umur :

Jabatan :

Alamat :

Wawancara dengan owner CV Wiramitra**A. Sejarah dan keadaan perusahaan**

1. Sudah berapa lama Bapak mendirikan CV Wiramitra?
2. Bagaimana bapak menganalisis keadaan pasar saat ini?
3. Apa visi dan misi dari perusahaan CV Wiramitra?
4. Produk apa yang awalnya bapak tawarkan kepada konsumen?
5. Apakah perubahan teknologi yang cukup pesat sangat mempengaruhi perusahaan bapak?
6. Bagaimana hubungan bapak dengan konsumen?

B. Pengembangan Produk

1. Apa yang Bapak lakukan agar usaha ini berkembang?
2. Pengembangan produk yang seperti apa yang Bapak lakukan di CV Wiramitra? Apakah pengembangan produk yang dilakukan sejenis atau bervariasi?

3. Gagasan baru apa yang Bapak kembangkan pada produk yang ditawarkan kepada konsumen?
4. Apakah Bapak menentukan standar produk atau mutu yang Bapak tawarkan kepada konsumen?
5. Apakah ada perbedaan produk yang Bapak tawarkan dengan perusahaan lain?
6. Bagaimana respon dari masyarakat mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan Bapak?
7. Apakah bapak juga menerima kritikan dari konsumen?
8. Sejauh mana sampai saat ini bisnis Bapak mengalami kemajuan?

C. Tenaga Penjualan (Karyawan)

1. Berapa jumlah karyawan Bapak yang bekerja saat ini?
2. Bagaimana cara Bapak merekrut karyawan Bapak?
3. Apa ada divisi-divisi tertentu dalam perusahaan CV Wiramitra?
4. Apa ada ketentuan jenjang pendidikan minimal yang harus dimiliki oleh karyawan?
5. Untuk peningkatan kualitas karyawan, apakah ada pelatihan khusus untuk karyawan?
6. Berapa lama pelatihan dilakukan?
7. Apakah Bapak melakukan observasi atau terjun langsung untuk melihat kinerja karyawan?
8. Apakah nantinya jumlah karyawan yang ditambahkan itu membantu upaya pemasaran yang dilakukan?

D. Iklan dan Promosi

1. Menurut Bapak apakah promosi itu penting untuk mengembangkan usaha Bapak?
2. Apa saja promosi yang Bapak lakukan untuk meningkatkan omset Bapak?

3. Apakah ada penambahan budget untuk iklan perusahaan Bapak, kisaran berapa persen?
4. Iklan yang Bapak lakukan pada pasar yang sidoarjo dan sekitarnya biasanya seperti apa?
5. Melalui apa Bapak mempromosikan produk yang Bapak tawarkan?

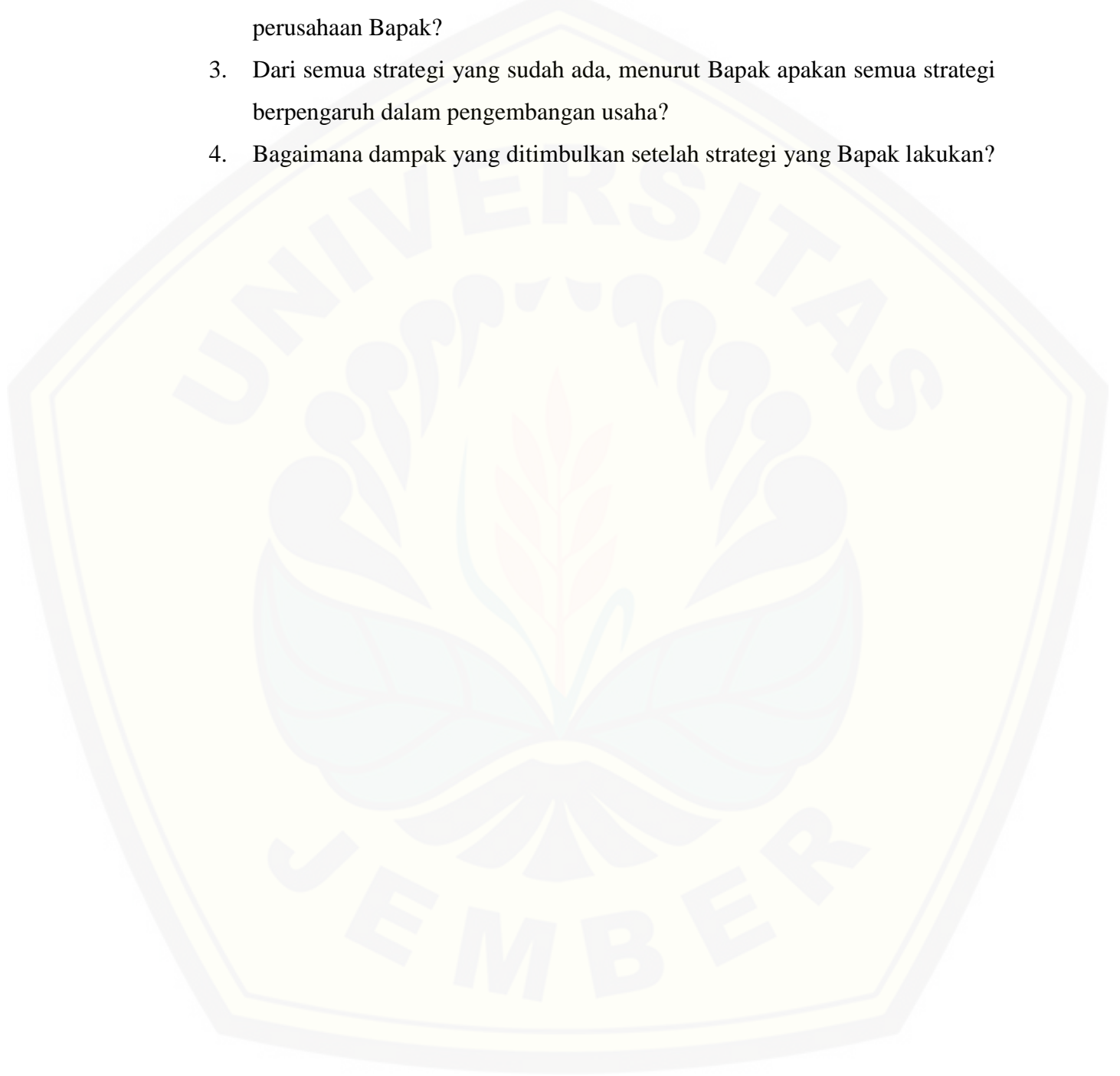
E. Pengembangan pasar

1. Bagaimana cara Bapak untuk memikat segmen pasar pasar lain, mengembangkan versi produk, saluran distribusi lain, beriklan di media lain?
2. Apakah Bapak juga mencoba memperkenalkan produk jasa CV Wiramitra di wilayah lain?
3. Bagaimana cara Bapak dapat menjangkau / membuka cabang di wilayah perusahaan yang ada saat ini?
4. Sejauh mana perusahaan Bapak memperluas wilayah pemasaran? Wilayah lokal, regional atau nasional?
5. Daerah mana saja yang sudah live dalam perusahaan yang Bapak pimpin?
6. Kendala apa yang biasanya bapak alami saat Bapak melakukan pengembangan pasar didaerah lain?
7. Bagaimana bapak mengatasi kendala yang Bapak alami?
8. Bagaimana respon masyarakat di wilayah yang Bapak jadikan sasaran produk jasa yang Bapak tawarkan?
9. Apa harapan Bapak terhadap bisnis ini selanjutnya?

F. Pengembangan usaha

1. Terkait dengan pengembangan usaha dari mana bapak memperoleh modal awal untuk mengembangkan bisnis ini?

2. Strategi pengembangan usaha ada penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar, apakah ada strategi lain yang dilakukan oleh perusahaan Bapak?
3. Dari semua strategi yang sudah ada, menurut Bapak apakah semua strategi berpengaruh dalam pengembangan usaha?
4. Bagaimana dampak yang ditimbulkan setelah strategi yang Bapak lakukan?



PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman Wawancara Secara Mendalam untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan Oleh CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

Pedoman Wawancara Informan Penelitian

I. Identitas Informan Penelitian

Nama :

Umur :

Jabatan :

Alamat :

A. Wawancara dengan karyawan CV Wiramitra

1. Sejak kapan Anda bekerja di CV Wiramitra?
2. Bagaimana mekanisme pelayanan yang ada di CV Wiramitra?
3. Apakah karyawan juga ada pemberian pelatihan?
4. Sejauh mana pelayanan diberikan kepada konsumen?
5. Apa saja layanan unggulan yang diberikan kepada konsumen?
6. Apakah anda selalu memberikan pelayanan prima kepada konsumen?
7. Apa saja pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan?
8. Bagaimana dengan promosi produk yang dilakukan oleh perusahaan?
9. Bagaimana dengan pengenalan produk ke wilayah lain?
10. Apakah semua wilayah yang menjadi sasaran perusahaan semua berhasil?
11. Apa saja yang menghambat pengembangan usaha pada perusahaan ini?
12. Apa dampak yang dirasakan setelah CV Wiramitra melakukan pengembangan usaha yang meliputi pengembangan produk, penetrasi pasar dan pengembangan pasar?
13. Apa harapan Anda pada perusahaan ini selanjutnya?

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman Wawancara Secara Mendalam untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan Oleh CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

Pedoman Wawancara Informan Penelitian (Kosumen)

I. Identitas Informan Penelitian

Nama :

Umur :

Jabatan :

Alamat :

1. Sejak kapan Anda mengenal CV Wiramitra?
2. Dari mana Anda mengenal CV Wiramitra?
3. Menurut anda layanan apa saja yang disediakan oleh CV Wiramitra?
4. Apa alasan Anda bergabung menjadi agen di CV Wiramitra?
5. Apa yang anda rasakan setelah bergabung dengan CV Wiramitra?
6. Apa Harapan Anda terhadap CV Wiramitra?

LAMPIRAN E**TRANSKRIP WAWANCARA PRA SURVEY**

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Arif Isnaini. S.H, SE, MM tahun pemilik CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo

Peneliti : Berapa lama usaha CV Wiramitra ini dijalankan?

Narasumber : *Sekitar tahun 2009 yang lalu, namun peresmian itu baru tahun 2011 mbak.*

Peneliti : Mengapa Bapak memilih bisnis ini?

Narasumber : *Saya melihat dari kebutuhan masyarakat mbak, banyak sekali yang respon masyarakat terhadap bisnis seperti ini mbak, banyak juga pemain dalam bisnis ini mbak, tapi saya berusaha untuk berbeda dengan yang lain.*

Peneliti : Menurut Bapak, Apa yang menarik dari usaha CV Wiramitra?

Narasumber : *Sebenarnya sama mbak, tapi masalah keuntungan bisa di setting sendiri oleh agen kami mbak.*

Peneliti : Apa yang Bapak dilakukan untuk mengembangkan usaha ini?

Narasumber : *Jelas nanti kami akan kembangkan produk maupun pasar kami mbak.*

Peneliti : Layanan apa saja yang Bapak berikan kepada konsumen?

Narasumber : *Layanan yang saya berikan kepada konsumen ya awalnya hanya pulsa, namun seiring berjalannya waktu saya bisa buka server ya layanannya saya tambah menjadi pembayaran elektronis mbak, PLN, Telkom, voucher game online, TV kabel dsb. Layanan ini versinya akan kami lebih kembangkan lagi mbak.*

Peneliti : Bagaimana status kepemilikan perusahaan ini?

Narasumber : *ini CV mbak, diresmikan tanggal 14 Agustus 2011.*

- Peneliti : Apa keunggulan atau kekuatan dari perusahaan yang Bapak pimpin?
- Narasumber : *produk yang kami miliki bervariasi mbak, kita kan bisnis online juga jadi dari segi pembayaran yang dilakukan. Bisnis online merupakan sebuah bisnis kepercayaan konsumen terutama dari pembayaran yang dilakukan. Dalam hal ini CV Wiramitra memfasilitasi pembayaran secara online atau melalui transfer.*
- Peneliti : Bagaimana cara Bapak mempertahankan kekuatan yang dimiliki perusahaan?
- Narasumber : *Untuk mempertahankan kekuatan ya kalau pada produk ya selalu mengembangkan versi produk aja mbak.*
- Peneliti : Apa saja ancaman terbesar dari perusahaan yang Bapak pimpin?
- Narasumber : *Bisnis online yang melibatkan uang. Jadi, bisnis ini bisa dikatakan lebih sensitive, dengan kata lain kepercayaan yang paling dibutuhkan oleh setiap konsumen ataupun agen untuk transfer uang. Selain itu, adanya persaingan produk dari perusahaan sejenis lainnya, yang menyebabkan konsumen dapat berpindah ke perusahaan lain.*
- Peneliti : Apa usaha Bapak untuk mengantisipasi ancaman yang ada dalam perusahaan Bapak?
- Narasumber : *lebih menanamkan kepercayaan aja mbak, nanti kita ada pelatihan secara langsung kepada para agen mbak.*
- Peneliti : Menurut Bapak seperti apa kekurangan dari perusahaan yang Bapak pimpin?
- Narasumber : *Produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra sebatas wilayah regional saja atau wilayah di sekitar kabupaten Sidoarjo seperti Surabaya, Gresik, Pasuruan dsb. Selain itu, karena bisnis ini merupakan bisnis yang memanfaatkan internet jadi apabila terjadi pemadaman listrik, transaksi yang dilakukan dapat berhenti seketika. Sehingga, menyebabkan transaksi yang dilakukan terkadang menjadi lambat.*

Peneliti : Bagaimana cara Bapak untuk meminimalisir kekurangan atau kelemahan yang ada di Perusahaan Bapak?

Narasumber : kami melakukan pengembangan pasar sampai wilayah nasional mbak, kalau masalah listrik mungkin nanti kita sediakan diesel jika lampu mati biar transaksi bisa berjalan. Tapi ini belum masian mbak. Kalau yang pengembangan pasar sekarang sudah mulai kita lakukan.

Peneliti : Bagaimana strategi yang bapak terapkan pada perusahaan Bapak?

Narasumber : Strategi yang kita lakukan fokus pada produk dan pasar mbak.

Peneliti : Bagaimana pendapat Bapak mengenai pesaing dari perusahaan Bapak?

Narasumber : Pesaing ya jelas ada, tapi buat saya ya buat penyemangat aja mbak, kadang kita juga belajr dari pesaing, apalagi jika perusahaan itu lebih dahulu berdiri daripada kita mbak. Kita harus banyak belajar aja dari mereka, saling sharing aja mbak.

Peneliti : Sejauh mana perkembangan usaha Bapak sampai saat ini?

Narasumber : Saat ini kita fokus pada pengembangan usaha yang kita lakukan mbak. Alhamdulillah sudah menguasai pasar luar jawa.

Peneliti : Bagaimana harapan dari usaha yang Bapak kelola saat ini?

Narasumber : Harapan kami tentunya usaha ini dapat berkembang dengan baik mbak. Pasar yang kita kuasai juga luas tentunya.

LAMPIRAN F**TRANSKRIP WAWANCARA**

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Arif Isnaini. S.H, SE, MM tahun pemilik CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo

Peneliti : Mulai tahun berapa usaha bapak ini didirikan?

Narasumber : *Sejak tahun 2009 mbak dulu saya mendirikan perusahaan ini Pada awalnya perusahaan kami tidak seperti yang Anda lihat sekarang mbak, dulu kami tidak memiliki tempat khusus seperti ini. Dulu saya hanya menyediakan pulsa, dan saya menjadi distributor dari Bandung mbak.*

Peneliti : Bagaimana menurut pendapat Bapak mengenai bisnis yang bapak jalankan?

Narasumber : *Jika kita berbicara bisnis payment, online adalah bisnis yang orang yang mengerti bank. Sehingga, kita akan dihadapkan pada perputaran uang sekitar 5000.000.000.000 – 8000.000.000.000 per bulan*

Peneliti : Bagaimana bapak menganalisis keadaan pasar saat ini mengenai bisnis yang sedang Bapak jalankan?

Narasumber : *Kalau menurut saya respon dari masyarakat sangat luar biasa mbak, mengenai bisnis online ini, Anda tahu sendiri bahwa sekarang adalah jamannya bisnis online, banyak sekali pemain yang bergelut dalam bisnis ini mbak, banyak layanan yang ditawarkan oleh para pemain pasar. Namun, rata-rata hasil yang mereka dapatkan belum maksimal.*

Peneliti : Apa visi dan misi dari perusahaan CV Wiramitra?

Narasumber : *Visi CV Wiramitra Menjadi layanan multi transaksi terlengkap dan terpercaya.*

*Misi : Mengupdate layanan terbaru, Menyajikan layanan terbaik.,
Memberikan sistem yang handal, teruji, dan mudah digunakan.,
Menyajikan proses bisnis cukup sederhana dan mudah dipahami.*

Peneliti : Produk apa yang awalnya bapak tawarkan kepada konsumen?

*Narasumber : Pada awalnya perusahaan kami tidak seperti yang Anda lihat
sekarang mbak, dulu kami tidak memiliki tempat khusus seperti ini.
Dulu saya hanya menyediakan pulsa saja dan saya menjadi
distributor dari Bandung mbak.*

Peneliti : Apakah perubahan teknologi yang cukup pesat sangat mempengaruhi perusahaan bapak?

*Narasumber : Tentu.Teknologi merupakan tulang punggung dalam bisnis ini.
Semakin banyak layanan yang terhubung maka semakin besar tumbuh
nya usaha ini*

Peneliti : Bagaimana hubungan bapak dengan konsumen?

*Narasumber : Untuk hubungan dengan konsumen sebisa mungkin kami Selalu
menjaga agar selalu berhubungan dengan baik. Kan konsumen
ibaratnya adalah raja mbak.*

Pengembangan Produk

Peneliti : Apa yang Bapak lakukan agar usaha ini berkembang?

*Narasumber : Jelas pengembangan produk yang utama kami lakukan, karena
produk merupakan inti dari sebuah perusahaan, lalu pasar mbak
karena jika produk sudah baik maka pemasaran kita juga harus
lakukan semaksimal mungkin.*

Peneliti : Pengembangan produk yang seperti apa yang Bapak lakukan di CV Wiramitra? sejenis atau bervariasi?

*Narasumber : Jelas variasi mbak, yang kita kembangkan awalnya kan saya hanya
menawarkan pulsa saja, namun seiring berjalannya waktu saya bisa*

buka server sendiri, jadi layanan payment point bisa saya tambahkan dengan beberapa layanan seperti pembayaran PLN, Telkom, penjualan voucher game online mbak, untuk layanan produk payment point layanan yang sudah ada akan segera ditambah dengan pembayaran kartu kredit untuk segmen menengah keatas mbak, ini dilakukan agar layanan dari CV Wiramitra dapat dinikmati tidak hanya kalangan tertentu saja. Terus ada tour and travel itu versinya kita kembangkan tidak hanya pembelian tiket saja. Namun ada paket wisata, penyewaan kendaraan voucher hotel dan sebagainya, tapi ini masih kami usahakan mbak, soalnya ya kita harus cari partner kerja yang pas. Yang terakhir adalah online shop mbak Masyarakat yang saat ini menyukai produk online, peluang ini kami manfaatkan untuk mendirikan layanan online shop ini mbak. Nah, sejak layanan online shop ini kami tambahkan bisnis yang kami miliki kami beri sebutan dengan bisnis "TOP", ini untuk mempermudah penyebutan dari produk yang kami miliki mbak biar orang semakin kenal juga dengan produk kami mbak.

Peneliti : Apakah produk yang Bapak tawarkan kepada konsumen semuanya murni bisa dikelola oleh perusahaan?

Narasumber : *Ada layanan tertentu mbak walaupun perusahaan kami server, kita tidak dapat menyediakan sendiri layanan tersebut, artinya kita tidak dapat langsung bekerja sama dengan perusahaan inti. Posisi CV Wiramitra menjadi pihak kedua dan melakukan kerja sama dengan perusahaan di Bandung, yang dulunya memang sebagai inspirator saya mendirikan bisnis yang saya jalani saat ini. Salah satunya adalah layanan PLN yang dalam jangka waktu satu bulan harus mencapai target puluhan ribu transaksi, kalau disini mungkin belum sampai segitu mbak, soalnya kan pangsa pasar kita masih kalah*

dibanding mereka. Jadi, kita jadi supliernya mereka dulu untuk saat ini.

Peneliti : Gagasan baru apa yang Bapak kembangkan pada produk yang ditawarkan kepada konsumen?

Narasumber : *Gagasan baru yang kami kembangkan ya online shop mbak inovasi terus kita lakukan untuk mengembangkan layanan pada perusahaan ini mbak. Inovasi yang kami lakukan adalah membuka toko online. Kita tidak hanya menjual produk yang umum saja, namun kita akan membantu memasarkan produk-produk UKM mbak, kan memang sidoarjo banyak industri kecil yang ada. Ya kita bantu lah memasarkan produk mereka. Sama-sama jalan begitu mbak, kita memfasilitasi mereka, biar produk mereka dapat dikenal secara luas mbak. Untuk online shop ini nanti ada affiliate sama kita jadi distributornya mbak.*

Peneliti : Apakah Bapak menentukan standar produk atau mutu yang Bapak tawarkan kepada konsumen?

Narasumber : *Standar produk jelas kami lakukan mbak, karena menurut kami kepuasan konsumen adalah yang utama.*

Peneliti : Apakah ada perbedaan produk yang Bapak tawarkan dengan perusahaan lain?

Narasumber : *Produk yang ditawarkan hampir sama. Yang membedakan adalah keunggulan kami yang membebaskan agen untuk mensetting keuntungan yang ingin mereka dapatkan. Dalam melakukan penjualan kepada konsumen kami juga membutuhkan dealer, subdealer, maupun agen untuk menawarkan produk yang kami miliki dengan tujuan memperoleh keuntungan tentunya, walupun keuntungan yang kita peroleh nantinya tidak terlalu banyak, sebab nanti mekanisme keuntungan yang dapat disetting sendiri oleh agen mbak*

Peneliti : Bagaimana respon dari masyarakat mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan Bapak?

Narasumber : *Respon dari masyarakat cukup baik dengan inovasi yang kita lakukan mbak, kami selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik buat konsumen mbak.*

Peneliti : Apakah bapak juga menerima kritikan dari konsumen?

Narasumber : *Kritikan untuk masalah produk enggak mbak, mungkin kritiknya itu dari transaksi yang kita lakukan seperti pulsa. Karena kita mengandalkan speedy dan PLN. Jadi kalau ada macet pasti ada komplain.*

Peneliti : Sejauh mana sampai saat ini bisnis Bapak mengalami kemajuan?

Narasumber : *Alhamdulillah kami sudah dapat membuka cabang di beberapa wilayah mbak, masih dikembangkan mbak sekarang.*

TenagaPenjualan (Karyawan)

Peneliti : Berapa jumlah karyawan Bapak saat ini?

Narasumber : *Kurang lebih ada 15 orang.*

Peneliti : Bagaimana cara Bapak merekrut karyawan Bapak?

Narasumber : *Umumnya kami memasang pengumuman lowongan dan menerima kegiatan magang mahasiswa. Jika selama magang mereka bekerja dengan baik, kami bisa menawarkan untuk lanjut dengan status karyawan.*

Peneliti : Apa ada devisi-devisi tertentu dalam perusahaan CV Wiramitra?

Narasumber : *Pada intinya ada tiga pokok dari struktur organisasi yang kita miliki mbak yaitu Finance, HRD, IT.*

Peneliti : Apa ada ketentuan jenjang pendidikan minimal yang harus dimiliki oleh karyawan?

Narasumber : *Jenjang pendidikan minimal adalah SMA. Selain itu kami juga melihat kemampuan diri mereka, dalam arti apakah mereka paham*

teknologi komputer dan internet. Untuk karyawan kami jelas memiliki kriteria tersendiri dalam perekrutan mbak, apalagi seperti mas irfan itu sebagai kepala bagian TI yang tugasnya membuat dan mengontrol semua akses web dan internet. Namun, untuk karyawan biasa seperti operator ya tidak terlalu ketat dalam perekrutan yang penting adalah mereka dapat mengoperasikan computer dan internet , jadi lulusan untuk karyawan biasa ya SMA sederajat cukup mbak. Tapi kalau teknisi IT ya harus sarjana mbak

Peneliti : Untuk peningkatan kualitas karyawan, apakah ada pelatihan khusus untuk karyawan?

Narasumber : *Untuk karyawan di training langsung oleh senior.*

Peneliti : Apakah Bapak melakukan observasi atau terjun langsung untuk melihat kinerja karyawan?

Narasumber : *Untuk observasi bisa saya lakukan secara langsung mbak, karena kan tempatnya berdekatan dengan rumah saya ini, jadi mudah lah melakukan pengawasan. Perusahaan kita juga online jadi setiap karyawan yang masuk harus ngelogin dulu di komputer. Dengan cara ini juga saya bisa mengontrol mereka mbak.*

Peneliti : Apakah nantinya jumlah karyawan yang ditambahkan itu membantu upaya pemasaran yang dilakukan?

Narasumber : *Tidak mbak, penambahan jumlah karyawan hanya sebatas untuk wilayah sidoarjo saja khususnya CS, karena nanti akan diberlakukan shif mbak. Saat promosi biasanya saya hanya mengajak kepala bagian operasional saja untuk program komputer cabang saya. Untuk yang di cabang itu orangnya cari sendiri bukan dari kami mbak.*

Iklan dan Promosi

Peneliti : Menurut Bapak apakah promosi itu penting untuk mengembangkan usaha Bapak?

Narasumber : *iya promosi sangat penting demi kelangsungan usaha kita mbak, karena dengan melakukan promosi konsumen bisa mengetahui produk yang kami tawarkan mbak.*

Peneliti : Apa saja promosi yang Bapak lakukan untuk meningkatkan omset Bapak?

Narasumber : *promosi kita lakukan melalui beberapa seminar dan launching buku yang kita lakukan ditempat-tempat tertentu seperti mall sun city yang kita anggap potensial. saya juga sebagai motivator sekaligus pengarang buku, jadi untuk aspek promosi kita menggunakan seminar mbak. Sebagai bukti fisik bahwa CV Wiramitra itu wadah kita untuk melakukan usaha mbak, jadi tidak hanya ngomong saja, kegiatan personal selling yang kami lakukan, ada juga kita promo lewat iklan di internet dan web yang kita sediakan*

Peneliti : Apakah ada penambahan budget untuk iklan perusahaan Bapak, kisaran berapa persen?

Narasumber : *Kami tidak memiliki budget sendiri untuk melakukan promosi disekitar daerah Sidoarjo, biasaya promosi saya includkan dengan launching buku yang saya tulis, serta seminar yang saya berikan saat itu. Pada saat saya memberikan pelatihan itu nanti saya menawarkan bisnis ini sebagai bukti bahwa sangat mudah menjadi wirausaha jika kita memiliki kemauan yang keras apapun dapat dilakukan*

Peneliti : Iklan yang Bapak lakukan biasanya seperti apa?

Narasumber : *Iklan selalu kita lakukan mbak, kami gencar melakukan iklan melalui web mbak. Karena web merupakan salah satu senjata kami dalam memperkenalkan produk-produk yang kami tawarkan. Web yang dibuat saya desain semenarik mungkin. Karena, dengan*

tampilan menarik kata-kata yang jelas dan mudah dipahami oleh para konsumen yang ingin bergabung dengan perusahaan kami. Selain itu ad aplikasi yang lain seperti djawir, facebokk, tiwitter, youtube, kaskus dsb”.

Pengembangan pasar

Peneliti : Bagaimana cara Bapak untuk memikat segmen pasar pasar lain, mengembangkan versi produk, saluran distribusi lain, beriklan di media lain?

Narasumber : *Kalau untuk memikat segmen pasar lain, kami berusaha untuk mengembangkan versi produk yang kami miliki. Ya bisnis TOP itu lebih kita tonjolkan variasi produk yang dimiliki mbak biar lebih banyak layanan yang kami tawarkan kepada konsumen mbak.*

Peneliti : Sejauh mana perusahaan Bapak memperluas wilayah, regional atau nasional?

Narasumber : *kalau pengembangan pasar kita lakukan secara nasional mbak kita berusaha untuk mengembangkan pasar secara luas mbak. dalam hal pengembangan pasar CV Wiramitra memiliki 3 yang segmen pasar yang ditujukan untuk konsumen yang berbeda yaitu H2H (Host to host), server bisnis 33 propinsi, terminal server, serta bisnis MLM server ini yang menjadi dasar bagi CV Wiramitra dalam melakukan pengembangan pasar dengan segmen yang baru. Semua pengembangan pasar dapat kami jalankan dengan baik. Namun pengembangan pasar untuk bisnis. Dalam melakukan pengembangan pasar ada Terminal server ini kita melakukan kerjasama dengan perusahaan lain yang menginginkan memiliki layanan seperti layanan kami, namun servernya masih ikut perusahaan ini. Terminal server ini diperuntukkan bagi orang-orang yang ingin berwirausaha namun*

tidak memiliki cukup modal untuk membangun server sendiri, Host to host ini sebuah bentuk kerja sama yang kita lakukan dengan perusahaan lain yang ingin memiliki beberapa layanan dari perusahaan kami, umumnya kami melakukan via YM (Yahoo Mesangger). Untuk bisnis server CV Wiramitra selalu berusaha untuk melakukan pengembangan pasar sampai dengan daerah wilayah nasional mbak. Karena bisnis yang kami jalankan ini bisa berlaku secara nasional mbak, selain itu banyak yang membutuhkan produk yang kami tawarkan, kami selalu berusaha untuk memasarkan produk secara nasional, namun harga lokal. Selain itu bisnis ini berbeda dengan server, karena server 33 propinsi ini membutuhkan modal yang sangat besar untuk membangun sebuah server sendiri. Untuk bisnis MLM belum bisa terealisasikan karena memang teknisnya itu mbak, semua hanya mau untungnya hanya fokus mencari orang dan tidak fokus untuk menjualkan produk.

Peneliti : Daerah mana saja yang sudah live dalam perusahaan yang Bapak pimpin?

Narasumber : *Sidoarjo, Yogyakarta, dan Kalimantan selatan mbk. Tapi yang on progress itu ada Kalimantan timur, Kalimantan tengah, Kalimantan barat dan riau mbak.*

Peneliti : Bagaimana cara Bapak dapat menjangkau / membuka cabang di wilayah perusahaan yang ada saat ini?

Narasumber : *Saya melakukan seminar kewirausahaan itu mbak, dan CV Wiramitra itu sebagai wadah untuk mereka bergabung menjadi mitra kami, ini juga menjadi sasaran kami untuk mengembangkan usaha keluar jawa biar cabang kita meluas. Jika mereka mau bergabung dengan kami biasanya saya akan mengadakan pelatihan aplikasi penjualan secara langsung dengan mereka mbak, mulai dari awal sampai dengan akhir.*

Peneliti : Kendala apa yang biasanya bapak alami saat Bapak melakukan pengembangan pasar didaerah lain?

Narasumber : Kendala yang saya alami ya kita tahu sendiri bahwa orang luar Jawa itu orangnya sedikit gaptek mbak, jadi kalau saya melakukan pengajaran langsung agak susah. Terkadang mereka juga takut melakukan transaksi karena bisnis ini kan bisnis uang jadi ya takut. Selain itu akses internet yang kurang mendukung kalau di luar Jawa padahal bisnis ini sangat membutuhkan internet dalam melakukan transaksi.

Peneliti : Bagaimana cara mengatasi kendala yang Bapak alami?

Narasumber : Ya untuk itu saya biasa melakukan workshop secara langsung mbak, biar meyakinkan mereka, demo atau praktik secara langsung dan meyakinkan mereka bahwa bisnis ini menjanjikan dan kepercayaan memang sangat diperlukan dalam bisnis ini mbak.

Peneliti : Apa tanggapan konsumen dari ekspansi yang Bapak lakukan?

Narasumber : Tanggapan mereka baik mbak, justru mereka senang bisa bergabung dengan kami. Karena misalnya harga pulsa disana sangat mahal, dibandingkan di Jawa mbak. Jadi mereka bisa nagmbil untung yang besar kalo mereka mengambil layanan sama dengan kita.

Peneliti : Apa harapan Bapak terhadap bisnis ini selanjutnya?

Narasumber : Iya kalau harapan saya semoga usaha ini berkembang dengan baik, banyak diterima masyarakat secara luas, banyak cabang yang kita miliki.

Pengembangan usaha

Peneliti : Terkait dengan pengembangan usaha dari mana bapak memperoleh modal awal untuk mengembangkan bisnis ini?

Narasumber : Modal awal untuk mengambangkan usaha ini tentunya pinjaman dari bank mbak, karena itu yang bisa saya lakukan. Selain itu ada

juga hasil saya melakukan penjualan buku, melakukan seminar kewirausahaan.

Peneliti : Strategi pengembangan usaha ada penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar, apakah ada strategi lain yang dilakukan oleh perusahaan Bapak?

Narasumber : *iya itu yang memang kita lakukan pada perusahaan ini mbk, kita juga melakukan strategi pengembangan secara lebih mendekati konsumen mbak dengan cara kita melakukan seminar ke daerah tertentu dan kita juga melakukan pelatihan secara langsung juga.jadi ada upaya plusnya juga.*

Peneliti : Dari semua strategi yang sudah ada, menurut Bapak apakah semua strategi berpengaruh dalam pengembangan usaha?

Narasumber : *Iya jelas ada pengaruh semua strategi tersebut, semua perusahaan pasti melakukan strategi masing-masing. Namun, pada intinya strateginya ya seperti itu.*

Peneliti : Bagaimana dampak yang ditimbulkan setelah strategi yang Bapak lakukan?

Narasumber : *Dampaknya ya cukup baik dalam pengembangan usaha mbak, dengan banyaknya agen yang bergabung dengan kita maka keuntungan kita akan semakin bertambah. Selain itu pasar yang kita kuasai juga semakin luas sehingga kita berusaha menjadikan perusahaan CV Wiramitra dapat dikenal diseluruh kalangan masyarakat. setelah melakukan pengembangan pasar tentunya dengan banyaknya konsumen maupun agen yang bergabung dengan kita maka secara otomatis omset kita akan semakin bertambah,namun jika berbicara masalah keuntungan seperti yang saya jelaskan tadi bahwa keuntungan agen dapat mereka tentukan sendiri, kita hanya menentukan batas minimalnya saja, jadi keuntungan tidak sebanyak perusahaan lain. selain itu. kepuasan konsumen menjadi satu alasan*

kami untuk mengembangkan layanan produk kami, agar konsumen tetap menggunakan produk yang kami tawarkan.



TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Khoirul Arifin manager operasional CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo

Peneliti : Sejak kapan mas bekerja diperusahaan ini?

Narasumber : Sejak tahun 2010 mbak.

Peneliti : Bagaimana mekanisme pelayanan yang ada di CV Wiramitra?

Narasumber : Wiramitra melayani transaksi langsung dan pendaftaran agen. Transaksi langsung adalah ada orang-orang dekat daerah sini yang melakukan pembelian pulsa, ataupun pembayaran macam-macam tagihan mereka sendiri tanpa berniat menjadi agen wiramitra. Pendaftaran agen adalah orang yang mendaftar sebagai agen wiramitra sehingga mereka bisa membuka usaha yang sama di daerah masing-masing

Peneliti : Apakah karyawan juga ada pemberian pelatihan?

Narasumber : Karyawan dan agen mendapat pelatihan semua. Untuk karyawan di training langsung oleh senior. Sedangkan agen mendapat buku pedoman cara penggunaan aplikasi penjualan, dapat chat juga dengan CS jika dirasa ada yang kurang jelas di buku, ataupun datang langsung untuk minta di ajarin di tempat.

Peneliti : Sejauh mana pelayanan diberikan kepada konsumen?

Narasumber : Pelayanan yang diberikan meliputi penjualan berbagai produk, dan pelatihan penggunaan aplikasi penjualan.

Peneliti : Apa saja layanan unggulan yang diberikan kepada konsumen?

Narasumber : Harga yang kompetitif, jenis produk yang banyak, kecepatan transaksi, dan kemampuan untuk setting keuntungan bagi agen wiramitra.

Peneliti : Apakah anda selalu memberikan pelayanan prima kepada konsumen?

Narasumber : *Semua customer service di haruskan memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.*

Peneliti : Apa saja pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan?

Narasumber : *Berawal dari pulsa, saat ini wiramitra sudah dapat melayani pembelian voucher game, token pln , tiket pesawat dan pembayaran tagihan telepon, pln, speedy, PDAM di berbagai kota, TV kabel dan lain lain. Layanan Tour and travel dalam CV Wiramitra masih terbatas untuk pembelian tiket-tiket kereta api, maupun tiket pesawat terbang saja mbak. Untuk layanan tambahan wisata maupun hotel masih belum dapat dilakukan karena masih mencari partner bisnis yang pas. Selain itu kami juga mengembangkan online shop itu mbak, awalnya ya tidak ada nama singkatan produk nya mbak. Nama bisnis "TOP" ini muncul saat ada produk online shop ini, awalnya payment point, trus tour and travel selanjutnya online shop ini. Jadi, kalau digabung dan dibentuk kata kan unik, apalagi nama TOP juga familier di masyarakat mbak. Kebetulan saya yang yang mengelola lanjar itu mbak makna lanjar dalam ucapan sehari-hari sering juga diucapkan sebagai lanjaran, maknanya adalah penopang, penyokong atau sandaran yakni alat untuk menegakkan, juga bermakna media untuk merambat, merambat mencapai tujuan mulialayanan lanjar ini nantinya diharapkan mampu mewadahi besarnya transaksi online yang kian hari kian besar seiring dengan membesarnya pengguna internet serta nanti dapat menjadi sarana berjualan bagi produk UKM yang ada sekarang ini*

Peneliti : Bagaimana dengan promosi produk yang dilakukan oleh perusahaan?

Narasumber : *Untuk promosi kita lakukan melalui beberapa seminar dan launching buku yang dilakukan ditempat-tempat tertentu seperti mall*

sun city Sidoarjo yang kita anggap potensial. Bapak Arif juga sebagai motivator sekaligus pengarang buku. Jadi untuk aspek promosi kita menggunakan seminar mbak. Sebagai bukti fisik bahwa CV Wiramitra itu wadah kita dari AIC Group untuk melakukan usaha mbak, dan menumbuhkan jiwa wirausaha, tidak hanya ngomong saja, kegiatan personal selling yang kami lakukan, ada juga kita promo lewat iklan di internet dan web yang kita sediakan.

Peneliti : Bagaimana dengan pengenalan produk ke wilayah lain?

Narasumber : *Seminar di berbagai daerah ini yang akhirnya semakin menambah banyak jumlah agen wiramitra di berbagai propinsi.*

Peneliti : Apakah semua wilayah yang menjadi sasaran perusahaan semua berhasil?

Narasumber : *Umumnya selalu berhasil. Apalagi ketika dilakukan di daerah pedalaman, yang mana di daerah situ mungkin masih sulit untuk melakukan pembayaran jika langsung datang ke kantor pln atau Telkom untuk membayar tagihan misalnya.*

Peneliti : Apa saja keunggulan yang dibelikan kepada agen yang bergabung dengan perusahaan ini?

Narasumber : *terdapat pelatihan aplikasi penjualan yang digunakan untuk para agen yang bergabung dengan CV Wiramitra, karena aplikasi penjualan yang ada masih jarang digunakan oleh perusahaan server lain seperti web POS (Point of Sales) dan mesin EDC kami memberikan dukungan pemasaran juga untuk agen yang bergabung dengan CV Wiramitra, dukungan pemasaran dapat berupa banner, brosur maupun proposal bisa didownload di web kami.*

Peneliti : Apa saja yang menghambat pengembangan usaha pada perusahaan ini?

Narasumber : SDM di daerah pedalaman yang umumnya masih awam soal teknologi. Dan akses internet di daerah itu tadi. Karena layanan kami membutuhkan akses internet yang stabil untuk melakukan transaksi

Peneliti : Apa dampak yang ditimbulkan dari upaya CV Wiramitra dalam melakukan pengembangan usaha?

Narasumber : Banyak sekali dampak yang ditimbulkan mbak Memang dampak yang ditimbulkan dari usaha yang dilakukan CV Wiramitra utamanya dalam pengembangan pasar sangat terlihat mbak, awalnya kan kita hanya mampu menguasai pasar lokal ya masyarakat sekitar serta daerah sekitar Sidoarjo saja, namun saat produk yang kami kembangkan, ya produk kami dikenal banyak orang dari berbagai daerah mbak walaupun masih beberapa daerah yang bisa dijangkau, namun jika kita berbicara masalah keuntungan yang kita dapatkan mungkin tidak sebanyak perusahaan lain, sebab keuntungan agen mereka dapat menentukan sendiri, kita hanya mengambil keuntungan sekian persen dari produk, selebihnya agen dapat menentukan sendiri, Cuma ada batasan maksimal 10 % dari produk. Ini yang menjadi salah satu strategi kami, supaya banyak agen yang bergabung dengan perusahaan kami

Peneliti : Apa harapan Anda pada perusahaan ini selanjutnya?

Narasumber : Semakin berkembang dan dapat menjangkau di daerah manapun juga. Serta memiliki semakin banyak layanan yang terkoneksi dengan system kami.

TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Irfan Nur Hamid kepala bagian TI CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo

Peneliti : Sejak kapan mas bekerja diperusahaan ini?

Narasumber : Sejak tahun 2011 mbak.

Peneliti : Bagaimana mekanisme pelayanan yang ada di CV Wiramitra?

Narasumber : Wiramitra melayani transaksi langsung maupun tak langsung mbak, transaksi langsung biasa kita lakukan dengan orang sekitar saja. Namun kita juga melayani agen untuk bergabung secara bersama-sama melayani produk kepada konsumen secara luas

Peneliti : Apakah karyawan juga ada pemberian pelatihan?

Narasumber : Iya mbak, karyawan biasanya ada pelatihan mbak, langsung dilakukan oleh para senior biasanya mbak.

Peneliti : Sejauh mana pelayanan diberikan kepada konsumen?

Narasumber : Pelayanan yang diberikan meliputi penjualan berbagai produk, dan pelatihan penggunaan aplikasi penjualan.

Peneliti : Apa saja layanan unggulan yang diberikan kepada konsumen?

Narasumber : Layanan unggulan saya kira sama saja mbak, hanya saja produk yang ditawarkan lebih bervariasi mbak. Keuntungan bisa disetting sendiri oleh agen mbak. Jadi bebas mbak, beda dengan perusahaan lain yang keuntungannya itu dikunci oleh perusahaannya.

Peneliti : Apakah anda selalu memberikan pelayanan prima kepada konsumen?

Narasumber : Semua karyawan di haruskan memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.

Peneliti : Apa saja pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan?

Narasumber : Berawal dari penjualan pulsa saja mbak, saat ini wiramitra sudah dapat melayani pembelian voucher game, token pln, tiket pesawat dan

pembayaran tagihan telepon, pln, speedy, PDAM di berbagai kota, TV kabel dan lain lain

Peneliti : Bagaimana dengan promosi produk yang dilakukan oleh perusahaan?

Narasumber : *Promosi yang dilakukan melalui website, saya yang buat websitenya mbak, website harus dibuat seunik mungkin Karena web merupakan salah satu senjata kami dalam memperkenalkan produk-produk yang kami tawarkan. Web yang dibuat saya desain semenarik mungkin. Karena, dengan tampilam menarik kata-kata yang jelas dan mudah dipahami oleh para konsumen yang ingin bergabung dengan perusahaan kamidan seminar yang dilakukan dengan jadwal tertentu. berbagai alternatif kita gunakan untuk melakukan pemasaran pada dunia maya. Selain web kita juga menggunakan berbagai aplikasi seperti OLX, forum kaskus, forum djawir facebook, twitter, youtube, blog, weboxi, dsb*

Peneliti : Bagaimana dengan pengenalan produk ke wilayah lain?

Narasumber : *Seminar biasanya dilakukan oleh pak Arif di berbagai daerah ini yang akhirnya semakin menambah banyak jumlah agen wiramitra di berbagai propinsi.*

Peneliti : Apakah semua wilayah yang menjadi sasaran perusahaan semua berhasil?

Narasumber : *Umumnya selalu berhasil. Apalagi daerah pedalaman kalau akses pebayaran PLN atau Telkom kan jauh jadi kita masuk disitu sebagai perusahaan yang dapat meringankan mbak khususnya dalam hal pembayaran*

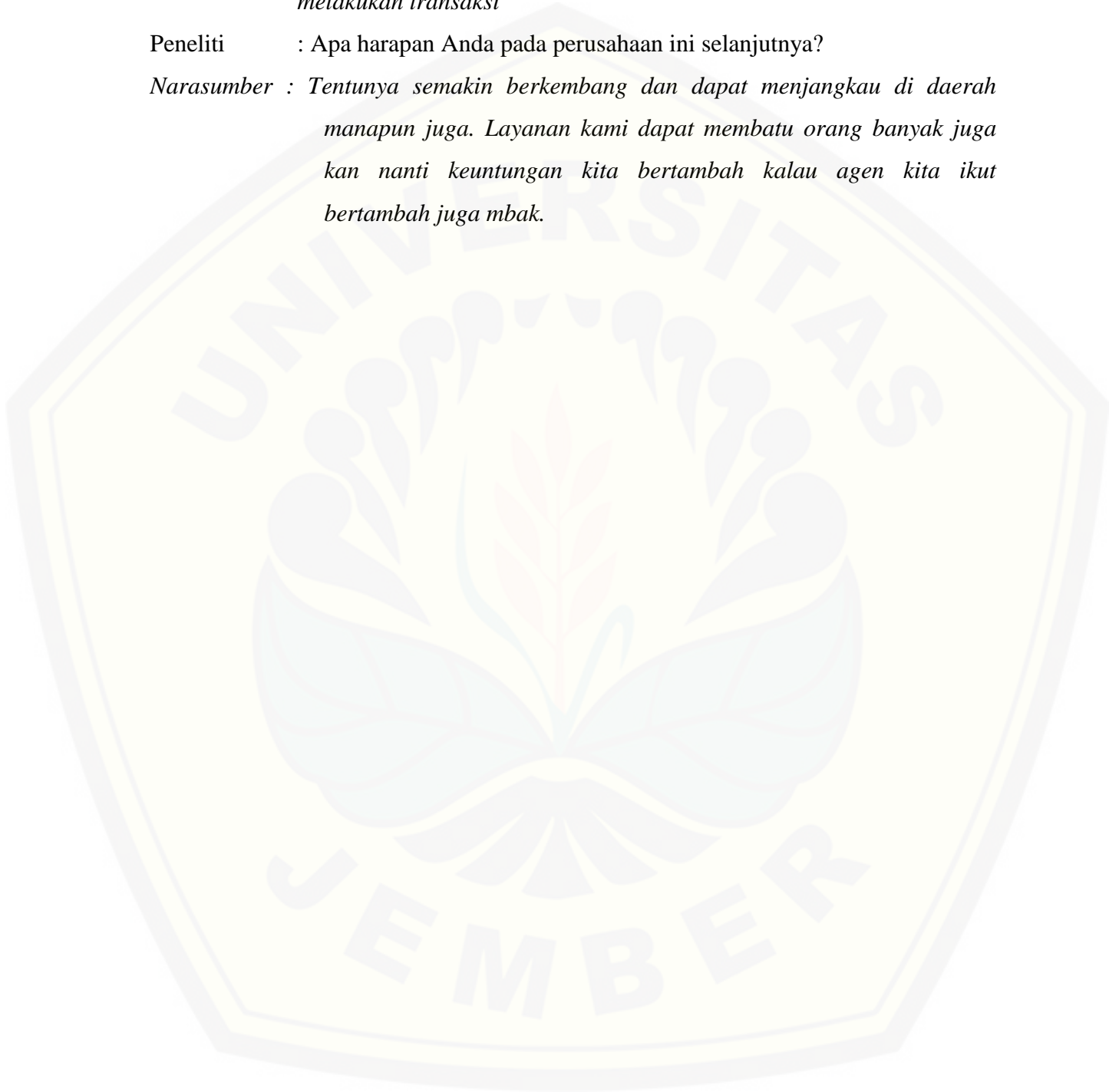
Peneliti : Apa saja yang menghambat pengembangan usaha pada perusahaan ini?

Narasumber : *Orang – orang di daerah pedalaman yang umumnya masih gaptak soal teknologi. Dan akses internet di daerah sangat minim. Karena*

layanan kami membutuhkan akses internet yang stabil untuk melakukan transaksi

Peneliti : Apa harapan Anda pada perusahaan ini selanjutnya?

Narasumber : Tentunya semakin berkembang dan dapat menjangkau di daerah manapun juga. Layanan kami dapat membatu orang banyak juga kan nanti keuntungan kita bertambah kalau agen kita ikut bertambah juga mbak.



TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Sholikhatin konsumen yang sekarang sudah mejadi agen dari CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo

Peneliti : Sejak kapan Anda mengenal CV Wiramitra?

Narasumber : *Sejak 2012 mbak, tapi sejak 2013 itu saya mulai menjadi agen di sini mbak.*

Peneliti : Dari mana Anda mengenal CV Wiramitra?

Narasumber : *Saya tahu dari kaskus itu mbak tentang wiramitra, kebetulan saya juga ikut kaskus itu, jadi saya cari info disana, terus saya buka websitenya mbak.*

Peneliti : Menurut anda layanan apa saja yang disediakan oleh CV Wiramitra?

Narasumber : *Layanan yang disediakan CV Wiramitra cukup bervariasi mbak, itu salah satu alasan saya bergabung menjadi agen disini, layanannya bervariasi, untuk layanan payment point sendiri itu mulai dari pulsa all operator, pembayaran PDAM, PLN, TV kabel, Telkom, multifinance ada juga voucher game online mbak ada lagi tour travel itu mbak, pesen pesen tiketnya jadi mudah juga she.*

Peneliti : Apa alasan Anda bergabung menjadi agen di CV Wiramitra?

Narasumber : *Iya itu tadi mbak, karena layanan dari CV Wiramitra variatif memang saat saya bergabung menjadi agen di CV Wiramitra, produk yang ditawarkan ya hanya produk pembayaran dan pembelian online itu saja, dan itu pun tidak bervariasi seperti sekarang, dulu hanya pulsa dan pembayaran telepon, PLN, tapi lama-lama berkembang dengan banyak variasi produk nya, yang saya tahu ditambah juga produk PPOB nya, ada pemesanan tiket juga yang saya lebih suka disini ya 1 saldo bisa digunakan semua transaksi itu yang buat saya*

gak usah ribet buat transaksi macem-macem dan saya maupun konsumen saya jadi gak ribet buat bayar ataupun beli karena semua transaksi bisa dilakukan disini

Peneliti : Apa yang anda rasakan setelah bergabung dengan CV Wiramitra?

Narasumber : *Yang pasti saya awalnya ya biasa saja mbak, tapi dari CV Wiramitra selalu berusaha untuk mengembangkan produknya itu jadi saya lebih loyal pada perusahaan ini mbak, terus saya masuk jadi agen, saya ngambil produk dari sana juga mbak, senengnya banyak dukungan pemasarannya juga, jadi lebih mudah untuk buat promosi. Senengnya juga keuntungan bisa saya tentukan sendiri mbak pokoknya dari perusahaannya di batasi 10 % maksimal itu mbak. Namun ini khusus produk postpaid nya mbak, tapi ya lumayan juga*

Peneliti : Apa yang Anda harapkan dari perusahaan ini?

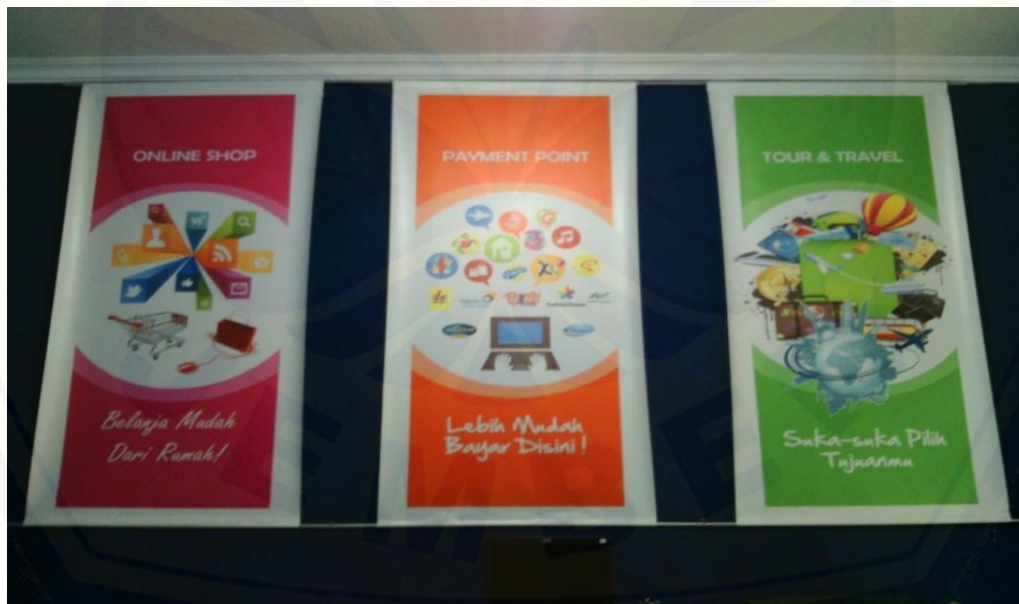
Narasumber : *yang saya harapkan semoga perusahaan ini berkembang mbak, variasi produknya lebih ditambah lagi lah, kalau bisa harganya juga sedikit diturunkan nanti biar keuntungan saya lebih banyak mbak.*

LAMPIRAN G

FOTO PENELITIAN



Gambar 1. Logo CV Wiramitra



Gambar 2. Produk TOP yang ditawarkan CV Wiramitra kepada Konsumen



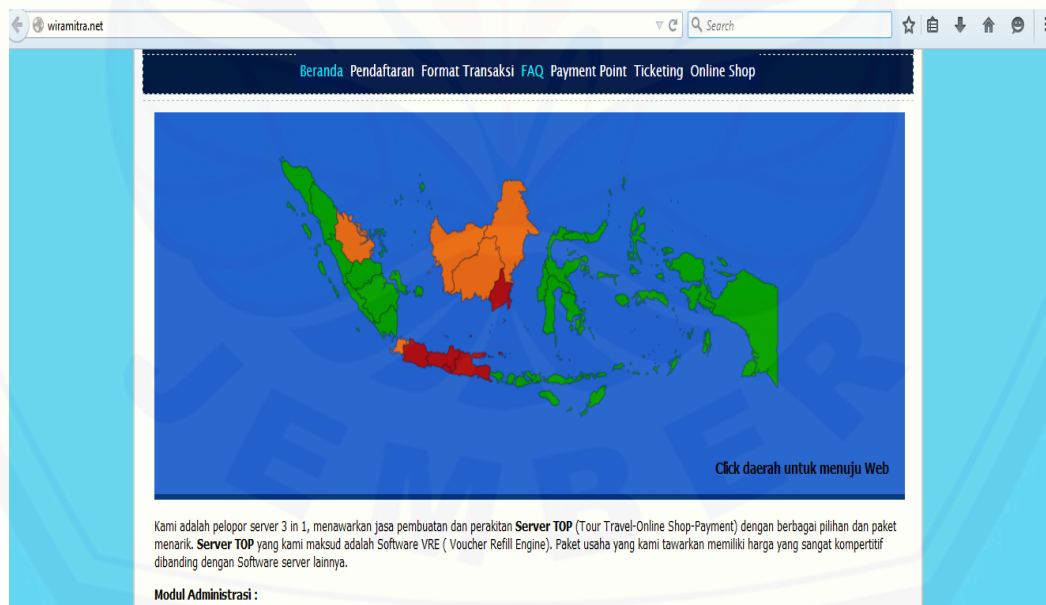
Gambar 3. Seminar kewirausahaan yang sekaligus promosi CV Wiramitra oleh Bapak Arif Isnaini SH, SE, MM



Gambar 4. Website CV Wiramitra



Gambar 5. Website H2H (*Host To Host*) CV Wiramitra



Gambar 6. Website server 33 Propinsi CV Wiramitra



Gambar 7. Website Galapayment.com



Gambar 8. Website toko online lanjar.com



Gambar 9. Perusahaan CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo



Gambar 10. Ruang kerja karyawan CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo



Gambar 11. Ruang kerja karyawan CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo



Gambar 12. Proses pelayanan kepada konsumen yang dilakukan karyawan CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo



Gambar 13. Wawancara peneliti dengan pemilik CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo (Bapak Arif Isnaini SH,SE, MM)



Gambar 14. Wawancara peneliti dengan Manager operasioanl Khoirul Arifin



Gambar 15. Wawancara peneliti dengan kepala bagian IT Irfan Nur Hamid

LAMPIRAN H

SURAT IJIN PENELITIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 7190 /UN25.1.5/LT/2014
Lampiran :-
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

28 OCT 2014

Yth. Pemilik CV Wiramitra
Jl. Perum Ciputran Citra Garden B 07/09 Sidoarjo Jawa Timur

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

Nama : Lailatul Fajriyah
NIM : 110210301015
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di CV Wiramitra yang Saudara pimpin dengan judul: "Strategi Intensif Dalam Pengembangan Usaha CV Wiramitra Sidoarjo Jawa Timur".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Peserta Dekan I,

Dr. Sukirman, M.Pd
NIP 19640123 199512 1 001

LAMPIRAN I

SURAT PENELITIAN DARI PERUSAHAAN



WIRAMITRA
Server Provider
Cipta Citra Garden B7 No. 9 Sidoarjo
Telp. Fax : (031) 8073081 Email: wiramitra.indonesia@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arif Irsaini SH, SE, MM
Alamat : Perumahan Citra Garden B7 No. 9 Sidoarjo
Jabatan : Pemilik CV Wiramitra

Menerangkan bahwa

Nama : Lailatal Fajriyah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Gresik, 11 Agustus 1993
Alamat : Jl. Pahlawan RT 002 RW 002 Asemapak Sidayu Gresik
Pekerjaan : Mahasiswa Universitas Jember

Orang tersebut diatas benar – benar melakukan penelitian skripsi di kantor CV Wiramitra yang beralamatkan di Perumahan Citra Garden B7 No. 9 Sidoarjo pada bulan Januari 2015 sampai bulan Februari 2015.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan digunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 09 Februari 2015

Arif Irsaini SH, SE, MM

LAMPIRAN I

LEMBAR KONSULTASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Lailatul Fajriyah
NIM/Angkatan : 110210301015
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/PendidikanEkonomi
Judul Skripsi : Strategi Intensif dalam Pengembangan Usaha
CV WIRAMITRA Kabupaten Sidoarjo.
Pembimbing I : Titin Kartini, S.Pd, M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Kamis, 12-06-2019	Sudul FIX	
2.	Senin, 08-07-2019	Bab 1,2,3	
3.	Rabu, 06-08-2019	Revisi 1,2,3	
4.	Selasa, 09-09-2019	Revisi 1,2,3	
5.	Rabu, 24-09-2019	Revisi 1,2,3	
6.	Senin 29-09-2019	Ace Seminar	
7.			
8.			
9.	Jumat, 13-02-2019	Bab 4,5	
10.	Selasa, 24-02-2019	Revisi 4,5	
11.	Senin, 09-03-2019	Revisi 4,5	
12.	Senin, 16-03-2019	Ace Ujian	
13.			
14.			
15.			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

LEMBAR KONSULTASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Lailatul Fajriyah
NIM/Angkatan : 110210301015
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/PendidikanEkonomi
Judul Skripsi : Strategi Intensif Dalam Pengembangan Usaha Pada
CV WIRAMITRA Kabupaten Sidoarjo
Pembimbing II : Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	Kamis, 12-06-2014	Budul Fix	
2.	senin, 07-07-2014	Bab 1, 2, 3	
3.	Rabu, 06-08-2014	Revisi 1, 2, 3	
4.	selasa, 09-09-2014	Revisi 1, 2, 3	
5.	selasa, 23-09-2014	Revisi 1, 2, 3	
6.	Senin, 29-09-2014	Ace Seminar	
7.			
8.			
9.	Jumat, 13-02-2014	Bab 4, 5	
10.	selasa, 24-02-2014	Revisi 4, 5	
11.	Jumat, 06-03-2014	Revisi 4, 5	
12.	Cum at, 13-03-2014	Proyeksi dan lampiran	
13.	Rabu, 18-03-2014	Ace sidang	
14.			
15.			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

LAMPIRAN K**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Lailatul Fajriyah
2. Tempat,tanggallahir : Gresik,11 Agustus 1993
3. Agama : Islam
4. NamaAyah : Mahbub
5. Nama Ibu : Uswatun Hasanah
6. Alamat
- a. Asal : Jl. Pahlawan Asempapak RT 002, RW 002
Sidayu Gresik Jawa timur
- b. Jember : Jl. Jawa 4 A 19 A.

B. Pendidikan

NO	NAMASEKOLAH	TEMPAT	TAHUNLULUS
1.	TK Aisyiyah 9 Sidayu	Gresik	1999
2.	SD Muhammadiyah Sidayu	Gresik	2008
3.	SMP N 1 Sidayu	Gresik	2008
4.	SMA N 1 Sidayu	Gresik	2011