

LAPORAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

**STRATEGI PRODUKSI, PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PADA PT.
HIKMAH STONE DI DESA GESIKAN KECAMATAN PAKEL KABUPATEN
TULUNGAGUNG**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir
Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Oleh

Chandra Rizal Saputra
NIM. 12405183416

Dosen Pembimbing Lapangan

Syamsul Umam, S.HI, M.H
NIP. 2009118002

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN
PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN

Laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung ini telah disetujui dan disahkan pada :

Hari :
Tanggal :
Di : Tulungagung
Judul Laporan : **“STRATEGI PRODUKSI, PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. HIKMAH STONE DI DESA GESIKAN KECAMATAN PAKEL KABUPATEN TULUNGAGUNG”**

MENYETUJUI
DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN

Syamsul Umam, S.HI, M.H
NIP. 2009118002

MENGESAHKAN
a.n. Dekan
KEPALA LABORATORIUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

SISWAHYUDIANTO, M.M
NIDN. 2015068402

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya penyusunan laporan hasil Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) yang berjudul **“STRATEGI PRODUKSI, PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. HIKMAH STONE”** ini dapat diselesaikan tepat waktu. Laporan ini digunakan untuk memenuhi tugas akhir Praktik Pengalaman Lapangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Keberhasilan dalam penyusunan laporan ini tentu saja tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah mengembangkan segenap pikiran, tenaga dan waktunya demi terselesaikannya laporan ini. Ucapan terimakasih ini secara khusus kepada :

1. Prof. Dr. Maftukhin, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Nur Aziz Muslim, M. HI., selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.
4. Syamsul Umam, S.HI, M.H., selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan arahan dan koreksi sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan ini.
5. Suyanto selaku pemilik usaha PT. Hikmah Stone yang telah menyediakan tempat untuk pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL).
6. Kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa mendoakan dan mendukung setiap kegiatan yang saya lakukan.
7. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini dengan mencari referensi materi serta menuangkan ide-ide positifnya.

Dalam penyusunan laporan ini tentu masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan adanya saran dan kritik yang membangun dari para pembaca untuk kesempurnaan penyusunan laporan ini. Penulis mengharapkan semoga Laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini membawa makna dan manfaat bagi pembaca.

Tulungagung, 18 Juli 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink that reads "Chandra". The signature is written in a cursive style and is underlined with a single horizontal line.

Chandra Rizal Saputra
NIM. 12405183416

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATAPENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Dasar Pemikiran.....	1
B. Tujuan dan Kegunaan	3
C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	4
BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK	
A. Profil Lembaga	5
B. Pelaksanaan Praktik	5
C. Permasalahan di Lapangan	6
D. Tanggapan dari pihak Kerajinan Bamboo Tulungagung.....	6
BAB III PEMBAHASAN	
A. Kajian Teori	8
B. Analisis terhadap Temuan Studi	13
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	18
B. Saran	19
DAFTAR PUSTAKA	20
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
1. Acara Harian Individual	
2. Form Bukti Konsultasi dengan DPL	
3. Foto-foto kegiatan PPL	
4. Resume Pendalaman Materi	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Dasar Pemikiran

Pandemi Covid-19 sudah ada di Indonesia sejak awal tahun 2019. Sudah hampir 2 tahun lamanya masyarakat Indonesia berjuang untuk menghentikan penyebaran virus ini. Semua sektor kehidupan masyarakat terganggu, mulai dari sektor kesehatan, pendidikan, pariwisata hingga sektor ekonomi. Terganggunya semua sektor dikarenakan adanya pembatasan aktivitas manusia demi mencegah penyebaran virus Covid-19. Aktivitas manusia semuanya dilakukan dari rumah, sekolah dari rumah, kerja dari rumah, dan sebagainya. Akibat pandemi banyak kegiatan operasional perusahaan yang terganggu yang menyebabkan menurunnya produktivitas perusahaan. Sehingga banyak perusahaan mengalami kerugian. Karena mengalami kerugian, perusahaan terpaksa harus membuat kebijakan perusahaan yang dapat menyelamatkan perusahaan. Bahkan hingga banyak perusahaan yang membuat kebijakan dengan terpaksa merumahkan karyawannya. Dengan dirumahkannya para karyawan, banyak orang yang semula kerja menjadi tidak kerja. Sehingga banyak dari mereka yang harus memutar otak dan berusaha keras untuk dapat menghidupi keluarganya. Akhirnya banyak dari mereka yang memilih untuk merintis usaha dengan memanfaatkan peluang – peluang usaha yang ada. Seperti berjualan makanan secara online, karena pada kondisi pandemi orang – orang akan lebih memilih untuk hidup praktis dan simpel. Selain berjualan makanan, banyak para pelaku usaha baru yang menawarkan kebutuhan – kebutuhan yang penting di masa pandemi seperti masker dan *handsanitizer*. Selain itu masih banyak lagi para pelaku usaha baru yang mencoba dan menawarkan inovasi produk dengan menambahkan manfaat dan nilai sehingga dapat menghasilkan uang.

Covid-19 merubah semua tatanan kebiasaan yang ada di masyarakat. Di masa pandemi ini masyarakat harus mematuhi prokes yang sudah ditetapkan mulai dari menjaga jarak, memakai masker dan mencuci tangan. Hal tersebut dilakukan guna mencegah penyebaran virus Covid-19. Semua orang harus memakai masker saat ingin pergi atau keluar dari rumah. Dan apabila ingin masuk ke dalam suatu tempat, masyarakat diwajibkan untuk mencuci tangan. Banyak sekali di pasang wastafel dan kran – kran air di tempat – tempat umum seperti tempat ibadah, toko, rumah makan dan tempat umum lainnya. Di masa pandemi, permintaan terhadap wastafel mengalami peningkatan. Dengan modal keterampilan yang dimiliki untuk mengubah batu kali menjadi wastafel, hal tersebut

dimanfaatkan oleh Bapak Suyanto dan anak laki-lakinya untuk memulai usaha PT. Hikmah Stone yang berfokus pada pembuatan wastafel. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan adalah batu kali. Wastafel yang ditawarkan memiliki harga lebih murah dibandingkan wastafel yang terbuat dari marmer. Oleh karena itu, lebih diminati oleh para pembeli. Namun, dengan semakin banyaknya permintaan wastafel juga dapat meningkatkan persaingan. Banyak pelaku usaha lain yang mencoba memanfaatkan peluang tersebut juga. Banyak pesaing – pesaing usaha yang menawarkan produk yang lebih murah seperti tempat cuci tangan dari ember plastik.

Semakin banyaknya pesaing menjadikan persaingan usaha semakin ketat. Oleh karena itu usaha harus bisa menentukan strategi yang tepat untuk dapat mengembangkan usahanya. Strategi yang perlu ditentukan diantaranya adalah strategi produksi, strategi pemasaran, strategi pengembangan usaha dan sebagainya. Berbicara tentang strategi produksi, strategi ini diperlukan untuk mengetahui waktu proses produksi dapat dilakukan dan jumlah produk yang harus diproduksi. Apabila sebuah usaha melakukannya dengan asal – asalan tanpa pertimbangan dapat menyebabkan kelebihan persediaan produk dan kekurangan persediaan produk (*stock out*). Kelebihan persediaan akan menimbulkan persediaan disimpan dalam waktu lama sehingga beresiko mengurangi kualitas produk. Sedangkan kekurangan atau keterlambatan produk dapat menyebabkan konsumen lari ke produk atau pesaing lain.

Strategi yang kedua adalah strategi pemasaran. Kegiatan pemasaran adalah hal yang sangat penting dalam dunia usaha. Tanpa pemasaran produk yang ditawarkan tidak akan dikenal oleh masyarakat yang dapat menyebabkan tidak dicapainya keuntungan perusahaan. Pemasaran sangat penting karena dapat digunakan untuk mengkomunikasikan nilai produk yang ditawarkan kepada calon konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus bisa memilih strategi pemasaran yang tepat agar nilai produk dapat tersampaikan pada konsumen. Saat ini pemasaran yang paling tepat dilakukan adalah dengan *digital marketing*. *Digital marketing* dapat dilakukan dengan sarana media sosial. Banyak sekali *platform* media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran. Strategi pengembangan usaha sangat diperlukan untuk dapat mencapai tujuan jangka panjang sebuah usaha. Strategi ini memiliki tujuan untuk mempertahankan usaha agar tetap produktif dan menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. Pengembangan usaha ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan, membuat produk – produk lain yang sejenis, menambah inovasi produk, memastikan kepuasan konsumen dan sebagainya.

Ketiga strategi tersebut sangat penting bagi keberlangsungan sebuah usaha. Apalagi di masa pandemi saat ini yang persaingannya semakin ketat. Pelaku usaha harus mampu membaca kebutuhan dan keinginan masyarakat yang dapat digunakan sebagai peluang – peluang usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Pelaku usaha harus bisa mengambil hati para konsumen agar tidak ditinggalkan oleh konsumen. Oleh karena itu para pelaku usaha harus menawarkan produk dengan *value* yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Adanya strategi – strategi tersebut agar sebuah usaha dapat menciptakan dan menyalurkan *value* tersebut. Sehingga strategi yang ditentukan oleh para pelaku usaha haruslah tepat dan membawa arah perubahan yang lebih baik bagi usahanya.

B. Tujuan dan Kegunaan

Tujuan pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi produksi, pemasaran, dan pengembangan usaha pada PT. Hikmah Stone.
2. Untuk menambah wawasan dan ilmu tentang strategi produksi, pemasaran, dan pengembangan usaha yang dilakukan oleh UMKM.
3. Untuk melatih mahasiswa dalam mempraktikkan teori yang sudah di pelajari pada saat perkuliahan berlangsung.

Adapun kegunaan/manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam dunia bisnis dan bekal di dunia bisnis, khususnya mengenai strategi produksi, pemasaran dan pengembangan usaha.

2. Secara Praktis

- a) Bagi penulis

Hasil penulisan laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini berguna untuk menambah wawasan, ilmu pengetahuan, serta bekal di dunia bisnis, terutama dalam bidang strategi produksi, pemasaran, dan pengembangan usaha.

- b) Bagi lembaga

Hasil penulisan laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini diharapkan dapat menjadi terapan pada PT. Hikmah Stone dalam strategi produksi, pemasaran, dan pengembangan usaha.

c) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penulisan laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini dapat dijadikan bahan kajian dan pengembangan lebih lanjut mengenai strategi produksi, pemasaran, dan pengembangan usaha agar penelitian lebih lengkap.

C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dilakukan di usaha PT. Hikmah Stone

Berikut informasi terkait waktu dan pelaksanaan PPL :

Nama Lembaga : PT. Hikmah Stone

Nama Pemilik : Suyanto

Alamat : Desa Gesikan Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung

Nomor telepon : 0852-3177-9801

Waktu Pelaksanaan : 12 Juli 2021 – 13 Agustus 2021

BAB II

PELAKSANAAN PRAKTIK

A. Profil Lembaga

PT. Hikmah Stone adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang produksi wastafel. Wastafel yang diproduksi berasal dari batu kali (sungai). Usaha ini bisa dikatakan masih baru saja dirintis karena berdiri pada awal pandemi. Usaha ini berdiri sekitar bulan Mei pada tahun 2019 oleh Bapak Suyanto dan anak laki-lakinya. Beliau membangun usaha ini di dekat rumahnya yaitu Desa Gesikan Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung. Produk wastafel yang dihasilkan mulai dari ukuran kecil, sedang hingga besar. Untuk kisaran harganya mulai dari Rp. 70.000 hingga Rp. 160.000. Bahan baku didapatkan dari sungai yang berada di Kabupaten Nganjuk dan Kabupaten Ponorogo. Bapak Suyanto yang awalnya bekerja di pabrik roti membuka usaha ini karena beliau mengalami PHK akibat dampak pandemi. Pabrik roti di masa pandemi kegiatan operasionalnya terganggu sehingga produktivitasnya mengalami penurunan yang berakibat pada banyaknya tenaga kerja yang terpaksa yang di-PHK. Oleh karena itu, beliau memutar otak mencari cara agar tetap bisa menghasilkan uang di tengah pandemi. Awalnya beliau ikut bekerja di tempat saudaranya yang juga beroperasi dalam pembuatan wastafel dari batu kali (sungai). Beliau bekerja bersama anak laki-lakinya untuk menambah ilmu dalam pembuatan wastafel dan mengumpulkan modal. Setelah dirasa ilmu atau bekal dan modal yang dimiliki sudah mencukupi, Bapak Suyanto akhirnya memutuskan untuk merintis usahanya sendiri. Proses produksi dilakukan setiap hari dengan bantuan 4 karyawannya. Mulai dari membelah batu yang awalnya sangat besar menjadi ke beberapa bagian hingga memoles batu agar tampak cantik. Saat ini produknya sudah sampai luar negeri walaupun dengan perantara pengepul. Beliau menyetorkan produk yang dimilikinya di Trimulya Onix, Interlink Stone dan Batu Licin. Namun, saat ini anak pemilik usaha mulai mengembangkan jangkauan pasarnya dengan membuat akun media sosial yaitu Instagram.

B. Pelaksanaan Praktik

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam gelombang 2 dengan sistem PPL Pandemi ini dilaksanakan mulai tanggal 12 Juli 2021 – 13 Agustus 2021. Lokasi yang menjadi tempat Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) adalah PT. Hikmah Stonbe milik bapak Suyanto yang beralamat di Desa Gesikan Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung. Waktu Pelaksanaan

PPL dilakukan sebanyak 4-5 kali dengan cara observasi di tempat usaha dan wawancara dengan pemilik selebihnya dilanjutkan pembuatan laporan. Wawancara dilakukan dengan menemui pemilik usaha secara langsung dan dengan memanfaatkan media sosial karena adanya pembatasan kegiatan demi mencegah dan meminimalisir penularan virus Covid-19.

Adapun kegiatan yang saya lakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengunjungi tempat usaha untuk bertemu dengan pemilik usaha
2. Melakukan wawancara kepada narasumber
3. Melakukan pengamatan dan melihat proses produksi para pengrajin
4. Mengambil dokumentasi dari proses produksi
5. Menyusun Laporan hasil Praktik Pengalaman Lapangan (PPL)

C. Permasalahan di Lapangan

Dalam pelaksanaan kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan peneliti menemukan beberapa permasalahan diantaranya :

- Adanya kendala dalam proses produksi, dimana bahan baku terkadang sulit didapat saat musim kemarau dan sulit diambil saat musim hujan. Karena bahan baku didapat dari sungai. Saat musim hujan, volume air sungai yang meluap mengakibatkan pengambilan bahan baku sulit dilakukan. Sedangkan bahan baku (batu) banyak saat musim hujan. Selain itu juga gas tabung yang digunakan untuk memotong batu sering mengalami kekosongan sehingga proses produksi terganggu.
- Adanya kendala proses pemasaran saat akhir tahun. Dikarenakan banyak pengepul yang tutup karena *container* tidak bisa mengirim barang ke luar negeri.
- Untuk pengembangan usaha yang dilakukan oleh PT. Hikmah Stone belum maksimal karena PT. Hikmah Stone masih mengirimkan hasil produksinya ke pengepul sehingga masih bergantung pada pengepul.

D. Tanggapan dari Pihak Lembaga

Tanggapan dari pihak lembaga tempat kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan terkait permasalahan – permasalahan di atas :

- Karena sering terdapat keterlambatan atau ketiadaan bahan baku dan gas tabung. PT. Hikmah Stone menerapkan sistem *safety stock* dimana PT. Hikmah Stone mencari bahan baku dan gas tabung lebih banyak yang dimaksudkan untuk menjadi persediaan pengaman jika sewaktu-waktu mengalami keterlambatan. PT. Hikmah Stone juga

memutuskan untuk memproduksi barang secara kontinyu agar persediaan produk yang dimilikinya tetap aman.

- Dengan adanya kesulitan pemasaran tersebut, PT. Hikmah Stone yang awalnya hanya menyetorkan produk ke pengepul akhirnya membuat akun Instagram untuk menambah segmen pasarnya. Sambil menunggu pengepul buka, PT. Hikmah Stone mencoba untuk menjual sendiri produk yang dimilikinya pada konsumen tanpa melalui perantara.
- PT. Hikmah Stone berupaya untuk tidak bergantung kepada satu pengepul saja. Oleh karena itu, PT. Hikmah Stone berusaha untuk menambah pengepulnya. Saat ini pengepul yang dikirimkan hasil produksinya ada 3 yaitu Trimulya Oniz yang berada di Desa Wates Kecamatan Campurdarat dan Interlink Stone dan Batu Licin yang berada di Desa Gamping Kecamatan Campurdarat.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Kajian Teori

1) Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin) yang berarti *general ship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum kita mendefinisikan strategi sebagai suatu cara mencapai tujuan. Menurut Clauswitz (2013) strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Jackson (2013) dalam bukunya yang berjudul *Human Resource Planning: Challenge for Industrial/Organization Psychologists* mengatakan bahwa kata strategi dapat digunakan dalam berbagai cara atau situasi.

- a) *Strategy is plan, a how, a means of getting from here to there*
- b) *Strategy is a pattern in actions over time*
- c) *Strategy is positions; that is; reflects decisions to offer particular products or services in particular markets*
- d) *Strategy is perspective, that is, vision and direction*¹

Porter mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik. Sedangkan Arthur A. J., mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan – pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).²

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan perlu beroperasi untuk mencapai tujuannya.³ Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, strategi yang tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁴ Menurut

¹Eddy Yunus, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 11

² Ibid, hlm. 12

³ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 33

⁴ Onong Uchjana, Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990), hlm.

Hamel dan Prahalad yang dikutip pada buku *Strategic Management in Action* menyatakan : “ Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi”.⁵

Jadi dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi merupakan sekumpulan aktivitas yang terencana untuk mencapai tujuan perusahaan jangka panjang dalam kerangka untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai tujuan dan target).

2) Strategi Produksi

Produksi dapat diartikan sebagai semua kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan penggunaan suatu benda tertentu, atau semua kegiatan yang bertujuan untuk memuaskan orang lain dengan mengkomunikasikan segala upaya dan kemampuan manusia untuk meningkatkan keuntungan guna memenuhi kebutuhan manusia. Magfuri (1987) mendefinisikan produksi adalah mengubah komoditas agar kebutuhan manusia dapat terpenuhi. Sementara itu, Ace Partadireja (1987) menyatakan bahwa setiap kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa disebut proses produksi, karena dalam proses produksi tersebut berbasis teknis, dan di dalam ilmu ekonomi biasanya disebut fungsi produksi. Selain itu, Sofyan Assauri menunjukkan bahwa, produksi adalah kegiatan yang menciptakan dan meningkatkan kegunaan suatu produk maupun jasa, oleh karena itu terdapat faktor-faktor produksi dalam perekonomian yang memerlukan kegiatan seperti tanah, karyawan, dan keterampilan. (Organisasi , manajemen, dan keterampilan). Sedangkan menurut Sumarti dan Soeprihanto (1991), produksi adalah segala kegiatan yang menciptakan atau meningkatkan penggunaan barang maupun jasa, dan faktor-faktor produksi yang diperlukan dalam kegiatan tersebut.⁶

⁵Husein Umar, *Strategic Manajemen in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 31

⁶ Ummi Duwilla, *Pengaruh Produksi Padi Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru*. Cita Ekonomika, Jurnal Ekonomi, Vol. IX No.2, Desember 2015.

Jika kita menelaah lebih jauh, ada dua sudut pandang tentang konsep produksi, yaitu:

- a) Dalam pengertian sempit pengertian produksi adalah merubah bentuk suatu komoditi menjadi komoditi baru, yang kemudian melahirkan suatu bentuk kegunaan.
- b) Pengertian produksi secara luas adalah usaha yang berguna karena letak, waktu dan lokasinya.

Kemampuan suatu organisasi untuk memiliki produktivitas yang tinggi artinya manajer departemen produksi mempunyai kemampuan untuk mengkoordinasikan semua faktor untuk mendukung terbentuknya produktivitas, dan produktivitas yang baik merupakan faktor yang mempunyai nilai jual di pasar. Secara konseptual, dijelaskan bahwa produksi adalah tindakan yang bertujuan untuk menghasilkan sesuatu berupa produk maupun jasa dan dapat memenuhi kebutuhan manusia. Dalam pengertian sehari-harinya produksi adalah pemrosesan *input* untuk menjadi *output* agar lebih berharga atau berguna untuk manusia.⁷

Jenis – jenis strategi produksi :

- a) *Engineer to Order* (ETO)

Produk/jasa dirancang secara unik berdasarkan permintaan khusus dari konsumen. Setelah disepakati, desain produk/jasa antara produsen dan konsumen dibuat, kemudian dimulai pengiriman bahan mentah dari pemasok sesuai permintaan perusahaan. Perusahaan tidak menyimpan bahan mentah sampai dibutuhkan sampai dibutuhkan sehingga total waktu sampai konsumen menerima produk/jasa dimulai sejak kesepakatan antara produsen dan konsumen, ditambah waktu untuk desain produk/jasa, waktu untuk proses transformasi, dan waktu pengiriman kepada konsumen.

- b) *Make to Order* (MTO)

Produksi dimulai setelah permintaan diterima. Produk dibuat dari bahan mentah yang sudah standar. Permintaan desain khusus dari konsumen sedapat mungkin dipenuhi dari bahan mentah yang sudah standar tersebut. Total waktu tersedianya produk/jasa lebih pendek dari ETO karena tidak perlu waktu untuk

⁷ http://repository.uin-suska.ac.id/14752/8/8.%20BAB%20III__2018407E1.pdf di akses pada tanggal 08 Agustus 2021 pukul 14.21 WIB.

desain produk/jasa dan bahan mentah disimpan sendiri oleh perusahaan sehingga tidak ada waktu pemesanan dan pengiriman bahan mentah dari pemasok.

c) *Assemble to Order* (ATO)

Produksi dibuat setelah pesanan diterima. Produk dibuat dengan merakit komponen-komponen standar (modular atau barang setengah jadi). Peramalan ditujukan bagi peramalan jumlah komponen yang akan diproduksi, bukan jumlah barang jadi yang akan dijual. Permintaan konsumen disesuaikan dengan komponen-komponen yang sudah disediakan oleh perusahaan. Keuntungannya adalah total waktu semakin pendek karena proses transformasi dilakukan dari komponen dan bukan dari bahan mentah, memperkecil risiko barang jadi yang tidak terjual sehingga perusahaan mempersiapkan *inventory* dari modular, meningkatkan produktivitas produksi, dan menyediakan harga jual yang baik bagi konsumen.⁸

d) *Make to Stock* (MTS)

Produksi bertujuan memenuhi jumlah *inventory* barang jadi sehingga barang sudah tersedia sebelum konsumen memesannya. Ramalan dilakukan pada jumlah barang jadi yang akan dijual. Total waktu sampai konsumen menerima barang sangat pendek karena barang sudah tersedia ketika konsumen membutuhkannya sehingga pada saat itu juga konsumen menerima barang yang diinginkan tanpa menunggu proses transformasi oleh perusahaan.

e) *Mass Customization*

Produk dibuat dari beberapa pilihan komponen untuk menghasilkan beberapa konfigurasi barang jadi, tetapi komponen-komponennya dapat dirakit dengan cepat dan dalam jumlah yang banyak.⁹

3) Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu bagian yang tidak terpisahkan dalam dunia bisnis. Pemasaran merupakan faktor penting sebagai strategi perusahaan dalam menjalankan usahanya, yang terutama berhubungan dengan konsumen. Kata pemasaran berasal dari kata pasar, atau biasa juga diartikan dengan mekanisme yang mempertemukan permintaan dan penawaran. Berbagai definisi tentang pemasaran muncul di kalangan para ahli pemasaran yang berbeda antar satu dengan yang lainnya,

⁸ Ricky Virona Martono, *Dasar-dasar Manajemen Rantai Pasok*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hlm. 30

⁹ *Ibid*, hlm. 31

namun pada dasarnya mempunyai tujuan yang sama. Menurut Kotler dan Keller (2012) “ *Marketing is about identifying and meeting human and social needs*”. Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Pemasaran merupakan suatu rancangan, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan dan masyarakat umum. Pemasaran bukan hanya kegiatan menjual barang maupun jasa tetapi juga meliputi kegiatan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan berusaha mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai. Hal ini sangat penting bagi manajer pemasaran untuk memahami tingkah laku konsumen tersebut. sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk secara lebih baik.

4) Strategi Pengembangan Usaha

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan perubahan secara bertahap. Dalam kamus umum bahasa Indonesia karya Wjs Poerwadarminta buku Pengembangan Media Pembelajaran karya Sukiman pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Kegiatan pengembangan meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang diikuti dengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai. Jadi dapat diartikan bahwa pengembangan adalah suatu proses atau usaha untuk melakukan suatu perubahan baik secara perlahan maupun secara bertahap dengan memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka bersabarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.¹⁰ Pearce & Robinson mendefinisikan bahwa pengembangan bisnis merupakan sebuah rencana strategi dalam skala besar yang berorientasi masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif agar dapat mencapai tujuan objektif perusahaan. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai

¹⁰ <http://sc.syekhnrjati.ac.id/esscamp/risetmhs/BAB21413222034.pdf> diakses pada Sabtu, 31 Juli 2021 pukul 08.20 WIB.

jangka panjang dan kemampuan beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang kompetitif adalah dengan melakukan inovasi. Menurut teori inovasi dalam pembangunan ekonomi menjelaskan bahwa faktor utama dalam menciptakan perkembangan ekonomi adalah proses inovasi yang pelakunya adalah *entrepreneur* sehingga kemajuan ekonomi masyarakat hanya dapat diterapkan dengan adanya inovasi dari para *entrepreneur*. Terdapat lima macam kegiatan yang termasuk ke dalam konsep inovasi:

- a) Memperkenalkan produk baru
- b) Memperkenalkan cara produksi baru
- c) Menemukan sumber bahan mentah baru
- d) Menciptakan perluasan pasar baru
- e) Menciptakan perubahan organisasi untuk mencapai efisiensi¹¹

B. Analisis Terhadap Temuan Studi

Berdasarkan pengamatan serta wawancara yang dilakukan peneliti menemukan bahwa permasalahan yang terdapat dalam PT. Hikmah Stone adalah:

1. Bagian Produksi

Produksi adalah tindakan yang bertujuan untuk menghasilkan sesuatu berupa produk maupun jasa dan dapat memenuhi kebutuhan manusia. Dalam pengertian sehari-harinya produksi adalah pemrosesan input untuk menjadi output agar lebih berharga atau berguna untuk manusia. Proses produksi adalah bagian terpenting dalam sebuah usaha industri. Karena kegiatan utamanya adalah merubah bahan mentah menjadi produk jadi. Pada PT. Hikmah Stone kegiatan usaha yang dilakukan adalah memproduksi wastafel, batu sungai diubah menjadi wastafel yang memiliki manfaat dan bernilai tinggi. Namun dalam kegiatan usahanya ditemui beberapa masalah terkait proses produksinya yaitu ketersediaan bahan baku yang terkadang sulit. Sedangkan bahan baku adalah komponen terpenting dalam kegiatan usahanya. Oleh karena itu, pemilik usaha dapat melakukan:

- Many supplier

Strategi ini memainkan antara pemasok yang satu dengan pemasok yang lainnya dan membebaskan pemasok untuk memenuhi permintaan pembeli. Dalam proses pengadaan bahan baku, pemilik dapat menerapkan strategi ini agar tidak mengalami kehabisan bahan baku. Mengingat batu kali (sungai) didapat dari sungai,

¹¹ Ijal Pratama Putra dan Bulan Prabawani, Analisis Pengembangan Indofishery melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Blue Ocean Strategy (BOS), Jurnal Administrasi Bisnis Vol. X, No. 1, 2021, hlm. 954.

maka ketersediaannya juga ditentukan dengan kondisi sungai terutama pada volume airnya. Saat musim kemarau, bahan baku sulit dicari walaupun volume airnya rendah ketersediaan batu di sungai pun juga sedikit. Namun, berbeda pada saat musim hujan. Pada saat musim hujan, batu di sungai banyak sekali namun untuk dapat mengambilnya sangat susah. Pekerja akan kesusahan mengambil batu karena volume air yang tinggi dan deras.

Saat ini, bahan baku pembuatan wastafel pada PT. Hikmah Stone berasal dari batu kali (sungai) yang didapat dari Ponorogo dan Nganjuk. Untuk mengatasi hal tersebut pemilik bisa menambah supplier bahan bakunya dengan mencari di sekitar wilayah Tulungagung atau di sekitar wilayah tempat pengambilan bahan baku sebelumnya. Dengan, menerapkan strategi tersebut kemungkinan untuk sulit mendapatkan bahan baku menjadi semakin kecil dan sedikit. Selain itu, juga memungkinkan pemilik mendapatkan harga yang lebih murah. Karena biasanya dalam penerapan strategi ini, para supplier akan berusaha memenangkan para pembeli jika diketahui bahwa pembeli tersebut memiliki supplier lain.

- **Pengendalian Persediaan**

Untuk mengatasi bahan baku yang sulit didapat, pemilik usaha dapat melakukan pengendalian persediaan. Pengendalian dapat dilakukan dengan meramalkan ketersediaan dan permintaan di masa yang akan datang. Peramalan dapat dilakukan dengan melihat history kegiatan operasional sebelumnya. Misalnya dengan melihat ketersediaan bahan baku paling banyak pada bulan apa. Kemudian menghitung rata-rata produk yang disetor pada pengepul setiap bulan atau setiap tahun. Jika sudah diketahui waktu bahan baku tersedia dan jumlah produk yang harus diproduksi, pemilik dapat membeli bahan baku sesuai dengan perhitungan tersebut. Namun, tidak lupa ditambahkan dengan safety stock. Pengendalian persediaan ini perlu dilakukan untuk menjaga perusahaan tidak mengalami stock out bahan baku yang dapat menyebabkan kegiatan produksi berhenti. Selain itu, juga agar tidak menimbulkan biaya – biaya lain yang cukup besar misalnya biaya penyimpanan. Biaya penyimpanan ini selalu muncul karena setiap barang perlu disipkan dengan baik agar kualitas atau nilai dari sebuah barang tidak berkurang

- ***Make to Stock***

Pada saat proses pengiriman berhenti pemilik usaha dapat melakukan kegiatan proses produksinya sebagai persediaan apalagi pada masa pandemic

seperti ini. Namun, dalam kegiatan produksinya jumlah produk yang dihasilkan harus lebih sedikit daripada biasanya. Berbekalkan peramalan pada saat pengendalian persediaan, pemilik dapat memperkirakan jumlah produk yang dihasilkan saat proses pengiriman susah. Hal ini bertujuan agar saat pengiriman sudah bisa dilakukan, pemilik usaha dapat langsung mengirim produk ke pengepul. Sehingga para pengepul akan lebih memprioritaskan PT. Hikmah Stone karena tidak pernah terlambat mengirimkan barang.

2. Bagian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu rancangan, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan dan masyarakat umum. Pemasaran bukan hanya kegiatan menjual barang maupun jasa tetapi juga meliputi kegiatan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan berusaha mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai. Upaya pemasaran yang dilakukan oleh PT. Hikmah Stone adalah dengan menyetorkan produk wastafelnya ke pengepul. Kemudian pengepul tersebut mengirimkan wastafel ke luar kota bahkan luar negeri. Walaupun disetor ke pengepul, proses pemasarannya tidak selalu lancar. Terkadang juga mengalami kendala – kendala. Kendala proses pemasaran saat akhir tahun. Dikarenakan banyak pengepul yang tutup karena container tidak bisa mengirim barang ke luar negeri. Akibatnya proses pemasaran pun terhenti. Walaupun terhenti proses produksi tetap dilakukan agar bahan baku tidak rusak. Oleh karena itu, PT. Hikmah Stone perlu mencari cara agar produk atau wastafelnya dapat dipasarkan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan pemasaran melalui media sosial yaitu melakukan strategi pemasaran digital (digital marketing) walaupun baru saja dimulai.

Digital marketing adalah aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial (Purwana, 2017). Pemasaran digital adalah salah satu media pemasaran yang kini sedang banyak diminati oleh masyarakat dalam mendukung banyak kegiatan (Pradiani, 2017). Sasaran yang lebih luas dapat dijangkau oleh pemasaran digital hingga merambah ke dunia internasional. Dimanapun berada kini pemasaran dapat dilakukan karena hampir semua di semua tempat terdapat jaringan internet dan setiap orang memiliki alat, yaitu smartphone. PT. Hikmah Stone mulai melakukan pemasaran digital dengan membuat akun Instagram dengan tujuan untuk memperluas

jangkauan pasar. Namun dalam upaya promosi tersebut, PT. Hikmah Stone belum melakukannya secara maksimal. Dapat dilihat dari laman Instagram @hikmahstone postingan yang tersedia masih 2 saja. Sehingga penyampaian informasi dan value dari produk wastafel kurang lengkap. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu meningkatkan intensitasnya dalam membuat postingan di Instagram. Dalam membuat postingan, PT. Hikmah Stone perlu membuat konten yang menarik dengan menyelipkan informasi tentang produk, harga dan layanan yang diberikan

3. Bagian Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah suatu proses atau usaha untuk melakukan suatu perubahan baik secara perlahan maupun secara bertahap dengan memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Upaya pengembangan usaha PT. Hikmah Stone yang saat ini dilakukan oleh PT. Hikmah Stone adalah dengan menambah distributor atau pengepul. Tujuannya adalah agar dapat memperluas market share. Market share perlu diperluas agar produk wastafel yang dihasilkan dikenali oleh masyarakat luas. Selain dengan cara tersebut, market share juga bisa diperluas dengan mengencarkan promosi. Promosi sangat penting dilakukan untuk keperluan jangka panjang perusahaan khususnya pengembangan. Tanpa promosi sebuah usaha akan sulit berkembang. PT. Hikmah Stone dapat meningkatkan kegiatan promosi melalui berbagai platform media sosial contohnya Instagram, Facebook dan sebagainya. Saat ini media sosial adalah tempat yang paling tepat untuk melakukan promosi karena semua orang pasti memiliki media sosial, ditambah dengan fitur-fitur yang disediakan. Selain itu, agar usahanya berkembang Bapak Suyanto juga perlu menambah supplier batunya agar tidak mengalami kesulitan dalam mencari bahan baku. Apabila permasalahan bahan baku sudah teratasi dan promosi sudah berjalan, PT. Hikmah Stone dapat menambah pekerja dan memperluas area produksi. Tujuannya agar terciptanya alur rantai pasok yang lancar.

Selain itu, PT. Hikmah Stone juga perlu melakukan branding usaha. Branding merupakan salah satu elemen penting yang harus dipertimbangkan ketika merencanakan strategi pemasaran suatu produk. Branding dapat dimanfaatkan untuk menciptakan image sebuah brand dari sebuah produk dalam benak konsumen sehingga diharapkan konsumen mengkonsumsi atau membeli produk tersebut. pemilik usaha dapat melakukan branding melalui media sosial. Selain itu, dalam setiap produknya

PT. Hikmah Stone juga bisa memberikan label atau logo agar produk yang dihasilkan semakin dikenal oleh masyarakat. Kegiatan branding perlu dilkakukan mengingat usaha ini masih baru berdiri dan memiliki banyak pesaing. Agar nama PT. Hikmah Stone tertanam dalam benak konsumen, PT. Hikmah Stone harus menawarkan produk yang kompetitif, berbeda dari pesaing dan menawarkan layanan yang terbaik.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi produksi, pemasaran dan pengembangan usaha sangat penting bagi keberlangsungan sebuah usaha. Apalagi di masa pandemi saat ini yang persaingannya semakin ketat. Pelaku usaha harus mampu membaca kebutuhan dan keinginan masyarakat yang dapat digunakan sebagai peluang – peluang usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Pelaku usaha harus bisa mengambil hati para konsumen agar tidak ditinggalkan oleh konsumen. Oleh karena itu para pelaku usaha harus menawarkan produk dengan *value* yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Adanya strategi – strategi tersebut agar sebuah usaha dapat menciptakan dan menyalurkan *value* tersebut. Sehingga strategi yang ditentukan oleh para pelaku usaha haruslah tepat dan membawa arah perubahan yang lebih baik bagi usahanya. Begitupun pada PT. Hikmah Stone perlu meningkatkan dan memilih strategi – strategi yang tepat dalam menghadapi permasalahan agar usahanya dapat berkembang. PT. Hikmah Stone dapat memilih strategi *make to stock* (MTS) mengingat adanya kesulitan pencarian bahan baku di musim – musim tertentu. Selain itu, PT. Hikmah Stone perlu memperluas jangkauan pasarnya agar tidak hanya bergantung pada pengepul saja. PT. Hikmah Stone bisa melakukan promosi melalui berbagai platform media sosial. Untuk mengembangkan usahanya, PT. Hikmah Stone perlu memperbanyak supplier distributor dan memperluas pasarnya.

B. Saran

- 1) Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
Diharapkan fakultas dapat menambah dan menjalin hubungan dengan para pelaku usaha sehingga dapat memudahkan apabila terdapat kerja sama di masa depan. Selain itu, diharapkan fakultas dapat meningkatkan komunikasi dengan para peserta PPL guna memastikan bahwa kegiatan terlaksana dengan baik.
- 2) Untuk lembaga tempat PPL
Diharapkan pemilik usaha benar – benar mulai memperluas strategi pemasaran dan melakukan kegiatan yang dapat mengembangkan usahanya agar lebih besar.
- 3) Untuk Mahasiswa
Diharapkan mahasiswa lebih aktif dan komunikatif dalam pelaksanaan kegiatan PPL dan menyelesaikan tugas akhir. Sehingga mahasiswa dapat menambah banyak pengetahuan dan pengalaman setelah pelaksanaan kegiatan PPL tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 1990. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya)
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga)
- Martono, Ricky Virona. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Rantai Pasok*. (Jakarta: Bumi Aksara)
- Umar, Husen. 2001. *Strategic Manajemen in Action*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama)
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategi*. (Yogyakarta: CV Andi Offset)
- Duwilla, Umi. 2015. *Pengaruh Produksi Padi terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru*. Cita Ekonomika Jurnal Ekonomi Vol. IX No. 2 Desemberq
- Putra, Ijal Pratama dan Bulan Prabawani. 2021. *Analisis Pengembangan Indofishery melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Blue Ocean Strategy (BOS)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. X No. I
- http://repository.uin-suska.ac.id/14752/8/8.%20BAB%20III__2018407EI.pdf di akses pada tanggal 08 Agustus 2021 pukul 14.21 WIB.
- <http://sc.syekhnurjati.ac.id/esscamp/risetmhs/BAB21413222034.pdf> diakses pada Sabtu, 31 Juli 2021 pukul 08.20 WIB.

LAPORAN KEGIATAN HARIAN
PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG II
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
TULUNGAGUNG
TAHUN 2021

Nama Mahasiswa : Chandra Rizal Saputra
NIM : 12405183416
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Lembaga PPL : PT. Hikmah Stone

NO	HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN
1	Senin, 12 Juli 2021	
2	Selasa, 13 Juli 2021	Pendalaman materi PPL Gelombang 2 tahun 2021 via Zoom.
3	Rabu, 14 Juli 2021	Mengkonfirmasi kembali bahwa akan melakukan PPL di usaha milik Bapak Suyanto.
4	Kamis, 15 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi terkait tema dan judul laporan PPL dengan DPL melalui WhatsApp. • Mempelajari kembali pendalaman materi PPL Gelombang 2 tahun 2021 via YouTube.
5	Jumat, 16 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara terkait profil dan sejarah usaha
6	Sabtu, 17 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis hasil wawancara terkait profil dan sejarah
7	Minggu, 18 Juli 2021	LIBUR
8	Senin, 19 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat format laporan PPL • Membuat resume pendalaman materi PPL Gelombang 2 tahun 2021.
9	Selasa, 20 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis permasalahan yang ada di usaha .
10	Rabu, 21 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Mempelajari tentang strategi produksi, pemasaran dan pengembangan usaha. • Menyusun pertanyaan terkait strategi produksi, pemasaran dan pengembangan usaha.
11	Kamis, 22 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan resume pendalaman materi PPL Gelombang 2 tahun 2021.
12	Jumat, 23 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menyelesaikan dan mengoreksi daftar pertanyaan untuk wawancara. • Mengatur jadwal wawancara lanjutan dengan pemilik usaha.

13	Sabtu, 24 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> Mengirimkan daftar pertanyaan kepada pemilik usaha via WhatsApp sebagai pedoman atau acuan untuk wawancara yang akan dilakukan.
14	Minggu, 25 Juli 2021	LIBUR
15	Senin, 26 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan wawancara dengan pemilik usaha terkait tema atau judul laporan. Mengambil video wawancara yang akan dijadikan sisipan di video laporan kegiatan PPL.
16	Selasa, 27 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> Menganalisis hasil wawancara terkait dengan tema atau judul laporan. Mengerjakan laporan Bab 1
17	Rabu, 28 Juli 2021	Mengerjakan laporan Bab 1
18	Kamis, 29 Juli 2021	Mengerjakan laporan Bab 2
19	Jumat, 30 Juli 2021	Mengerjakan laporan Bab 2
20	Sabtu, 31 Juli 2021	Mengerjakan laporan Bab 3
21	Minggu, 01 Agustus 2021	LIBUR
22	Senin, 02 Agustus 2021	Mengerjakan laporan Bab 3
23	Selasa, 03 Agustus 2021	Mengerjakan laporan Bab 3
24	Rabu, 04 Agustus 2021	Menyelesaikan laporan
25	Kamis, 05 Agustus 2021	Mengambil video untuk laporan
26	Jumat, 06 Agustus 2021	Mengerjakan laporan
27	Sabtu, 07 Agustus 2021	Mengerjakan essay
28	Minggu, 08 Agustus 2021	LIBUR
29	Senin, 09 Agustus 2021	Mengambil video laporan
30	Selasa, 10 Agustus 2021	Mengedit video
31	Rabu, 11 Agustus 2021	Mengedit Video
32	Kamis, 12 Agustus 2021	Membuat wawancara
33	Jumat, 13 Agustus 2021	Mengecek laporan

Tulungagung, 13 Agustus 2021



Chandra Rizal Saputra
NIM.12405183416

Lampiran 2

BERITA ACARA KONSULTASI

Nama : Chandra Rizal Saputra
NIM : 12405183416
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
DPL : Syamsul Umam, S.HI, M.H
Tempat PPL : PT. Hikmah Stone
Judul Laporan : “Strategi Pemasaran dan Pengembangan pada PT. Hikmah Stone”

No	Hal yang dikonsultasikan	Catatan DPL	Paraf
01	Konsultasi Judul Laporan	Disetujui	
02			
03			
04			
05			

Tulungagung, Agustus 2021

Syamsul Umam, S.HI, M.H
NIP. 2009118002

Lampiran 3



RESUME
PENDALAMAN MATERI PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN
GELOMBANG II INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
TAHUN 2021

Pembekalan dan pendalaman materi adalah salah satu bagian dari kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) yang dilaksanakan pada saat kegiatan baru dimulai. Pada gelombang 2 ini, Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dilaksanakan selama satu bulan sejak 12 Juli 2021 hingga 13 Agustus 2021. Oleh karena itu, pada tanggal 13 Juli 2021 pukul 08.30 WIB – 12.00 WIB dilaksanakan pembekalan dan pendalaman materi yang wajib diikuti oleh seluruh peserta/mahasiswa yang melakukan kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) gelombang 2 ini. Tidak hanya diikuti oleh mahasiswa saja, tetapi kegiatan pembekalan dan pendalaman materi juga diikuti oleh Dekan, Kajur serta Dosen Pembimbing Praktik Pengalaman Lapangan (PPL). Pembekalan dan pendalaman materi Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dilakukan dalam bentuk tatap maya atau daring melalui aplikasi *Zoom Meeting* dan YouTube Laboratorium FEBI IAIN Tulungagung. Hal ini dilakukan guna mencegah dan meminimalisir penyebaran dan penularan virus Covid-19. Meskipun dilakukan secara daring dalam mengikuti pembekalan dan pendalaman materi Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), semua peserta diharuskan berpakaian rapi dan sopan.

Pelaksanaan kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dilakukan dengan cara observasi secara daring dan secara langsung pada lokasi PPL. Namun, observasi secara langsung pada lokasi PPL tidak bisa dilakukan dengan rutin dan sangat terbatas karena masih adanya pandemi Covid-19 yang tak kunjung usai. Oleh karena itu, dalam melakukan observasi secara langsung atau kunjungan pada lokasi PPL harus menerapkan protokol kesehatan secara ketat. Observasi atau kunjungan pada lokasi PPL dilakukan 3 sampai 5 kali yaitu untuk melakukan wawancara dan mengamati secara langsung keadaan lokasi PPL. Namun, apabila informasi yang didapat dari wawancara atau observasi secara langsung kurang, dapat melakukan observasi secara daring dengan memanfaatkan media sosial atau aplikasi lain sesuai dengan kesepakatan pihak lokasi PPL. Sehingga dapat diperoleh informasi yang tepat dan lengkap yang digunakan untuk penyusunan laporan kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL). Laporan Praktik Pengalaman Lapangan menjadi persyaratan administrasi sebagai telah diselesaikannya kegiatan perkuliahan Praktik Pengalaman Lapangan.

Dalam acara pembekalan PPL terdapat 2 narasumber yaitu :

- 1) Bapak Anang Mustofa, S.E., selaku Kepala Desa Kendalbulur, Kec. Boyolangu, Kab. Tulungagung.
 - 2) Bapak Haris Susianto, SH.,M.Si selaku Kepala Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Blitar.
- Berikut resume materi yang disampaikan oleh narasumber :

PEMATERI 1 : Bapak Anang Mustofa, S.E.

Bapak Anang Mustofa, S. E adalah seorang pengusaha yang juga merupakan Kepala Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Selain itu, beliau merupakan anggota BPD Desa dan juga saat ini menjadi Ketua ASI DEWI (Asosiasi Desa Wisata Indonesia). Tidak hanya itu, beliau juga merupakan Pimpinan UD. Atmajaya Group yang mengelola Nangkula Park. Awalnya beliau adalah anggota BPD sejak tahun 2004 selama 2 periode. Namun akhirnya pada tahun 2018 dipilih oleh masyarakat desa untuk menjadi kepala desa. Beliau berharap dengan mengangkat topik tentang desa, mahasiswa tidak hanya mengkritisi kebijakan nasional saja namun juga diharapkan lebih memperhatikan keadaan desa yang dapat digunakan sebagai topik diskusi. Karena apabila desa maju, memberikan dampak yang besar yaitu dengan menyerap tenaga kerja dan menumbuhkan UMKM yang ada di desa. Apabila desa maju, maka kabupaten akan maju begitu pun dengan tingkat atasnya hingga nasional.

Bapak Anang mengutip pendapat Bung Hatta pada masa orde baru yaitu “Indonesia tidak akan besar karena obor di Jakarta, tapi Indonesia akan bercahaya karena lilin – lilin di desa.” Pendapat dari Bung Hatta baru terealisasikan setelah pasca reformasi. Menurut beliau, saat ini banyak desa maju yang melakukan lompatan inovasi karena adanya pengakuan dari UU Desa No 06 tahun 2014 dimana negara mengakui bahwa ada asas – asas pemerintah desa, pembangunan desa, pemberdayaan masyarakat desa dan pembinaan kemasyarakatan desa yang merupakan ruang rumah tangga desa. Beliau juga memberitahukan tentang perbedaan desa tempo dulu dengan desa sekarang. Kedudukan desa tempo dulu berada dalam sistem pemerintahan daerah kabupaten, jadi desa hanya pelayan administrasi yang berkepanjangan. Sekarang, desa berada dalam wilayah kabupaten. Dapat dilihat pada saat pemilihan perangkat desa, saat ini perangkat desa yang mengadakan ujian dan memberikan SK adalah kepala desa namun dulu perangkat desa yang memberikan SK adalah camat atas nama bupati. Hal tersebut adalah contoh kemandirian desa dalam mengelola rumah tangga desa. Berbicara tentang perubahan paradigma “Desa Membangun”, dulu desa adalah obyek pembangunan namun sekarang desa adalah subyek pembangunan (partisipatoris). Obyek pembangunan di sini maksudnya saat ingin membangun desa, desa menunggu terlebih dahulu rekomendasi atau

usulan dari pemerintah kabupaten. Dan kabupaten juga yang menentukan dilaksanakan tidaknya pembangunan. Namun, sekarang desa yang mengusulkan rencana pembangunan, desa yang mengerjakan pembangunan. Jadi mulai proses perencanaan hingga pengawasan pembangunan dilakukan oleh desa. Dalam melakukan pembangunan desa, desa harus linier dengan pemerintah nasional. Hakekat dan tujuan pembangunan desa antara lain meningkatkan kualitas hidup manusia, meningkatkan pelayanan publik desa, penanggulangan kemiskinan dan menjadikan masyarakat desa sebagai subyek pembangunan.

Saat ini banyak desa yang memanfaatkan SDA dengan mengeksplor potensi alam yang ada di desa yang digunakan untuk desa wisata yang langsung dikelola oleh desa. Termasuk desa Kendalbulur yang termasuk juga desa wisata, terciptanya desa wisata di Kendalbulur adalah merupakan salah satu realisasi visi misi dari Bapak Anang yaitu membangun lapangan desa Kendalbulur menjadi prioritas pembangunan desa dengan konsep lapangan wisata. Lapangan wisata yang ada di desa Kendalbulur berkonsep sebagai tempat wisata keluarga dan lapangan olahraga sehingga lahirlah nama Nangkula Park. Nangkula Park adalah sebuah tempat wisata keluarga yang terdiri dari taman bunga, restoran, lintasan *jogging track*, lapangan bola anak dan sebagainya. Lapangan wisata ini menjadi program prioritas Bapak Anang guna meningkatkan BUMDES dalam mengelola unit – unit usaha BUMDES. Sehingga sejak mulai dibuka sampai sekarang pengelolaan Nangkula Park langsung dikomandani oleh BUMDES. Pada saat tutup tahun 2020 beliau mengatakan pendapatan yang di dapat oleh wisata Nakula Park mencapai 2,1M dengan pendapatan per hari 12 juta. Dengan adanya Nangkula Park dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi jumlah angka pengangguran yang ada di desa.

Selain desa wisata, ada juga desa digital yang dijadikan prioritas oleh pemerintah desa Kendalbulur. Desa Kendalbulur adalah satu-satunya desa yang ada di Tulungagung yang sudah melakukan desa digital, *dilaunching* pada tanggal 29 Oktober 2020 oleh Bapak Menteri. Perlunya digitalisasi di desa adalah untuk memudahkan interaksi dan komunikasi pemerintah dengan warga desa atau masyarakat. Masyarakat desa dapat mengetahui informasi yang ada di desa dengan mudah. Selain itu, juga dapat mempercepat pengurusan surat atau pelayanan tanpa harus pergi ke kantor desa. Alasan desa Kendalbulur melaunching desa digital adalah karena desa Kendalbulur sudah memiliki potensi – potensi untuk dilakukannya digitalisasi. Mulai dari letak desa yang strategis, akses internet yang mudah di seluruh wilayah desa, dan para masyarakat yang sudah melek digital. Digitalisasi yang ada di desa meliputi Sistem Informasi Desa (SID), Website Pemerintah Desa & BUMDES, Sistem Keuangan Desa (SISKEUDES), Desa Pintar (Aplikasi PC Surat Menyurat), dan Aplikasi Pertanahan Letter C. Yang terbaru

adalah SimpelDesa yang berbasis web terintegrasi android. Program pemerintah desa Kendalbulur yang lain adalah Santunan dari Desa untuk Warga (SADEWA) yang akan diluncurkan tahun 2021 yang didapat dari pendapatan BUMDES. Digunakan untuk warga melalui program subsidi pertanian, subsidi kesehatan, subsidi pendidikan dan subsidi PBB. Mengenali potensi menjadi hal yang penting karena apabila dimanfaatkan dengan baik akan membawa desa menuju lebih baik.

PEMATERI 2 : Bapak Haris Susianto, SH.,M.Si

Bapak Haris Susyanto, M. Si adalah Kepala Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Blitar pada kesempatan kali ini beliau membahas tentang ketenagakerjaan. Tenaga kerja adalah hal yang penting yang diperhatikan oleh negara dapat dilihat dengan adanya undang-undang tersendiri terkait ketenagakerjaan. Tidak hanya yang bekerja di dalam negeri, namun juga yang bekerja di dalam negeri dibuktikan dengan diterbitkannya regulasi yang terkait dengan Pekerja Migran Indonesia (PMI). Tenaga kerja memiliki permasalahan dan rencana strategis, karena setiap kegiatan atau pembangunan selalu diawali dengan perencanaan kemudian pelaksanaan. Pada pelaksanaan itu, tenaga kerja memiliki peran penting. Namun, saat ini angka pengangguran masih cukup tinggi oleh karena itu pemerintah memiliki visi dan misi dari pemerintah untuk mengurangi angka pengangguran dan mengentaskan kemiskinan. Pemerintah menyediakan program – program seperti pelatihan baik kompetensi atau kewirausahaan. Diharapkan dengan adanya pelatihan kewirausahaan masyarakat dapat menciptakan sebuah usaha tidak hanya mengandalkan bekerja pada suatu instansi atau perusahaan. Disnaker juga sering mengadakan bursa untuk mempertemukan para pencari kerja dengan perusahaan yang mencari tenaga kerja.

Terdapat 20 jenis pelayanan publik yang dilakukan oleh DISNAKER untuk membantu masyarakat dan semuanya tidak dipungut biaya apapun (gratis). DISNAKER mengesahkan peraturan perusahaan yang nanti apabila terdapat permasalahan yang terjadi antar pekerja dengan perusahaan dapat dijembatani oleh peraturan perusahaan tersebut. Apabila ada yang memerlukan pekerjaan, bisa mengunjungi DISNAKER terkait pasar kerja baik di dalam ataupun luar negeri. Tentunya informasi yang diperoleh akan lebih terpercaya. Di sana dapat diketahui mana saja agen tenaga kerja yang sudah terdaftar dan belum terdaftar. Pelatihan kewirausahaan terdiri dari bantuan pelatihan kewirausahaan yang sesuai dengan kompetensi desa, bantuan sarana atau modal yang dibutuhkan untuk memulai usaha, pendampingan usaha oleh tenaga pendamping yang kompeten, dan bantuan penyaluran produk – produk lokal unggulan desa ke pasar yang lebih luas. DISNAKER juga memberikan pendampingan kepada para wirausaha dalam hal pemasaran yaitu disesuaikan dengan digitalisasi secara online. Di

samping itu, juga terdapat pelatihan berbasis kompetensi biasanya untuk para calon tenaga kerja yang ingin bekerja di perusahaan – perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja yang memiliki ketrampilan. Pelatihan berbasis kompetensi ini sangat lengkap, terdiri dari penerapan sikap (*attitude*) dalam bekerja, terkait ketrampilan juga tidak meninggalkan pengetahuan.

Selain mengurus tenaga kerja dalam negeri, DISNAKER juga mengurus tenaga kerja luar negeri terkait penempatan transmigran. Program tersebut sebenarnya sudah lama. Namun saat ini transmigrasi sudah lebih termodernisasi tidak ditempatkan pada daerah pelosok – pelosok. Program transmigrasi dilakukan guna penyebaran penduduk dan penyebaran pembangunan. Alur penempatan transmigran dimulai dari pendaftaran dan seleksi yang dilakukan oleh DISNAKER. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan calon transmigran yaitu pelatihan dasar pertanian dan perkebunan. Selanjutnya mengurus kelengkapan fasilitas penempatan mulai dari dokumen kependudukan hingga perjalanan ke lokasi transmigrasi. Yang terakhir adalah pelaksanaan penempatan ditandai dengan serah terima transmigran.

Terdapat kendala – kendala terkait ketenagakerjaan di era pandemi yaitu penempatan tenaga kerja ke luar negeri hampir semuanya dihentikan, penempatan tenaga kerja melalui kegiatan *job fair* terkendala sehingga tidak bisa diselenggarakan, banyak perusahaan yang merumahkan karyawannya, dan penempatan transmigran ditunda. Hal yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja dalam menghadapi kendala – kendala tersebut diantaranya adalah mendata pekerja migran yang baru pulang dari luar negeri, melakukan koordinasi dengan DinKes dan pemerintah desa setempat, pendataan karyawan perusahaan terdampak Covid-19 untuk diusulkan mendapatkan bantuan sosial, monitoring dan pengawasan terhadap tenaga kerja asing, dan sebagainya. Untuk mengantisipasi ke depan, DISNAKER membuat kebijakan salah satunya adalah pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan kepada masyarakat sehingga dapat mengurangi kontak langsung, misalnya aplikasi *job fair* dan aplikasi hubungan industrial.

Lampiran:

