STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AIR GALON REBUS OCIEK DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT BERDASARKAN PERSPEKTIF SYARIAH

(STUDI KASUS DI JORONG BATU AJUNG KECAMATAN LUBUK TAROK KABUPATEN SIJUNJUNG)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Islam

Disusun Oleh:
Meta Lilianti
Nim: 3220115

Dosen Pembimbing
Dr.Rusyaida.D.M.Ag
NIP. 196906091997032001

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
2024 M / 1444 H

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Meta Lilianti
NIM	: 3220115
Tempat, Tanggal Lahir	: Batu Ajung, 04 April 2002
Jurusan/ Fakultas	: Ekonomi Islam/ FEBI
Judul Skripsi	: Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah (Skripsi) saya dengan judul di atas adalah benar asli (*original*) karya penulis, kecuali yang di cantumkan sumbernya. Apabila kemudian terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka hal tersebut sepenuhnya adalah tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan semestinya.

Bukittinggi, Juni 2024
Yang menyatakan

Meta Lilianti
NIM. 3220115

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Meta Lilianti Nim 3220115 dengan judul **"Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung)".** Yang disusun oleh Meta Lilianti, Program Studi S1 Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek (UIN SMDD) Bukittinggi, Tahun Akademik 2024 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Juni 2024
Pembimbing

Dr. Rusyaida D., M. Ag
NIP. 196906091997032001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Strategi Pengembangan Usaha Air Glon Rebus Ociek Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Kabupaten Sijunjung)".** Shalawat beserta salam semoga tetap tersurahkan kepada sang Nabi terakhir sejuta umat yakni Baginda Rasulullah SAW serta sahabat serta pengikut-Nya yang senantiasa tetap istiqomah sampai akhir zaman.

Skripsi ini di susun dalam rangka menyelesaikan Studi S1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

1. Rektor UIN Bukittinggi **Ibunda Prof. Dr. Ridha Ahida, M.Hum,** selaku Rektor UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menuntut dan menimba ilmu.
2. **Ibunda Dr. Hesi Eka Putri M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Bukittinggi beserta jajarannya.
3. Ketua Jurusan S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam **Ibunda Rika Widianita, ME** yang telah memberikan bimbingan dan motivasi serta

masukan kepada penulis dalam menyelasaikan pendidikan dari semester 1 hingga saat ini.

4. Dosen Penasehat Akademik (PA) **Bapak Yefri Joni, S.Ag, MA** yang telah memberikan bimbangan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan.
5. Pembimbing penulisan skripsi, **Ibunda Dr.Rusyaida.D.M.Ag** yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan UIN Bukttinggi yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di UIN Bukittinggi.
7. Untuk Kedua Orang Tua yang paling berjasa dalam hidup saya, **Ayahanda Asmadi** dan **Ibunda Devi Erianti** orang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih untuk semua do'a dan dukungan Ayahanda dan Ibunda saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya, Iloveyou more more more.
8. Kepada adik-adikku tersayang Kianti dan Ammar yang terus mendorong penulis untuk tetap semangat dan berjuang dalam proses pembuatan skripsi ini.

9. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar baik dari ayah maupun ibu yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dqri awal kuliah sampai keberhasilan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan support satu sama lain dalam penyusunan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
12. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Atas segala do'a dan dukungan yang diberikan semoga mendapatkan balasan pahala disisi Allah SWT dan kepada Allah SWT jugalah penulis bersembah sujud selaku hamba Allah SWT yang lemah dan semoga Allah SWT selalu meridhoi segala kebaikan yang kita lakukan.

Penulis ucapkan terima kasih.

Bukittinggi

Meta Lilianti

Nim. 3220115

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung)".** Disusun oleh **Meta Lilianti Nim 3220115.** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi atas bimbingan dari Ibuk Dr. Rusyaida.D. M.Ag.

Skripsi ini dilatarbelakangi oleh tingkat persaingan usaha air galon rebus dan air galon biasa semakin meningkat, pendapatan yang diperoleh usaha air galon rebus lebih sedikit dari pada usaha air galon biasa, harga air galon rebus tinggi dari pada air galon biasa, dan adanya pembeli yang tidak konsisten dalam pembelian air galon. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha air galon rebus Ociek dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus dan analisis SWOT. Data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, pelanggan, pekerja, serta observasi lapangan, dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha air galon rebus Ociek memiliki kekuatan seperti air rebus yang baik untuk kesehatan tubuh, pemanfaatan teknologi dengan baik, dan pemesanan melalui Handphone. Namun juga terdapat kelemahan seperti bahan baku yang kurang optimal, proses pendinginan yang lama, dan keterbatasan modal usaha. Peluang yang dapat dimanfaatkan pemilik usaha seperti permintaan air galon rebus Ociek meningkat, perluasan usaha, dan keuntungan yang meningkat. Ancaman yang dihadapi kelangkaan dimasa depan, memiliki resiko kecelakaan, dan adanya persaingan. Strategi pengembangan yang efektif yaitu gabungan dari kekuatan dan peluang antara lain air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh dapat menyebabkan permintaan air galon rebus mengalami peningkatan, dengan memanfaatkan teknologi dengan baik dapat menjadi peluang perluasan usaha, dan menggunakan Handphone sebagai media pemesanan akan memudahkan pelanggan sehingga menyebabkan keuntungan yang diperoleh meningkat.

Kata kunci: Strategi pengembangan usaha, pendapatan masyarakat, analisis SWOT, Jorong Batu Ajung

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....
KATA PENGANTAR.....**i**
ABSTRAK .....**iv**
DAFTAR ISI.....**v**
DAFTAR TABEL.....**vii**
DAFTAR GAMBAR.....**viii**
DAFTAR LAMPIRAN .....**ix**
BAB I PENDAHULUAN.....**1**
A. Latar Belakang Masalah.....1
B. Identifikasi Masalah.....11
C. Batasan Masalah.....11
D. Rumusan Masalah.....11
E. Tujuan Penelitian 12
F. Manfaat Penelitian 12
G. Penjelasan Judul.....14
BAB II LANDASAN TEORI **16**
A. Landasan Teori.....16
1. Strategi.....16
2. Pengembangan Usaha.....21
3. Pendapatan.....27
4. Analisis SWOT.....31
5. Air Galon Rebus Ociek 37
6. Etika Bisnis.....38
B. Penelitian Terdahulu 41
C. Kerangka Pemikiran.....44

BAB III METODE PENELITIAN 45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 45
C. Jenis dan Sumber Data 46
1) Jenis Data 46
2) Sumber Data 46
3) Informan Penelitian 47
D. Teknik Pengumpulan Data 48
1) Survei Pustaka 48
2) Observasi 48
3) Wawancara 48
4) Dokumentasi 49
5) Teknik Analisis Data 49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 53
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 53
B. Perkembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek 57
C. Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek 59
D. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat 64
1. Rekapitulasi Faktor Internal 64
2. Rekapitulasi Faktor Eksternal 69
E. Analisis Penulis 82
BAB V PENUTUP 86
A. Kesimpulan 86
B. Saran 87
DAFTAR PUSTAKA 88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017 4
Tabel 1.2 Perbandingan Pendapatan 7
Tabel 1.3 Matriks SWOT 34
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 39
Tabel 4.1 Jumkah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin 53
Tabel 4.2 Faktor Lingkungan Internal Kekuatan 64
Tabel 4.3 Faktor Lingkungan Internal Kelemahan 66
Tabel 4.4 Faktor Lingkungan Eksternal Peluang 69
Tabel 4.5 Faktor Lingkungan Eksternal Ancaman 71
Tabel 4.6 IFAS 73
Tabel 4.7 EFAS 74
Tabel 4.8 Analisis SWOT 76
Tabel 4.9 Analis Matriks SWOT 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 43

Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT 77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian

Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian

Lampirab 4. Bebas Plagiat

Lampiran 5. Pedoman Wawancara

Lampiran 5. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya perkembangan teknologi dan globalisasi menyebabkan kegiatan usaha saat sekarang ini semakin luas. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak masyarakat yang membuka usaha baik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Usaha adalah bagian dari kegiatan ekonomi yang melakukan aktivitas dengan tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain serta ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab dan mempunyai kewenangan dalam mengelolah usaha tersebut.[1] Usaha merupakan kegiatan yang dilakukan masyarakat untuk memperoleh keuntungan dan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Dengan adanya perkembangan masyarakat, usaha terdiri dari usaha kualitatif dan kuantitatif, usaha kualitatif dapat dilihat dari tingkat pendidikan masyarakatnya yang baik, sedangkan usaha kuantitatif dilihat dari perkembangan masyarakatnya seperti adanya pertambahan jumlah penduduk. Masyarakat yang unggul adalah masyarakat yang melakukan usaha dengan didasari ajaran agama Islam, dan taqwa kepada Allah serta membawa keseimbangan dalam hidupnya seperti yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, seperti dalam Al - Qur'an Surah An-Nisa ayat 29 dan Hadist Riwayat Bukhari.[2]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".* (Q.S. An-Nisa Ayat : 29)

[1] Badan Pusat Statistik, 'Badan Pusat Statistik'.
[2] Ariyadi, 'Bisnis Dalam Islam', *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5.1 (2023).

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

Artinya: *"Tidak ada seseorang yang memakan satu makanan pun yang lebih baik dari makanan hasil usaha tangannya (bekerja) sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Allah Daud as. memakan makanan dari hasil usahanya sendiri".* (HR. Bukhari)

Berdasarkan Q.S An-Nisa Ayat 29 dan Hadist Bukhari diatas dapat dipahami bahwa Allah melarang manusia untuk mengambil harta milik orang lain dengan cara yang tidak benar kecuali dengan berusaha melalui perdagangan yang berlaku atas dasar kesepakatan bersama kedua belah pihak tanpa adanya paksaan. Dan memakan makanan lebih baik dari hasil usahanya sendiri dari pada bergantung kepada orang lain.

Dalam Islam usaha yaitu serangkaian aktivitas masyarakat dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlahnya kepemilikan hartanya termasuk keuntungannya. Akan tetapi usaha dalam Islam dibatasi dalam cara perolehan dan pemanfaatan hartanya karena ada aturan halal dan haram yang sesuai dengan syariat Islam.[3] Ketika masyarakat melakukan aktivitas usaha hendaklah diawali dengan membaca doa terlebih dahulu, maka akan muncul keberkahan dari Allah SWT. Usaha termasuk suatu jenis kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat yang melakukannya, oleh sebab itu Islam telah memberikan petunjuk untuk berusaha/bekerja dengan cara yang baik dan tidak merugikan orang lain dan lingkungan sekitarnya agar

[3] Norvadewi, 'Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)', *Jurnal AL-TIJARY*, 01.01 (2015), 36.

terhindar dari hukuman dari Allah SWT seperti firman Allah dalam Q.S Ar-Rum Ayat 41.[4]

ظَهَرَ ٱلْفَسَادُ فِى ٱلْبَرِّ وَٱلْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِى ٱلنَّاسِ لِيُذِيقَهُم بَعْضَ ٱلَّذِى عَمِلُوا۟ لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

Artinya :"*Telah tampak kerusakan didarat dan dilaut disebebkan perbuatan tangan manusia. Melalui hal itu Allah membuat manusia merasakan sebagian dari akibat perbuatan mereka agar mereka kembali ke jalan yang benar."* (QS. Ar- Rum ; 41)

Secara umum aktivitas setiap usaha yang dilakukan masyarakat perlu mempersiapkan strategi untuk pengembangan usaha. Strategi menurut Basu Swastha dan Irawan dalam Nasruddin adalah sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Strategi usaha adalah upaya wirausaha dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan usaha untuk memenuhi dan mencapai tujuan usaha. Strategi pengembangan usaha merupakan tindakan yang diambil untuk mewujudkan tujuan jangka panjang yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, atau daerah setempat yang bersifat kuantitatif, dapat diukur, realistis dapat dipahami, serta dapat dicapai.[5] Dari adanya strategi yang diterapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan kemampuan usaha yang lebih baik dan maju serta kepuasan pembeli juga dapat dimaksimalkan. Menurut Kotler dan Amstrong kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan

[4] Andi Darussalam, 'Paradigma Bisnis Islam Prespektif Hadis', *Jurnal TAHDIS*, 6.1 (2019), 24.

[5] Jaka Purwanggono, *Konsep Dasar Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021).

oleh sebuah produk sesuai dengan harapan pembeli. Sehingga kepuasan pelanggan menjadi ujung tombak agar usaha air galon yang sedang dijalankan tetap bertahan.

Usaha yang dilakukan oleh masyarakat beragam bentuknya, yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah. Dengan adanya usaha yang beragam ini dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari masyarakat. Di Sumatera Barat jumlah UMK pada tahun 2017 yaitu 580 344,00 dengan UMK terbanyak di Kota Padang yaitu 89 699,00 dan UMK yang paling sedikit di Kepulauan Mentawai yaitu 4 624,00 sepeti yang dipaparkan pada tabel 1.1.[6]

Tabel 1.1.

Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017

Wilayah	**2017**	
	Jumlah danPersentase UMK Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat	
	Jumlah	**Persentase**
Kepulauan Mentawai	4.624	0.8
Pesisir Selatan	42.495	7.32
Kab.Solok	37.115	6.4
Sijunjung	29.056	5.01
Tanah Datar	45.137	7.78
Padang Pariaman	43.576	7.51
Agam	56.592	9.75
Lima Puluh Kota	47.549	8.19
Pasaman	25.981	4.48
Solok Selatan	15.559	2.68
Dharmasraya	22.409	3.86

[6] Badan Pusat Statistik, 'Badan Pusat Statistik'.

Pasaman Barat	38.574	6.65
Padang	89.699	15.46
Kota Solok	9.843	1.7
Sawahlunto	8.719	1.5
Padang Panjang	9.089	1.57
Bukittinggi	22.2	3.83
Payakumbuh	18.996	3.27
Paraiaman	13.131	2.26
Sumatera Barat	580.344	100.02

Sumber Data: Data Sekunder (BPS), 2023

Berdasarkan tabel 1.1, beberapa usaha yang terdapat di Sumatera Barat yaitu usaha sepatu, usaha kerajinan kulit, usaha bordir, usaha songket, usaha rumah makan, usaha keripik pisang, usaha tahu dan tempe, usaha kerupuk, usaha cemilan, usaha perabotan, usaha sanjai, usaha ikan asin, usaha roti, dan sebagainya.

Selain usaha-usaha diatas, ada usaha yang menjanjikan dengan prospek yang bagus yaitu usaha air galon rebus. Usaha air galon rebus memiliki prospek yang bagus disebabkan oleh banyaknya masyarakat mengkonsumsi air galon rebus yang memiliki manfaat bagus untuk kesehatan tubuh sehingga memperoleh pendapatan yang cukup menjanjikan dari usaha tersebut. Apalagi usaha air galon rebus berada di daerah kawasan padat penduduk yang dalam kesehariannya masyarakat hidup sibuk dengan berbagai aktivitasnya, baik kekantor, kesawah, kekebun dan lain sebagainya, sehingga mereka merasa

lebih praktis untuk membeli air galon rebus isi ulang untuk diminum dari pada memasak sendiri dirumah.[7]

Usaha air galon rebus merupakan air galon yang melalui proses pengolahan yang dimasak menggunakan kayu bakar. Air rebus adalah air yang telah dipanaskan sampai mencapai suhu tertentu untuk membunuh bakteri dan mikroorganisme yang berpotensi berbahaya bagi kesehatan. Kelebihan dari air galon rebus yaitu air yang diminum aman bagi kesehatan karena telah memenuhi persyaratan fisika, mikrobiologis, kimiawi, dan radioaktif yang dimuat dalam parameter tambahan.[8] Dikutip dari Willy Sidharta, mengkonsumsi air yang tidak baik kualitasnya akan dapat menimbulkan berbagai macam penyakit. Selain memiliki kelebihan, air galon rebus juga memiliki kelemahan yaitu zat hara pada air akan mengalami perubahan akibat proses perebusan.

Peranan air galon isi ulang semakin besar, hal ini dapat dilihat dengan semakin bertambahnya jumlah usaha air galon rebus isi ulang dimana-mana salah satunya usaha air galon rebus di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung. Karena hal ini menyebabkan semakin banyak persaingan sesama depot air galon rebus isi ulang. Selain itu juga ada persaingan dari air galon isi ulang biasa. Sehingga persaingan usaha air galon rebus dan usaha air galon biasa semakin meningkat. Persaingan ini terjadi

[7] Zulkarnaini, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan Usaha Air Masak Isi Ulang Depot Arsyila Gampa Aceh Barat', *Journal of Management Science and Business Review*, 1.3 (2023), 58.

[8] Permenkes RI No 492/MENKES/PER/IV/2010, 'Persyaratan Kualiatas Air Minum'.

diantaranya pada usaha air galon biasa milik Siaf dan usaha air galon rebus milik Ance. Selanjutnya persaingan disebabkan karena banyak dari masyarakat yang membutuhkan air bersih untuk keperluan sehari-hari seperti untuk air minum, memasak, dan mencuci dan lain sebagainya sehingga terjadi perbedaan pendapatan pada pemilik usaha.

Pendapatan adalah sejumlah uang atau barang atau keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan dalam memanfaatkan faktor-faktor produksi. Semakin besar kemampuan memanfaatkan faktor-faktor produksi maka akan menghasilkan barang dan jasa yang semakin banyak, sehingga semakin besar pula pendapatan yang diperoleh oleh masyarakat dari usaha yang dijalankan.

Tabel 1.2.

Perbandingan Pendapatan Usaha Air Galon Biasa dan Air Galon Rebus

Bulan	Pendapartan Kotor	
	Air Galon Biasa	Air Galon Rebus
Agustus	Rp10.375.000	Rp6.100.000
September	Rp8.800.000	Rp6.300.000
Oktober	Rp9.130.000	Rp5.940.000
November	Rp10.000.000	Rp6.200.000
Desember	Rp8.505.000	Rp6.400.000

Sumber Data : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1.2, penulis mengetahui informasi mengenai adanya perbedaan pendapatan yang diperoleh dari usaha air galon biasa dan usaha air galon rebus. Usaha air galon biasa lebih besar pendapatannya dari pada usaha air galon rebus. Hal ini disebabkan karena penjualan pada usaha air galon biasa lebih banyak rata-rata per hari 85 galon. Sedangkan usaha air galon

rebus penjualan lebih sedikit karena rata-rata per hari 35 galon. Pendapatan kedua usaha air ini belum termasuk pengeluaran selama proses produksinya.[9]

Selain itu, air galon biasa dan air galon rebus juga memiliki perbedaan harga per galonnya. Hal ini disebabkan karena pada usaha air galon rebus dalam proses produksinya menggunakan waktu yang cukup lama. Pendinginan air yang sudah direbus sebelum dimasukkan ke dalam galon juga menggunakan waktu yang banyak. Pada usaha air galon rebus adanya biaya tambahan yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha air galon rebus dibandingkan usaha air galon biasa. Harga per galon air galon rebus yaitu Rp. 6000. Sedangkan harga per galon air galon biasa yaitu Rp. 5000. Harga per galon kedua usaha tersebut sudah cukup murah karena bisa diantar jemput kerumah pembeli.[10]

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang membeli air galon rebus, menurut mereka air galon rebus dan air galon biasa itu sama sama baik. Akan tetapi saat sekarang ini mereka lebih baik mengkonsumsi air yang direbus, alasannya yaitu pertama karena kuman dan bakteri yang terkandung dalam air itu akan mati karena proses perebusan yang mencapai suhu tertentu sehingga aman dan sehat untuk dikonsumsi sehari-hari. Kedua air yang direbus lebih enak diminum dan dapat membantu meningkatkan daya cerna

[9] Wawancara dengan pemilik usaha air galon biasa Siaf dan pemilik usaha air galon rebus Ance pada tanggal 15 Desember 2023

[10] Wawancara dengan pemilik usaha air galon biasa Siaf dan pemilik usaha air galon rebus Ance pada tanggal 20 November 2023

yang tidak lancar. Dan ketiga air yang direbus dapat mengurangi risiko penyakit.[11]

Selanjutnya ada pembeli air galon yang tidak konsisten dalam pembelian air galon. Dalam satu mingu ada pembeli yang membeli air galon rebus dan juga ada pembeli yang membeli air galon rebus. Namun, juga ada pembeli yang membeli kedua air galon dalam seminggu. Penyebab hal ini terjadi karena air galon rebus tidak memiliki persediaan air yang sudah dingin dan masih ada air rebus yang ngilukuku sehingga belum bisa dijual kepada pelanggan. Kemudian penjualan juga tergantung pada cuaca, jika hujan terus maka penjualan air galon rebus sedikit karena masih menjual menggunakan motor.[12]

Kemudian usaha air galon rebus telah memiliki surat izin usaha sehingga memiliki pondasi yang kuat untuk proses berjalannya usaha kedepannya. Surat izin tersebut dapat memberikan legitimasi resmi dan kepercayaan kepada pembeli bahwa usaha yang dijalankan telah mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku. Selain memperkuat kepercayaan pembeli, surat izin usaha juga dapat menunjukkan bahwa usaha air galon rebus telah melewati proses verifikasi dan pematuhan standar yang ditetapkan oleh pemerintah. Dengan demikian, pembeli memiliki keyakinan yang kuat terhadap usaha yang dijalankan.

[11] Wawancara dengan Bapak Yadi dan Ibu Rita pada tanggal 29 Januari 2024

[12] Wawancara dengan Bapak Ance Pemilik usaha air galon rebus pada tanggal 28 Januari 2024

Dalam kegiatan produksi air galon rebus, kehadiran surat izin usaha menjadi pedoman yang kuat. Dengan mematuhi peraturan yang ditetapkan, usaha dapat memastikan bahwa proses produksi dilakukan dengan standar keamanan dan kualitas yang tinggi. Mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas hingga proses pengolahan yang higienis, segala langkah diambil dengan berpedoman pada ketentuan yang telah ditetapkan. Usaha air galon rebus memerlukan kayu bakar untuk proses perebusan air sehingga hal ini dapat menjadi peluang bagi masyarakat sekitar usaha agar pendapatan mereka bertambah. Selain kayu bakar, bahan pokok untuk usaha air galon rebus memelukan air yang kuantitas banyak sehingga dibutuhkan pemasok air bersih dari masyarakat sehingga pendapatan masyarakat tersebut juga bertambah. Kemudian, usaha air galon juga harus memperhatikan kebersihan dari galon agar kualitas air tetap terjaga sehingga rasa dari air rebus tidak cepat berubah. Hal ini menyebabkan penjual air galon rebus membutuhkan tenaga untuk membersihkan galon yang akan diisi ulang dengan air yang sudah didinginkan. Usaha air galon rebus juga harus menarik konsumen dengan adanya antar jemput air galon rebus ke setiap rumah pembeli. Dengan demikian, pembeli akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan permasalahan mengenai tingkat persaingan usaha air galon rebus dan air galon biasa yang meningkat, adanya perbedaan pendapatan usaha yang diperoleh antara air galon rebus dan air galon biasa, harga air galon rebus yang tinggi dari air galon biasa, dan adanya pembeli yang tidak konsinten dalam pembeliaan air galon. Maka dari itu penelitian ini penulis beri

judul **"Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung)"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian yaitu:

1. Tingkat persaingan usaha air galon rebus dan air galon biasa semakin meningkat.
2. Pendapatan yang diperoleh usaha air galon rebus lebih sedikit dari pada usaha air galon biasa.
3. Harga air galon rebus tinggi dari pada air galon biasa.
4. Adanya pembeli yang tidak konsisten dalam pembelian air galon.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti membatasi permasalahan penelitian ini, yakni pada usaha air galon rebus Ociek di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Strategi pengembangan usaha air galon rebus Ociek menggunakan 4P (Studi kasus di Jorong Batu Ajung Kecamaten Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung)?
2. Bagaimana pengembangan usaha air galon rebus menggunakan Analisis SWOT (Studi kasus di Jorong Batu Ajung Kecamaten Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung)?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Strategi pengembangan usaha air galon rebus Ociek menggunakan 4P (Studi kasus di Jorong Batu Ajung Kecamaten Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).
2. Bagaimana pengembangan usaha air galon rebus menggunakan Analisis SWOT (Studi kasus di Jorong Batu Ajung Kecamaten Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

   Sesuai dengan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan atau acuan jika akan diadakan penelitian lanjutan dalam menelaah masalah ini secara lebih mendalam.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis atau empiris berupa:

a. Bagi UIN Bukittinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UIN Bukittinggi khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk memberikan referensi atau informasi yang berhubungan dengan Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan mengenai Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).

c. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan bacaan serta pengetahuan masyarakat seputar Ekonomi Islam sehingga masyarakat mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus

Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).

G. Penjelasan Judul

Untuk mempermudahkan dalam memahami Skripsi ini dan memperoleh gambaran yang jelas, maka penulis perlu memberikan penjelasan terhadap istilah yang dimaksud dalam judul "Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung)". Maka dari itu, perlu diuraikan satu persatu istilah-istilah penting yang terkandung pada judul tersebut sebagai berikut:

1. Strategi. Menurut kamus Longman, Strategi merupakan *"planned series of actions for achieving something"* atau merupakan tindakan-tindakan yang terencana dalam rangka mencapai sesuatu.[13]
2. Pengembangan Usaha. Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.[14]
3. Air Galon Rebus. Air galon rebus adalah produk air minum yang telah melalui proses perebusan hingga mendidih untuk memastikan

[13] Paul L Tobing, *Knowledge Management: Konsep, Arsitektur Dan Implementasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007).

[14] Nurjanah and others, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang', *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 25.2 (2023), 343–44.

keamanannya sebelum dimasukkan kedalam galon untuk dijual kepada pelanggan.

4. Peningkatan. Peningkatan adalah proses, cara perbuatan untuk menaikkan sesuatu atau kegiatan untuk memajukan sesuatu, kesesuatu yang lebih baik lagi daripada sebelumnya.
5. Pendapatan. Pendapatan adalah hasil kerja dari usaha. Pendapatan menurut A. Abdurrahman adalah uang, barang-barang materi, atau jasa yang diterima atau bertambah besar selama suatu jangka waktu tertentu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani "strategia" yang awalnya bermakna seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Diartikan sedemikian rupa karena kata strategi memang lazim digunakan dalam peperangan. Dalam abad modern ini, penggunaan istilah strategi tidak lagi terbatas pada konsep atau seni seorang panglima dalam peperangan, tetapi sudah digunakan secara luas dan dalam semua bidang ilmu. Secara umum, strategi diartikan sebagai cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan.

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing- masing. David menyatakan bahwa strategi adalah individu yang paling bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi. Strategi membantu organisasi mengumpulkan, menganalisis, dan mengatur informasi.

Menurut Glueck dan Jauch, strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk

memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.[15]

Kuncoro mengemukakan, strategi sebagai suatu proses, yang meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Tahapan utama proses manajemen strategi umumnya mencakup analisis situasi, formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi kinerja. Strategi juga bersifat kontekstual, harus sesuai (fit) dengan kompetensi ini dan tantangan yang dihadapi.[16]

Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah serangkaian rancangan jangka panjang yang diimplementasikan dalam seluruh proses usaha perorangan atau organisasi untuk menghadapi persaingan dan mencapai visi perusahaan.

b. Tingkatan Strategi

Wheelen dan Hunger mengemukakan ada beberapa tingkatan dalam strategi untuk perusahaan besar. Ada tiga tingkatan strategi yang berkembang sesuai dengan perkembangan perusahaan, yaitu:

1. Strategi Korporasi *(Corporate Strategy)*

Ada tiga jenis strategi yang dapat dipakai pada tingkat strategi ini, yaitu:

[15] Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (Jawa Timur: Midya Gama Press, 2019). Hlm. 3

[16] Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: CV Budi Utoma, 2020), Hlm.46

a) Strategi Pertumbuhan *(Growth Strategy)*. Strategi yang berdasarkan pada tahap pertumbuhan yang sedang dilalui perusahaan.

b) Strategi Stabilitas *(Stability Strategy).* Strategi dalam menghadapi kemerosotan penghasilan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan.

c) *Retrenchment Strategy*. Strategi yang diterapkan untuk memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

2. Strategi Bisnis *(Business Strategy)*

Merupakan strategi yang digunakan pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifikasi atau segmen pasar tertentu.

Terdapat tiga macam strategi yang bisa digunakan pada strategi tingkat bisnis ini, yaitu:

1) Strategi kepemimpinan biaya
2) Strategi diferensiasi
3) Strategi focus

3. Strategi Fungsional *(Fungsional Strategy)*

Strategi ini digunakan pada level fungsional seperti operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Strategi fungsional juga disebut sebagai *value-based-strategy*.

Berfokus pada memaksimalkan produktivitas sumber daya yang digunakan dalam memberikan value terbaik untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan.[17]

c. Level Strategi

Stoner, Freeman, & Gilbert mengemukakan secara umum level strategi yaitu antara lain :

1) Strategi Pada Tingkat Perusahaan *(Corporate Level Strategy)*

Dirumuskan oleh manajemen puncak, biasanya CEO atau direktur yang memiliki lini atau unit bisnis lebih dari satu. Menurut Robbins dan Coulter strategi tingkat perusahaan berusaha menentukan bisnis apakah yang seharusnya dimasuki atau yang ingin dimasuki perusahaan. Strategi tingkat perusahaan menentukan arah yang akan dituju organisasi itu dan peran yang dimainkan oleh tiap unit bisnis organisasi itu dalam mengejar arah tersebut.

2) Strategi Pada Tingkat Bisnis *(Business Level Strategy)*

Dilevel tingkat bisnis lebih diarahkan pada pengelolaan kegiatan dan operasi suatu bisnis tertentu. Berdasarkan Robbins dan Coulter, strategi pada tingkat bisnis adalah strategi bisnis yang berusaha menentukan cara organisasi bersaing dalam tiap bisnisnya. Sedangkan unit bisnis strategi adalah bisnis tunggal organisasi yang berada dalam sejumlah bisnis yang berbeda-beda yang independen serta merumuskan sendiri strateginya.

[17] Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: CV Budi Utoma, 2020), Hlm. 46-48

3) Strategi Pada Tingkat Fungsional *(Functional Level Strategy)*

Merupakan strategi dalam kerangka fungsi-fungsi manajemen yang data mendukung strategi level unit bisnis. Menurut Robbins dan Coulter, strategi tingkat fungsional adalah strategi organisasi yang berusaha menentukan cara mendukung strategi tingkatan bisnis/perusahaan.[18]

d. Strategi Dalam Islam

Dalam buku Hafidhuddin menyatakan bahwa strategi sukses bisnis yang dilakukan Nabi Muhammad SAW, yaitu:

1. Siddiq berarti jujur atau benar, Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan bisnisnya selalu menunjukkan kejujuran dan meyakini bahwa membohongi para pelanggan sama dengan menghianati mereka sehingga mereka tidak akan bertransaksi bisnis lagi, lambat laun bisnispun akan hancur. Kejujuran nabi dalam berbisnis berupa tidak mengingkari janji yang telah disepakati, tidak menyembunyikan cacat atas suatu transaksi, dan tidak mengelabui harga pasar.
2. Amanah yaitu dapat dipercaya. Amanah adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya yang telah disepakati, bisa terjadi antara penjual dan pembeli, penyewa dan yang menyewakan. Perjuangan ekonomi Islam semata-mata bukanlah untuk tujuan *business to business an sich*, tetapi perjuangan

[18] Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: CV Budi Utoma, 2020), Hlm. 48-49

ekonomi Islam adalah untuk mewujudkan tujuan dan visi mulia, yakni menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan dan menyejahterakan.[19]

3. Kreatif, berani, dan percaya diri merupakan salah satu bentuk usaha untuk mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis yang baru yang prospektif dan berwawasan masa yang akan datang dengan tidak mengabaikan prinsip kekinian. Sifat ini ialah paduan antara Amanah dan fatanah yang berarti nilai-nilai bisnis yang mengedepankan tanggung jawab, transparan, tepat waktu dan lain-lain.
4. Tabligh ialah mampu berkomunikasi dengan baik yang diartikan dengan supel, cerdas, kerja tim, cepat tanggap, supervisi, kendali dan lain-lain.
5. Istiqomah ialah konsisten dalam menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai diatas secara konsisten walau banyak mendapatkan tantangan dan godaan.[20]

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui

[19] Mustofa Kamal Rokan, *Bisnis Ala Nabi* (Yogyakarta: Bunyan, 2013).

[20] Gita Hilfanisa, 'Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Pedagang Di Pasar Manggeng)', 2022

pendidikan dan pelatihan. Pengembangan usaha adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Pada umumnya pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya harus mampu melihat suatu peluang dimana orang lain tidak mampu melihatnya, menangkap peluang dan memulai usaha (bisnis), dan menjalankan bisnis dengan berhasil.

Usaha merupakan suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan. Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.[21]

b. Jenis-jenis Pengembangan Usaha

Menurut Subagyo, secara umum pengembangan usaha dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

[21] Adih Supriadi, dkk, Pengelolaan Keuangan dan Pengembangan Usaha pada UMKM, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023), Hlm. 8.

1) Pengembangan vertikal. Adalah perluasan usaha dengan cara membangun inti bisnis baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan bisnis utamanya.
2) Pengembangan horizontal. Adalah pembangunan usaha baru yang bertujuan memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan keunggulan komparatif, yang secara line produk tidak memiliki hubungan dengan core bisnisnya.

Menurut Humaizar, berdasarkan caranya pengembangan usaha dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1) Perluasan ke hulu atau ke hilir. Arah pengembangan usaha disesuaikan dengan posisi usaha anda saat ini, jika usaha tersebut berada di hilir, maka pengembangannya kearah hulu. Kelebihan: pengembangan pada posisi ini lebih muda, karena telah mengetahui pasar, sumber material, dan teknologi. Kekurangan: jika terjadi permintaan produk pada bisnis ini melemah, maka tingkat penjualan akan menurun.
2) Diversifikasi usaha. Diversifikasi usaha adalah mengembangkan usaha ke berbagai jenis usaha. Kelebihan: jika salah satu jenis usaha mengalami penurunan permintaan pasar (rugi), maka usaha yang lain masih dapat menutupi kerugiannya. Kekurangan: pengembangan cara ini cukup sulit dilakukan karena harus mempelajari dari awal baik pasar, sumber material, ataupun teknologinya dan sebagainya.

3) Menjual bisnis *(franchise).* Arti dari menjual bisnis disini adalah menjual hak patennya. Ini dilakukan ketika usaha tersebut sudah memiliki hak paten atas produk atau jasa dan konsep pemasarannya.[22]

c. Tahapan Pengembangan Usaha

Menurut Budiarta, seorang pengusaha untuk melakukan pengembangan usaha umumnya melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

1) Memiliki ide usaha

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

2) Penyaringan Ide/Konsep Usaha

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

[22] Adih Supriadi, dkk, Pengelolaan Keuangan dan Pengembangan Usaha pada UMKM, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023), Hlm. 9

3) Pengembangan Rencana Usaha *(Business Plan)*

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

4) Implementasi Rencana Usaha Dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.[23]

d. Pengembangan Usaha Dengan Bauran Pemasaran (4P)

Pengembangan usaha berupa bauran pemasaran bisa dilakukan dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuannya.

[23] Adih Supriadi, dkk, Pengelolaan Keuangan dan Pengembangan Usaha pada UMKM, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023), Hlm. 11-12

Marketing mix (bauran pemesaran) adalah alat pemasaran yang digunakan perusahaan secara terus menerus untuk mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Alat pemasaran tersebut dikenal dengan 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (distribusi), dan *promotion* (promosi).

Unsur-unsur dari 4P yaitu:

1) *Product* (Produk)

   Produk artinya kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran. Keputusan tentang produk meliputi jenis produk, mutu, rancangan, ciri-ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi dan servis setelah pembelian.

2) *Price* (harga)

   Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Keputusan tentang harga ini meliputi harga barang itu sendiri tercantum, adanya potongan harga, kemudahan dan waktu pembayaran.

3) *Place* (distribusi)

   Distribusi adalah aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan konsumen sasarannya. Kegiatan ini meliputi pemilihan saluran distribusi, pemilihan lokasi, pengangkutan, dan persediaan produk.

4) *Promotion* (promosi)

Promosi artinya aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk konsumen untuk membelinya. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan melalui media periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan publikasi atau menjalin hubungan dengan konsumen atau masyarakat.[24]

Oleh karena itu, faktor pemasaran ini sangat berperan dalam rangka perluasan usaha. Perluasan usaha dapat berkelanjutan dengan baik dan hasil produksi dapat laku dipasaran, maka perlu memperhatikan kondisi pasar, walaupun hasil produksi telah tersediadan tidak mungkin dapat dipasarkan dalam arti perusahaan tidak mampu menganalisis keadaan pasar sudah pasti usaha yang dilakukan tidak akan berkembang.

3. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendistribusian pendapatan secara Islam mengharuskan untuk berbuat adil. Konsep *equilibrium* memiliki makna bahwa keseimbangan hidup dunia akhirat harus dicapai. Oleh karenanya, menjadi keutamaan dan tidak berlebihan dalam mengejar sebuah pendapatan. Pendapatan yang kita dapat, memiliki fungsi sosial yang kental dalam Islam. Pemanfaatannya harus dilakukan secara adil, dan sesuai dengan syariah, sehingga selain mendapatkan keuntungan materiel, kita dapat merasakan kepuasan spiritual. Indikator kebutuhan dan batasan yang

[24] Novi Angga Safitri , Manajemen Pemasaran , (Yogyakarta: K Media, 2023), Hlm. 21-30

mendasari pada sistem distribusi pendapatan Islam yaitu maqasid syariah. *Maqashid al-syariat* adalah cara untuk menjelaskan tujuan dan rahasia syariat atau maksud-maksud ditetapkannya suatu hukum dalam kehidupan umuat manusia. Aspek-aspek tersebut merujuk pada skala prioriitas sebagai berikut:

1. Ad-daruriyyah merupakan skala kebutuhan yang berkaitan dengan kebaikan dan kepentingan di dunia dan di akhirat.
2. Al-hajiyyah merupakan skala kebutuhan yang berkaitan erat terhadap kemudahan dan penghindaran kesulitan hidup di dunia dan di akhirat
3. At-tahsiniyyah merupakan skala kebutuhan yang berkaitan erat akan kelengkapan.[25]

Menurut Soekartawi pendapatan ditentukan oleh kemampuan faktor-faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa. Semakin besar kemampuan faktor-faktor produksi menghasilkan barang dan jasa, semakin besar pula pendapatan yang diciptakan. Pendapatan menurut A. Abdurrahman adalah uang, barang-barang materi, atau jasa yang diterima atau bertambah besar selama suatu jangka waktu tertentu.

Menurut Beodiono pendapatan adalah penerimaan dari hasil yang diperoleh dalam melakukan kegiatan ekonomi berkatan dengan segala aktivitas perusahaan dan hasill penjualan faktor produksi yang

[25] Heni Noviarita and others, 'Analisis Tingkat Pendapatan Keluarga Dan Pelatihan Kewirausahaan Gender Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, VII.3 (2021), 1194.

dimiliki. Menurut Sadono Sukirno dalam jurnal Nirfandi Gonibala, pendapatan pengusaha adalah keuntungan. Dimana keuntungan ditetapkan dengan cara mengurangi biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Istilah pendapatan digunakan apabila berhubungan dengan aliran pengahasilan pada suatu periode tertentu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi seperti sumber daya alam, tenaga kerja dan modal, dimana masing-masing dalam bentuk sewa, upah, dan bunga secara berurutan.[26]

Jadi pendapatan adalah sejumlah uang atau barang atau keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan dalam memanfaatkan faktor-faktor produksi.

b. Landasan Hukum Mengenai Pendapatan

Dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.[27]

Ayat di atas menjelaskan larangan Allah Swt mengkonsumsi harta dengan cara yang batil. Kata batil oleh Al-Syaukani dalam kitabnya *Fath Al-Qadir* diterjemahkan *ma laisa bihaqqin* (segala apa yang tidak benar). Bentuk batil ini sangat banyak dalam konteks ayat di atas,

[26] Nirfandi Gonibala, 'Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Mobagu', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.1 (2019), 59.

[27] https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29 diakses pada 19 Desember 2023

sesuatu disebut batil dalam jual beli jika dilarang oleh syara'. Adapun perdaangan yang batil jika di dalamnya terdapat unsur maisir, gharar, riba dan batil. Lebih luas dari itu merupakan perbuatan yang melanggar nash-nash syarí juga dipandang sebagai atil seperti mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

1) Modal usaha adalah nominal uang yang digunakan untuk membeli barang, membayar sewa, membayar pekerja, membayar hutang, dan melakukan pembayaran lainnya. Semakin sedikit modal usaha yang dimiliki maka semakin terbatas jumlah barang yang dapat diperdagangkan, sehingga pendapatan pun relatif kecil.
2) Lama usaha merupakan usia dari berdirinya usaha tersebut. Akan tetapi jika tidak diikuti dengan inovasi maka pendapatan tidak akan berubah.
3) Lama jam kerja yang digunakan seseorang maka akan tinggi tingkat upah atau pendapatan yang diterima oleh seseorang tersebut,dan sebaliknya jika semakin sedikit jumlah jam kerja yang digunakan oleh seseorang maka akan semakin sedikit tingkat upah atau pendapatan yang diterima oleh seseorang tersebut.
4) Pengalaman menunjukkan bahwa pedagang yang berpengalaman dapat mempengaruhi keberhasilan usaha.
5) Jumlah tenaga kerja yaitu tenaga kerja yang bekerja pada usaha, baik itu pemilik sendiri maupun orang lain.

6) Tingkat pendidikan yaitu tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang diduga akan mempengaruhi pendapatan yang diterimanya dalam bekerja.
7) Lokasi usaha yaitu suatu tempat untuk berusaha yang sangat vital, karena disitulah tempat dia menggantungkan hidupnya.[28]

4. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu usaha atau suatu spekulasi bisnis. Philip Kotler mendefinisikan analisis SWOT sebagai suatu evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Rangkuti menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats).

Robinson mengemukakan bahwa Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu

[28] Nurjanah, dkk. *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang*". FORUM EKONOMI:Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi. Vol 25, No 2. Hlm 343-344.

strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Suryatama mrendefinisikan analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan atau Strengths, kelemahan atau Weakness, peluang atau Opportunities, dan ancaman atau Threats dalam suatu usaha atau bisnis dan dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya.

b. Faktor-faktor Analisis SWOT

Rangkuti menyebutkan analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

1) Strenght (Kekuatan)

Kekuatan adalah semua potensi yang dimiliki perusahaan dalam mendukung proses pengembangan perusahaan, seperti kualitas sumberdaya manusia, fasilitas-fasilitas perusahaan baik bagi SDM maupun bagi konsumen dan lain-lain. unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain. Sehingga dapat membuat lebih kuat dari pada pesaingnya. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

2) Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Tepatnya terdapat kekurangan pada kondisi internal perusahaan, akibatnya kegiatan-kegiatan perusahaan belum bisa terlaksana secara maksimal. Misalnya: kekurangan dana, karyawan kurang kreatif dan malas, tidak adanya tekhnologi yang memadai dan sebagainya.

3) Opportunity (Peluang)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/organisasi. Untuk mengetahui hal-hal eksternal mana yang dapat dijadikan peluang adalah dengan cara membandingkan analisis internal (strength dan weaknesses) perusahaan atau organisasi anda dengan analisis internal dari competitor lain.

4) Threats (Ancaman)

Ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan, jika tidak segera diatasi maka akan jadi penghalang bagi perusahaan yang bersangkutan baik sekarang maupun di kemudian hari. Ancaman adalah pengganggu yang signifikan terhadap posisi perusahaan. Masuknya pesaing

baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatkanya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan inovatif, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

Elemen-Elemen di dalam Analisis SWOT terbagi menjadi dua bagian yaitu:

a) Faktor internal - Kekuatan (Strength) ialah kemampuan yang mempunyai nilai lebih dari dibandingkan kemampuan lawan atau pesaing. Kelemahan (Weakness) merupakan faktor yang bisa mengurangi kapasitas kerja perusahaan. Hal tersebut harus dapat diminimalisir agar tidak mengganggu jalannya perusahaan.
b) Faktor eksternal - Peluang (Oppurtunity) ialah kesempatan-kesempatan yang ada tentunya memiliki potensi menghasilkan keuntungan melalui usaha-usaha yang diarahkan untuk memanfaatkan kesempatankesempatan tersebut. Ancaman (Threat) adalah sesuatu yang sangat mungkin terjadi atas beroperasinya perusahaan dan berpotensi kerugian bagi perusahaan.[29]

[29] Dewi Kurniasih, dkk, *Teknik Analisa, (*Bandung: Alfabeta, 2021), hlm 66.

Tabel 1.3.

Matriks SWOT

IFAS / **EFAS**	**STRENGTHS (S)** Identifikasi potensi/ kekuatan	**WEAKNESS (W)** Identifikasi kendala/kelemahan
OPPORTUNITY(O) Identifikasi kesempatan/peluang	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Identifikasi ancaman/tantangan	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman

Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis yaitu antara lain:

1) Strategi Kekuatan-Peluang (SO). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2) Strategi Kelemahan-Peluang (WO). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
3) Strategi Kekuatan-Ancaman (ST). Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

4) Strategi Kelemahan-Ancaman (WT). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.[30]

c. Analisis SWOT dalam Keuangan Islam

Analisis SWOT dalam Keuangan, dalam Al-Qur'an Surah Al-Hasyr ayat 18 dikatakan sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلۡتَنظُرۡ نَفۡسٞ مَّا قَدَّمَتۡ لِغَدٖۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan*.[31]

Berdasarkan Q.S Al-Hasyr ayat 18 di atas dapat dipahami bahwa Allah SWT mengharuskan kita untuk berpikir atas apa yang sudah kita lakukan dalam hidup. Dapat kita uraikan SWOT satu persatu , maka yang akan dibahas untuk pertama kalinya mengenai kekuatan sebagai umat islam adalah keimanan. Iman merupakan modal yang sangat besar dan tidak semua orang memilikinya. Kemudian kekuatan yang lain adalah kemampuan untuk berpikir mengembangkan hal-hal yang inovatif, Kesehatan dan sedikit kekayaan. Kelemahan yang kita miliki yaitu belum memiliki banyak ilmu karena didalam Islam ilmu adalah

[30] Zuriani Ritonga, 'Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)' (Yogyakarta: CV Budi Utoma, 2020), p. 42.

[31] https://tafsirweb.com/10816-surat-al-hasyr-ayat-18.html, 'Surat Al-Hasyr Ayat 18'.

hal yang paling penting. Sementara tantangan dalam kehidupan yaitu cara berpikir yang sering mengedepankan kesenangan didunia.

5. Air Galon Rebus Ociek

Menurut Kotler dan Keller, bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluran. Menurut Ernawati, Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut.

Air adalah sumber kehidupan yang sangat di butuhkan saat ini, terutama manusia. Manusia harus mengkonsumsi air untuk daya tahan tubuh, mengingat tubuh manusia 60% terdiri dari air. Karena air sangat penting, di anjurkan untuk meminum air sebanyak 8 gelas perhari atau 2 liter air. Manfaat air untuk menjaga sistem tubuh sangatlah penting. Misalnya, air akan membilas racun yang ada pada tubuh. Tubuh yang kekurangan cariran bisa menyebabkan dehidrasi dan membuat organ tubuh mengalami dehidrasi ringan.

Air yang sudah hilang di dalam tubuh sangat penting untuk diganti agar tubuh kembali berfungsi dengan baik. Misalnya, saat beraktivitas atau olahraga, tubuh akan sangat kekurangan cairan. Ketika menguap atau bersin, secara tidak sadar tubuh juga kekurangan cairan. Meminum air rebus sangat membantu menyembuhkan berbagai penyakit yang

disebabkan oleh virus seperti batuk, flu atau demam. Tidak hanya itu, air rebus juga ampuh menyembuhkan penyakit kuning (icterus) atau penyakit tipes (thypus).[32]

6. Etika Bisnis Dalam Islam

a. Pengertian Etika Bisnis

Dalam konteks bisnis, maka etika yang berlaku harus sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Dalam Islam, etika bisnis disebut akhlak. Bagi umat Islam, bisnis yang baik adalah yang sesuai dengan kaidah agama, yang senantiasa diukur dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi (Hadist). Seorang muslim dapat dikatakan mempunyai etika yang baik dalam berbisnis apabila tata krama dan isi bisnis yang dilakukan sesuai dengan aturan yang telah digarisbawahi oleh Allah. Sebaliknya, sorang muslim dinilai tidak punya etika, jika ia melakukan bisnis dengan orang lain tanpa mengindahkan tata aturan agamanya.[33]

b. Prinsip Etika Bisnis

Syed Nawab Haidar Naqvi mengemukakan empat prinsip etika dalam Islam. Empat prinsip yang dimaksud adalah tauhid *(unity)*, keseimbangan *(equilibrium)*, kehendak bebas *(free will)*, dan pertanggungjawaban *(responsibility)*.

[32]https://www.pufferpurewater.com/Air%20Minum%20Sehat%20yang%20Baik%20untuk%20KesehatanTubuh%20Manusia.html diakses pada 27 Desember 2023.

[33] M. Toriq Nurhadiansyah, Etika Bisnis Islam, Konsep dan Praktek (Yogyakarta: CV Cakrawala Media Pustaka, 2021), Hlm. 24-25

1) Tauhid/Kesatuan *(Unity)*

Tauhid merupakan kenyataan bahwa ia memberi umat manusia perspektif pasti yang berasal dari pengertian mendalam mengenai kesetimbangan illahi antara Tuhan dan manusia. Dengan prinsip tauhid ini, Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Berdasarkan prinsip ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan tiga hal antara lain:

a) Diskriminasi antara pekerja, penjual, pembeli mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama.
b) Terpaksa atau dipaksa melakukan praktik-praktik mal bisnis karena hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Karena itu, sikap ini akan terefleksi dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya.
c) Menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah.

2) Kesetimbangan *(Equilibrium)*

Jika kesatuan merupakan dimensi vertikal Islam, maka kesetimbangan (al-‘Adl) merupakan dimensi horizontal Islam. Prinsip kesetimbangan akan membina alam semesta dalam kehidupan yang harmonis dan menghasilkan tatanan sosial yang baik. Prinsip kesetimbangan dan keadilan dalam bisnis dengan tegas diperjelas dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar

pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula.

3) Kehendak Bebas *(Free Will)*

Manusia dianugerahi kehendak bebas (free will) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati atau mengingkari. Seorang muslim yang percaya pada kehendak Allah, akan memuliakan semua janji yang dibuatnya. Ia merupakan bagian kolektif dari masyarakat dan mengakui bahwa Allah meliputi kehidupan individual dan sosial.

4) Pertanggungjawaban *(Responsibility)*

Prinsip pertanggungjawaban merupakan konsekuensi logis dari adanya prinsip kehendak bebas. Karena manusia itu bebas, maka ia bertanggung jawab atas apa yang diperbuatnya.

B. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti mengamati dan mencermati hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa orang sebagai berikut:

Tabel 1.4.

Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mihani, Thomas Robert Hutauruk (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dapur Etam Sejahtera Samarinda Dalam Meningkatkan Penjualan	Terdapat delapan strategi yang tepat sebagai upaya pengembangan usaha Dapur Etam Sejahtera Samarinda. Dari delapan strategi yang prioritas yang harus dilaksanakan usaha Dapur Etam Sejahtera adalah mempertahankan kualitas produk (8,29), memaksimalkan kapasitas produksi (8,13), dan selalu meningkatkan daya saing penjualan (8,01).	Sama-sama membahas tentang Strategi pengembangan usaha	Penelitian sebelumnya membahas usaha makanan Sedangkan Penelitian ini membahas tentang usaha minuman.
2.	Riyanthi Idayu, Mohamad Husni, Suhandic	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Permasalahan yang dihadapi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menegah yang ada di Desa Nembol Kecamatan	Sama-sama membahas mengenai Strategi pengemban	Penelitian sebelumnya membahas untuk meningkatkan perekonomian

	(2021)	(UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten	Mandalawangi Kabupaten Pandeglang antara lain aspek Permodalan, Produksi, Teknologi, Pemasaran, SDM, Birokrasi, Sarana dan Prasaran, serta Sosial dan Ekonomi. Selain itu strategi yang tepat dilakukan dalam upaya pengembangan UMKM di Desa Nembol adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO (Growth) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya.	gan usaha	UMKM Sedangkan Penelitian ini membahas pendapatan masyarakat
3.	Ahmad Zanur Rozikin, Dwi Setya Nugrahaini (2023)	Strategi Pengembangan Usaha Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Kijen Star Reog Ponorogo	Strategi pengembangan usaha pabrik pakan kelinci Kijen Star Reog Ponorogo yang sudah diterapkan dengan baik adalah strategi integrasi atau penyatuan dan strategi sinergisme. Usaha tersebut sudah bekerjasama dengan pihak pihak terkait dengan tujuan menunjang kesuksesan bersama. Selain itu strategi mengembangkan pasar dari sisi produknya dan mengembangkan pasar dari sisi penjualannya belum sempurna dan baik.	Sama-sama membahas mengenai Strategi pengembangan usaha dan menggunakan Analisis SWOT	Penelitian sebelumnya membahas usaha pakan kelinci Sedangkan penelitian ini membahas usaha air galon rebus

4.	Komang Ayu Ratna Dewi, Setiawan Mandala Putra, Juliana Kadang (2023)	Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Usaha Ayam Geprek D&A	Analisis SWOT usah Ayam Geprek D&A menggunakan strategi Agresif di mana strategi ini merupakan strategi yang mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar.	Sama-sama membahas mengenai Strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan dan dan menggunakan Analisis SWOT	Penelitian sebelumnya membahas tentang Strategi pengembangan usaha Ayam Geprek sedangkan penelitian ini membahas tentang Strategi pengembangan usaha air galon rebus

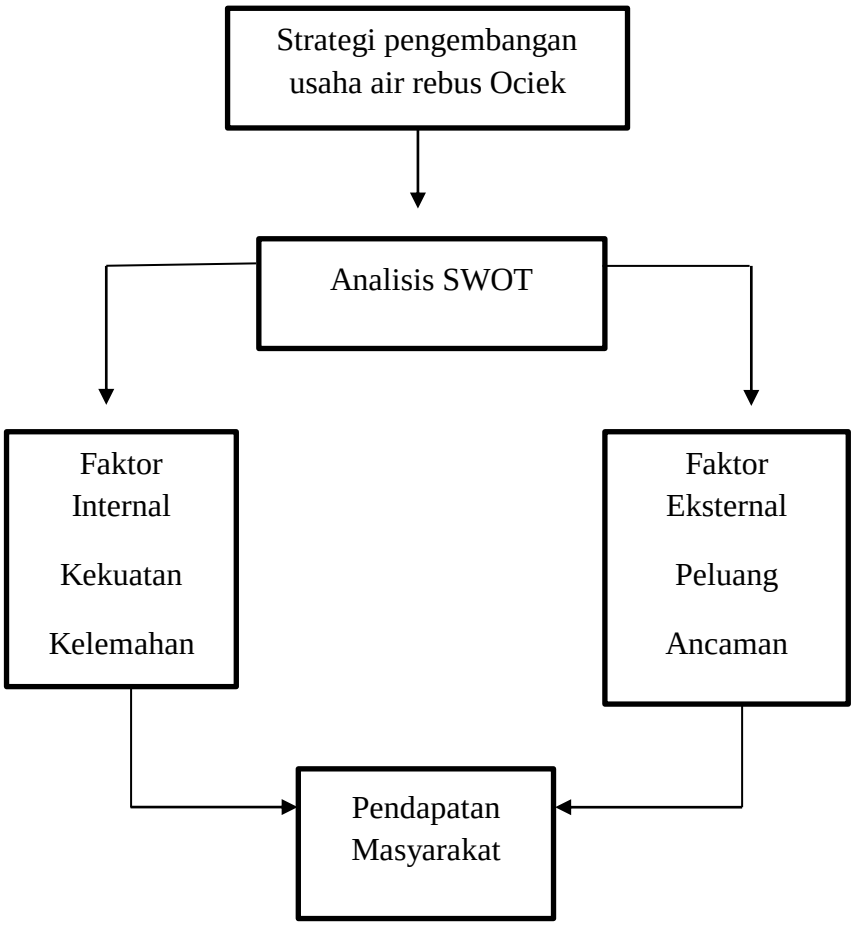
Sumber: Penelitian Terdahulu Yang Telah Diolah

Berdasarkan pada penelitian diatas terdapat perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan, dimana letak perbedaannya adalah pada objek peneliti, lokasi penelitian, tujuan penelitian, dan data dari masing masing objek peneliti tersebut. Dan persamaannya adalah sama sama membahas tentang Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan atau Perekonomian Masyarakat.

C. Kerangka Pemikiran

Penentuan strategi pengembangan usaha air rebus ociek dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT, dengan menentukan faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan usaha air rebus ociek. Faktor internal meliputi: kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness). Faktor ekstenal meliputi: peluang (opportunities) dan tantangan (threats). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut ini.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Jenis penelitian ini dilakukan dengan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu.

Dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas, dan berakhir dengan suatu teori.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung dengan fokus pada usaha air galon rebus Ociek. Alasan Penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada usaha air galon rebus Ociek.
2. Sepengetahuan peneliti belum ada peneliti yang mengkaji tentang usaha air galon rebus.
3. Untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Strata Satu.

Waktu yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dilaksanakan sejakbulan Desember 2023 sampai April 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek dalama meningkatkan pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecematan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung) adalah data subjek yang diperoleh langsung dari informan.[34]

2) Sumber Data

a) Data Primer, sumber utama yang dijadikan bahan penelitian yaitu data lapangan yang diperoleh dari pemilik usaha air galon rebus Ociek.

b) Data Sekunder, yaitu data data yang diperoleh dari buku-buku, literatur, jurnal, yang berkaitan dengan penelitian atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara

[34] Sujerwani V Wiratama, *Metode Penelitian: Lengkap Praktisi Dan Mudah Di Pahami* (Jakarta: Gungung Agung, 2007).

langsung. Data ini mendukung pembahasan dan penelitian untuk beberapa sumber buku atau data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tentang Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek dalam meningkatkan pendapatan Masyarakat (Studi Kasus: Di Jorong Batu Ajung Kecematan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).[35]

3) Informan Penelitian

Informan penelitian meliputi tiga macam yaitu: pertama informan kunci adalah Mereka yang mengetahui dan memiliki Informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, kedua informan biasa adalah Mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi social yang di teliti dan ketiga adalah informan tambahan adalah Mereka yang dapat memberikan Informasi walaupun tidak langsung terlibat interaksi social yang sedang di teliti.

Pada Penelitian ini Informannya adalah sebagai berikut :

1) Pemilik Usaha Air Galon Rebus Ociek (Studi Kasus: Di Jorong Batu Ajung Kecematan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).
2) Pekerja Air Galon Rebus Ociek (Studi Kasus: Di Jorong Batu Ajung Kecematan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).
3) Masyarakat yang membeli air galon rebus Ociek (Studi Kasus: Di Jorong Batu Ajung Kecematan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).

[35] Yulianto.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1) Survei Pustaka

Yaitu memperoleh data yang ada hubungannya dengan permasalahan mengenai Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek dalam meningkatkan pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecematan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung) baik yang didapat dari buku-buku, jurna-jurnal, hasil seminar, skripsi-skripsi yang mempunyai korelasi terhadap penelitian ini.

2) Observasi

Teknik observasi merupakan cara untuk memperoleh data dengan mengamati perilaku-perilaku dari subjek peneliti. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dengan tujuan untuk mengamati Pemilik usaha air galon rebus Ociek, Masyarakat yang membeli air galon Rebus, dan proses produksi air galon rebus Ociek (Studi Kasus di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).

3) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data yang ada dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden untuk memperoleh informasi. Metode wawancara membutuhkan kemampuan yang kreatif

dalam mengembangkan bahan wawancara yang mampu mendorong informan bercerita bebas dan terbuka dari hasil wawancara yang subjektif. alam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pemilik usaha air galon rebus Ociek (Studi Kasus di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).[36]

4) Dokumentasi

Teknik dokumentasi yang dilakukan yaitu dengan cara menelaah segala aspek dokumentasi objek penelitian yang sudah ada maupun hasil dari wawancara dengan responden berupa dokumentasi foto-foto untuk mendukung ke akuratan data mengenai Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek dalam meningkatkan pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecematan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung).

5) Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah instrumen yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dimana SWOT ini secara jelas dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

[36] Sujerwani V Wiratama, *Metode Penelitian Lengkap Praktisi Dan Mudah Di Pahami* (Jakarta: Gungung Agung, 2007).

Unsur-unsur dalam analisis swot meliputi S (strength), W (weakness), O (opportunity), T (threat). Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T dan strategi S-T. Tahapan dalam Analisis SWOT:

a. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Menurut Rangkuti menyebutkan setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka strength dan weakness perusahaan. Tahapannya adalah :

1) Tentukan faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3) Berikan rating 1 sampai 4 untung masing-masing faktor yang menunjukan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

4) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan skor. Jumlahkan total score masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

b. External Factor Analysis Summary (EFAS)

Rangkuti menjelaskan sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal. Berikut ini adalah cara-cara penentuannya:

1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.

4) Kalikan masing-masing, bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
5) Jumlahkan semua score untuk mendapatkan total score perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.[37]

[37] Dewi Kurniasih, dkk, Teknik Analisa, (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm 81-83

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Batu Ajung

Sejarah Jorong Batu Ajung hampir sama dengan cerita Malin Kundang akan tetapi disini bercerita tentang Malin Bungsu. Asal nama Batu itu berasal dari Malin Bungsu dan kapalnya yang menjadi batu sehingga sering disebut batu kapa yaitu batu yang berbentuk kapal. Asal nama Ajung itu dari lokasi batu kapal Malin Bungsu yang terletak di bukit Tojung. Sehingga apabila kedua kata tersebut digabungkan akan menjadi Batu Ajung.[38]

Secara geografis untuk mencapai Jorong Batu Ajung dapat kita lihat dari batasan-batasan sebagai berikut:

a. Sebelah Utara, Jorong Batu Ajung berbatasan dengan Nagari Sijunjung dan Pematang Panjang.
b. Sebelah Selatan, berbatasan langsung dengan Nagari Lalan.
c. Selatan Timur, berbatasan dengan Nagari Latang dan Timbulun Kecamatan Tanjung Gadang.
d. Sebelah Barat, berbatasan dengan Nagari Mundam Sakti Kecamatan IV Nagari.

[38] Cerita turun-temurun masyarakat Batu Ajung.

2. Kependudukan Jorong Batu Ajung

Jumlah penduduk di Jorong Batu Ajung berdasarkan data terakhir tahun 2023 adalah 935 jiwa dan dapat dilihat berdasarkan kategori seperti tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Indikator	2023
1	Laki-laki	480 jiwa
2	Perempuan	455 jiwa
	Total	**935 jiwa**

Sumber : Kantor Jorong Batu Ajung

3. Kegiatan Masyarakat Jorong Batu Ajung

a. Bidang Agama

Dalam bahasa Arab "agama" adalah *ad-din*. Secara bahasa, *ad-din* artinya taat, tunduk, dan berserah diri. Adapun secara istilah agama adalah sesuatu yang dijadikan jalan oleh manusia dan diikuti (ditaati) baik berupa keyakinan, aturan, ibadah dan lain sebagainya.

Sarana yang dapat digunakan sebagai tempat untuk menambah ilmu pengetahuan tentang keagamaan sebagai penuntun hidup di dunia dan akhirat dapat diperoleh melalui lembaga pendidikan. Wadah pendidikan keagamaan yang terdapat di Jorong Batu Ajung adalah 1 Masjid dan 4 buah Surau. Anak-anak akan belajar mengaji

di surau. Disana anak-anak yang masih Iqra' mengaji setelah shalat ashar dan bagi anak-anak yang telah bisa baca Al-Qu'an mengaji selesai shalat Magrib.

Di Jorong Batu Ajung ada organisasi-organisasi keagamaan seperti remaja masjid, anggota yasinan dan majelis ta'lim. Organisasi-organisasi tersebut seperti yasinan selalu aktif turun ke rumah-rumah sekali dalam seminggu dan juga ketika ada kemalangan maupun tidak. Anggota yasinan ini pada umumnya lebih banyak kaum ibu-ibu dari pada bapak-bapak. Sedangkan remaja masjid tidak terlalu aktif di Jorong Batu Ajung.

b. Bidang Pendidikan

Pendidikan berasal dari kata "didik", lalu kata ini mendapatkan awalan "me" sehingga menjadi "mendidik", artinya memelihara dan memberi latihan. Dalam memelihara dan memberi latihan diperlukan adanya ajaran, tuntunan dan pimpinan mengenai akhlak dan kecerdasan pikiran.

Sarana Pendidikan di Jorong Batu Ajung mulai dari tingkat paling rendah yaitu tingkat Pendidikan Usia Dini (Paud), Taman Kanak-kanak (TK), dan Sekolah Dasar (SD).

c. Bidang Ekonomi

Kesejahteraan masyarakat tergantung pada tingkat ekonomi dan jenis mata pencarian masyarakat itu sendiri. Keadaan ekonomi masyarakat merupakan suatu fungsi yang paling dominan dalam

kehidupan sehari-hari yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sosial.

Pada umumnya, untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat Jorong Batu Ajung melakukan beberapa aktivitas kerja sesuai dengan kemampuan dan tingkat ekonomi mereka masing-masing. Sebagian besar mata pencarian masyarakat di Jorong Batu Ajung adalah sektor pertanian, yaitu dengan mengelola sawah-sawah yang dimiliki sendiri atau sawah orang lain yang dikerjakan oleh seseorang. Hampir semua masyarakat Jorong Batu Ajung memiliki lahan persawahan sendiri. Keluasan wilayah menjadi potensi untuk digunakan dalam bidang pemukiman, perkebunan, dan pesawahan.

Tidak hanya dalam mengelola sawah, di Jorong Batu Ajung terdapat juga pengelolaan lahan dalam bentuk perkebunan, seperti kebun sawit dan kebun karet. Tetapi meskipun demikian tetap saja kebutuhan sebagian masyarakat ada yang belum tercukupi atu melebihi kebutuhan ekonomi yang ada. Sehingga mereka harus menutupi kekurangan tersebut, baik itu dengan menjual sesuatu yang ada pada mereka kepada orang lain.

d. Sosial Kemasyarakatan

Dalam kehidupan bermasyarakat manusia membutuhkan kerjasama. Demikian pula halnya dengan masyarakat Jorong Batu Ajung yang juga membutuhkan kerja sama dalam berbagai kegiatan sosial yang dilakukan. Jiwa sosial dan kebersamaan dalam

masyarakat Jorong Batu Ajung bisa kita lihat antara satu individu dengan individu lainnya yang saling tolong menolong, baik dalam keadaan suka maupun duka. Semangat gotong royong yang dilaksanakan ketika acara adat, seperti ketika upacara perkawinan, dapat terlihat ketika dilaksanakan acara pesta perkawinan seperti kaum ibu-ibu mempersiapkannya dengan masak-masak makanan bersama, untuk acara setiap orang yang melaksanakan perkawinan di Jorong Batu Ajung.

B. Perkembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek

Usaha air galon adalah suatu usaha yang sangat menjanjikan bagi masyarakat termasuk usaha air galon rebus Ociek ini. Motivasi awal pemilik usaha untuk menjalankan usaha ini yaitu karena ingin memiliki usaha sendiri dan untuk menghindari tekanan dari pihak manapun. Usaha air galon rebus Ociek dimulai sejak tahun 2022 bulan Juli sampai sekarang (sekitar 2 tahun) dengan modal awal dari tabungan dan pinjaman pada Bank BRI. Pendapatan usaha air galon rebus Ociek ini menunjukkan rata-rata Rp 3.500.000 - Rp. 4.500.000 per bulannya.

Usaha air galon rebus Ociek ini mempunyai Visi dan Misi. Adapun Visi usaha ini yaitu menjadi penyedia air galon rebus dengan kualitas dan layanan yang baik serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Untuk mewujudkan visi tersebut, Misi dari usaha ini yaitu menyediakan produk air galon rebus dengan kualitas tinggi dengan mengutamakan

kebersihan, memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat dan ramah, serta mengupayakan pengantaran air galon rebus tepat waktu.

Selain itu, usaha air galon rebus Ociek ini berupaya untuk mengelola keuangan dengan sebaik mungkin dan bertanggung jawab. Adapun mengelola keuangan usaha ini dengan mencatat setiap pemasukan harian dan bulanan. Selanjutnya pengeluaran untuk kebutuhan produksi usaha air galon rebus Ociek ini dihitung sesuai dengan waktu pemakaian. Dengan hal ini dapat mengetahui berapa pemasukan dan pengeluaran setiap waktu.

Kendala dari usaha air galon rebus Ociek ini yaitu ada kompetisi dengan air galon biasa yang harganya lebih murah sehingga usaha ini memerlukan strategi agar lebih dapat bersaing. Strategi yang digunakan yaitu dengan menyediakan produk yang baik untuk kesehatan tubuh melalui air galon rebus. Adapun langkah-langkah proses pembuatan air galon rebus Ociek yaitu sebagai berikut:

1. Bahan dan Alat
   a. Bahan
      1) Air mentah
      2) Kayu bakar
   b. Alat
      1) Dandang besar
      2) Pipa
      3) Mesin sanyo/pompa air
      4) Mancis/korek api

5) Tungku

6) Sekop[39]

2. Proses Pembuatan Air Galon Rebus

a. Masukkan air dalam tanki ke dandang besar yang sudah diletakkan di atas tungku menggunakan pipa dan mesin sanyo/pompa air. Pastikan air tidak terlalu penuh di dalam dandang besar agar tidak melimpah waktu mendidih.

b. Atur kayu bakar di tungku dan nyalakan api. Pastikan api hidup dan gunakan kayu bakar yang kering agar tidak banyak asap.

c. Pastikan api selalu hidup dan tunggu sampai air mendidih tergantung besar kecilnya api sekitar 3-4 jam.

d. Buang bara api apabila sudah terlalu banyak. Apabila bara api terlalu banyak maka api tidak akan besar.

e. Setelah air mendidih singkirkan kayu bakar dan bara api. Kemudian diamkan air di dandang sekitar 2 jam sampai ngilukuku.

f. Setelah air di diamkan, masukkan air ke dalam ember besar menggunakan pipa dan mesin sanyo/pompa air.

g. Tunggu air sampai dingin dan siap dimasukkan ke dalam galon.

C. Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek

Strategi adalah suatu rencana untuk mencapai suatu tujuan. Strategi pengembangan usaha yaitu suatu cara atau langkah yang akan diambil oleh pemilik usaha dalam berupaya untuk mengembangkan usahanya dan untuk

[39] Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

menghasilkan keuntungan yang meningkat serta berusaha untuk mempertahankan usaha tetap berjalan.

Dari hasil penelitian dan wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Ance selaku pemilik usaha Air Galon Rebus Ociek, peneliti merangkum bahwa strategi pengembangan usaha yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah dengan memproduksi air galon rebus yang berkualitas sehingga aman untuk dikonsumsi, menjual air galon rebus Ociek sesuai dengan harga usaha yang telah ada tetapi yang berbeda lokasi sebagai patokan, tempat produksi air galon rebus Ociek disesuaikan dengan kebutuhan yang ada di samping dan dalam rumah, dan meningkatkan promosi penjualan untuk meningkatkan pendapatan. Usaha air galon rebus ini merupakan air yang dimasak menggunakan kayu bakar dan proses produksinya yang memakan waktu dalam perebusan. Hal ini bertujuan agar dapat bersaing dengan air galon biasa yang proses produksinya tidak terlalu lama.

Usaha air galon rebus Ociek menerapkan strategi 4P *(Product, Price, Place, dan Promotion)* dalam mengembangkan usahanya, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi *Product* (Produk)

   Setiap usaha yang ada termasuk usaha air galon rebus Ociek dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualannya perlu memastikan kualitas produk aman untuk pelanggan. Oleh karena itu, pemilik usaha air galon rebus Ociek sebelum memasukkan air kedalam galon dan

dijual kepada pelanggan setiap air yang sudah dimasak dan yang sudah didinginkan atau air panas ngilukuku akan dicoba terlebih dahulu apakah air berubah rasa atau berbau. Jika air tidak berubah rasa dan tidak berbau baru air akan dimasukkan kedalam galon dan siap untuk dijual. Strategi ini tidak akan menyebabkan pelanggan kecewa dengan kualitas rasa air rebus yang diberikan. Selain itu, Strategi ini berbeda dengan air galon biasa yang tidak ada proses pendinginan karena air galon biasa dingin.

Adapun cara produk air galon rebus dalam menarik pelanggan yaitu kualitas produk air galon rebus yang bersih dan tidak berbau sehingga banyak pelanggan yang tertarik, pemilik usaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sehingga pelanggan tetap bertahan dengan mengkonsumsi air galon rebus, serta pemilik usaha juga memberikan hadiah kepada pelanggan sesuai dengan kupon pembelian.[40]

2. Strategi *Price* (Harga)

Strategi harga sangat penting dalam setiap kelancaran usaha yang dijalankan. Pemilik usaha air galon rebus Ociek ini menentukan harga jual produk berpatokan kepada usaha air galon rebus yang sudah ada tetapi berbeda lokasi yaitu dengan harga Rp 6.000 per galon dan menyesuaikan dengan tenaga serta waktu produksi perebusan air. Air galon rebus emang lebih mahal Rp 1.000 dari galon biasa yang

[40] Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

harganya Rp 5.000. Akan tetapi harga Rp 6.000 ini sesuai dengan proses produksi air galon rebus yang memakan waktu lama. Strategi harga Rp 6.000 ini tetap dapat bersaing dengan harga air galon biasa.

Dengan harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha air galon, adanya komplen dari pelanggan karena air galon rebus Ociek lebih mahal dari pada air galon biasa yang menjual lima ribu per galon. Sehingga pemilik usaha lebih pandai menarik simpati dari pelanggan atau bermulut manis.[41]

3. Strategi *Place* (Tempat)

Dalam menyiapkan tempat produksi usaha, usaha air galon rebus Ociek menentukan tempat strategis yaitu tempat yang ada di samping rumah untuk proses perebusan air dengan dibuat dapur untuk pemasakan air menggunakan 2 buah dandang besar, tempat penyimpanan bahan baku seperti kayu bakar disisi sebelah kiri dapur dan air bersih yang akan direbus disisi sebelah kanan menggunakan tangki besar 2 buah, tempat yang ada didalam rumah untuk penyimpanan air yang dimasak menggunakan 4 buah ember besar, tempat pembersihan galon menggunakan selang air dan air yang sudah dimasukkan kedalam galon.

Adapun dalam menjaga kebersihan tempat produksi air galon rebus Ociek dilakukan setiap hari yaitu pagi hari sebelum memulai proses

[41] Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

perebusan air. Selain itu, bara api yang dihasilkan dari proses perebusan air akan dibersihkan setelah air sudah mendidih.

4. Strategi *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan dengan tujuan untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada masyarakat dengan tujuan menarik calon pelanggan untuk membeli atau mengkonsumsinya produk yang dimiliki. Strategi promosi air galon rebus Ociek ini dilakukan setiap hari melalui status WhatsApp karena semua nomor telepon pelanggan disimpan pemilik usaha. Hal ini dilakukan untuk memberitahukan kepada pelanggan jam berapa bisa pengantaran air kerumah, sampai jam berapa bisa mengantarkan air, dan memberitahukan kepada pelanggan air yang dingin masih ada atau tidak.

Selain itu, dalam mempromosikan produknya pemilik Usaha air galon rebus Ociek memilih beberapa alternartif berikut:

a) Sistem *door to door* yakni sistem promosi langsung bertatap muka yang dilakukan pemilik usaha dengan calon pelanggan.
b) Sistem media sosial yaitu promosi yang dilakukan menggunakan aplikasi *Facebook* dan *WhatsApp.*
c) Sistem mulut ke mulut *(mouth to mouth)* yakni sistem promosi dengan mengandalkan pelanggan tetap untuk memberitahukan kepada pelanggan baru tentang produk air galon rebus Ociek.

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan tersebut berhasil dalam menarik pelanggan dimana dapat dilihat dari proses perebusan air sampai 3 kali atau 4 kali perebusan dalam sehari. Waktu perebusan air tergantung besar kecilnya api sekitar 3-4 jam.[42]

D. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Air Galon Rebus Ociek Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat

1. Rekapitulasi Faktor Internal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal usaha Air Galon Rebus Ociek yaitu faktor internal yang terdiri dari kekuatan *(Strength)* dan kelemahan *(Weakness).*

a. Kekuatan *(Strength)*

Tabel 4.2

Faktor Lingkungan Internal Kekuatan

S1	Air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh
S2	Pemanfaatan teknologi dengan baik
S3	Pemesanan melalui Handphone

Kekuatan *(Strength)* adalah kondisi internal yang menunjang suatu usaha dalam mencapai tujuan yang diinginkan dan mampu untuk bersaing. Adapun kekuatan yang dimiliki usaha ini antara lain:

[42] Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

1) Air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh.

Hal ini menjadi salah satu kekuatan dari usaha air galon rebus Ociek karena proses perebusan sampai mendidih dapat membunuh kuman dan mikroorganisme yang berbahaya bagi tubuh. Selain itu air rebus juga dapat menjaga pencernaan. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance selaku pemilik usaha menyatakan bahwa:

> *"Air rebus dapat membunuh kuman sehingga aman untuk diminum dan mengurangi resiko penyakit"*[43]

Kemudian sesuai dengan pernyataan Ibu Rita selaku pelanggan mengatakan bahwa:

> *"Air rebus lebih enak diminum dan dapat membantu meningkatkan daya cerna yang tidak lancer"* [44]

2) Pemanfaatan teknologi dengan baik.

Dengan memanfaatkan teknologi sebaik mungkin dapat meringankan proses produksi air galon rebus dan menghemat waktu walaupun penggunaan teknologi tidak secara menyeluruh. Pemanfaatan teknologi ini berupa mesin pompa air Sanyo yang dapat memudahkan pemilik usaha dalam proses pemindahan air. Proses pemindahan air ini berupa air dari tangki ke dalam dandang untuk direbus, air sudah direbus dari dandang kedalam ember, dan air dari ember ke dalam galon.

[43] Hasil wawancara dengan bapak Ance pada 28 Maret 2024

[44] Hasil wawancara dengan Ibu Rita pelanggan air galon rebus Ociek pada tanggal 28 Maret 2024

Hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance selaku pemilik usaha mengatakan bahwa:

> *"Dengan menggunakan mesin sanyo ini memudahkan saya dalam proses perkejaan dan mengurangi resiko terkena air panas"* [45]

3) Pemesanan melalui Handphone.

Hal ini merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha kepada pelanggan. Selain itu, hal ini dapat memudahkan pelanggan yang membeli air galon rebus tanpa perlu membeli sendiri ke lokasi akan tetapi pada waktu tertentu pemilik usaha akan berkeliling. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan Ibu Wiwi selaku pelanggan mengatakan bahwa:

> *"Saya memesan air galon rebus ini menggunakan telepon biasa, kadang-kadang menggunakan pesan WhatsApp dan tidak perlu datang ke lokasi"* [46]

Kemudian hal ini sesuai hasil wawancara dengan Ibu Rita selaku pelanggan mengatakan bahwa:

> *"Saya kadang-kadang tidak memesan air galon rebus menggunakan Handphone karena mereka setiap hari keliling dan tinggal di panggil saja"* [47]

Adapun cara mempertahankan kekuatan yang dimiliki oleh usaha air galon rebus Ociek ini yaitu hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha mengatakan bahwa:

---

[45] Hasil wawancara dengan bapak Ance pada tanggal 28 Maret 2024

[46] Hasil wawancara dengan Ibu Wiwi pelanggan air galon rebus Ociek pada tanggal 28 Maret 2024

[47] Hasil wawancara dengan Ibu Rita pelanggan air galon rebus Ociek pada tanggal 28 Maret 2024

"Dengan cara lebih teliti, cermat, dan berhati-hati agar tidak terjadi kesalahan dalam proses perebusan, pemanfaatan teknologi, dan pengantaran air galon rebus Ociek kerumah-ruma"[48]

b. Kelemahan *(Weakness)*

Tabel 4.3

Faktor Lingkungan Internal Kelemahan

W1	Bahan baku yang kurang optimal
W2	Proses pendinginan yang lama
W3	Keterbatasan modal usaha

Kelemahan *(Weakness)* adalah kekurangan atau kelemahan dari strategi pengembangan yang dilakukan oleh usaha air galon rebus Ociek, adapun kelemahan pengembangan yang diterapkan oleh usaha air galon rebus Ociek, antara lain:

1) Bahan baku yang kurang optimal.

Hai ini menjadi salah satu kelemahan dari usaha air galon rebus Ociek. Bahan baku yang kurang optimal seperti kualitas air yang tidak jernih akan mempengaruhi rasa air galon rebus. Dengan demikian memerlukan air jernih dengan membeli kepada pemasok air sehingga rasa air galon rebus tidak berubah. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance selaku pemilik usaha mengatakan bahwa:

"Air selang kami masuk setiap hari, bak air dikamar mandi selalu melimpah akan tetapi tidak cocok untuk direbus

[48] Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

karena airnya tidak jernih atau keruh. Jadi kami membeli air bersih dan jernih untuh direbus. Selain itu sekarang ini musim hujan, air hujan kami coba tampung dan rebus tetapi rasanya airnya berbeda dan tidak bisa untuk dijual" [49]

2) Proses pendinginan yang lama.

Hal ini terjadi karena air yang sudah mendidih sebelum dimasukkan ke dalam ember didiamkan terlebih dahulu diatas tungku sekitar 2 jam agar lebih mudah dimasukkan menggunakan mesin sanyo. Selanjutnya proses pendinginan air yang didalam ember besar masih dilakukan secara manual yaitu didiamkan dan ditunggu sampai dingin. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance selaku pemilik usaha mengatakan bahwa:

"Air yang sudah mendidih didiamkan diatas tungku sekitar 2 jam sampai ngilukuku baru dimasukkan ke dalam ember besar dan ditunggu dingin baru diisi kedalam gallon" [50]

3) Keterbatasan modal usaha.

Dalam setiap memulai usaha yang akan dijalankan pasti mengalami hal ini. Sebagian pemilik usaha akan bergantung kepada pinjaman sama halnya dilakukan oleh pemilik usaha air galon rebus Ociek ini. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance selaku pemilik usaha mengatakan bahwa:

"Saya dan istri memiliki rencana untuk membuka usaha sendiri akan tetapi tabungan kami tidak mencukupi. Oleh

[49] Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus 28 Maret 2024
[50] Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus 28 Maret 2024

sebab itu kami mengajukan pinjaman ke Bank untuk tambahan modal usaha" [51]

Adapun langkah/solusi untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki usaha air galon rebus Ociek yaitu hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha mengatakan bahwa:

"Bahan baku yang mulai sedikit akan di stok sejak awal, adanya cadangan persediaan air yang sudah di dinginkan sebelumnya,dan menggunakan keuntungan yang di dapat untuk membeli kebutuhan lainnya"[52]

2. Rekapitulasi Faktor Eksternal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor eksternal pengembangan usaha air galon rebus Ociek yaitu faktor eksternal yng terdiri dari peluang *(Opportunity)* dan ancaman *(Threats)* yang dihadapi usaha air galon rebus Ociek.

a. Peluang *(Opportunities)*

Tabel 4.4

Faktor Lingkungan Eksternal Peluang

O1	Permintaan air galon rebus Ociek meningkat
O2	Perluasan usaha
O3	Keuntungan yang meningkat

Peluang *(Opportunities)* adalah kondisi eksternal yang menunjang suatu usaha untuk mencapai tujuannya. Adapun peluang yang dimiliki usaha ini antara lain:

[51] Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus Ociek pada tanggal 28 Maret 2024

[52] Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

1) Permintaan air galon rebus Ociek meningkat.

Dapat terjadi karena air rebus dianggap lebih aman sebab proses perebusan yang dapat membunuh kuman dan mikroorganisme yang mungkin ada dalam air. Permintaan air galon rebus Ociek meningkat terjadi pada saat ada acara-acara tertentu seperti acara baralek, dll. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan pekerja air galon rebus Ociek menggunakan bahwa:

> *"Pada saat ada acara tertentu atau banyak perantau pulang kampung saya akan banyak mengantarkan air"* [53]

Kemudian hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus Ociek mengatakan bahwa:

> *"Kadang-kadang kami kehabisan air galon rebus yang sudah dingin karena banyaknya permintaan air galon rebus"*[54]

2) Perluasan usaha.

Salah satu upaya dalam mengembangkan usaha air galon rebus. Apabila permintaan air galon rebus Ociek semakin meningkat maka jumlah produksi air galon rebus juga akan ditingkatkan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha mengatakan bahwa:

> *"Dengan permintaan air semakin banyak maka jumlah produksi air galon rebus akan ditambah"* [55]

[53] Hasil wawancara dengan pekerja air galon rebus Ociek pada tanggal 29 Maret 2024
[54] Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus Ociek pada tanggal 29 Maret 2024
[55] Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha pada tanggal 29 Maret 2024

3) Keuntungan yang meningkat.

Dapat terjadi apabila permintaan air galon rebus Ociek semakin meningkat. Kemudian pengeluaran saat itu tidak banyak sehingga keuntungan meningkat. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha mengatakan bahwa:

> *"Keuntungan meningkat apabila permintaan air galon rebus banyak dan pengeluaran untuk proses produksinya sedikit"* [56]

Adapun langkah untuk mencapai peluang yang dimiliki usaha air galon rebus Ociek yaitu hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha mengatakan bahwa:

> *"Dengan menjalankan usaha sebaik baik mungkin dan berupaya untuk tidak mengecewakan pelanggan yang ada"*[57]

b. Ancaman *(Threats)*

Tabel 4.5

Faktor Lingkungan Eksternal Peluang

T1	Kelangkaan dimasa depan
T2	Memiliki resiko kecelakaan
T3	Adanya persaingan

Ancaman *(Threats)* adalah kondisi eksternal yang menghambat suatu usaha untuk mencapai perkembangannya. Adapun ancaman yang dihadapi usaha ini antara lain:

[56] Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha pada tanggal 29 Maret 2024
[57] Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

1) Kelangkaan dimasa depan.

Hal dapat terjadi apabila bahan baku yang dibutuhkan menjadi semakin terbatas. Hal ini dapat dilihat dengan kurangnya air jernih dan masyarakat banyak yang menebang pohon karet untuk beralih menanam pohon sawit sehingga menyebabkan kelangkaan kayu bakar. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan pekerja air galon rebus Ociek mengatakan bahwa:

> *"Untuk saat ini mencari kayu bakar mudah karena banyaknya pohon karet yang ditebang, akan tetapi tidak tau untuk kedepannya"*[58]

2) Memiliki resiko kecelakaan.

Setiap usaha mempunyai resiko kecelakaan, adapun dari usaha air galon rebus Ociek ini yaitu bisa menyebabkan luka bakar apabila terkena dengan air yang mendidih dan bara api yang panas. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus Ociek mengatakan bahwa:

> *"Resiko dari proses perebusan air ini bisa tertumpah air mendidih dan bisa terpijak dengan api sehingga harus berhati-hati"*[59]

3) Adanya persaingan.

Setiap usaha yang dijalankan akan pasti memiliki persaingan yang memang tidak bisa dihindari karena usaha air galon yang menjanjikan. Salah satunya persaingan dengan air

[58] Hasil wawancara dengan pekerja air galon rebus Ociek pada tanggal 29 Maret 2024

[59] Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus Ociek pada tanggal 29 Maret 2024

galon biasa. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Rita pelanggan air galon rebus Ociek mengatakan bahwa:

> *"Sebelum mengkonsumsi air galon rebus, saya mengkonsumsi air galon biasa"* [60]

Kemudian hal ini sesuai hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus Ociek mengatakan bahwa:

> *"Ada pelanggan yang membeli air galon selang seling dalam seminggu kadang-kadang air galon rebus baru air galon biasa"* [61]

Adapun cara mengatasi ancaman yang dimiliki usaha air galon rebus Ociek yaitu hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha mengatakan bahwa:

> *"Dengan tidak boros dalam penggunaan bahan baku, berhati-hati dalam melakukan proses perebusan air, dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan"*[62]

Tabel 4.6

IFAS *(Internal Factors Analysis Summary)* Usaha Air Galon Rebus Ociek di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung

Faktor Strategi Internal	Bobot	Peringkat	Total
Kekuatan			
1. Air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh	0.41	4	1.64
2. Pemanfaatan teknologi dengan baik	0.32	4	1.28
3. Pemesanan melalui Handphone	0.27	3	0.81
Kelemahan			
1. Bahan baku yang kurang optimal	0.41	3	1.23
2. Proses pendinginan yang lama	0.31	2	0.62
3. Keterbatasan modal usaha	0.28	2	0.56
Total			**6.14**

Sumber: Data diolah, 2024

[60] Hasil wawancara dengan Ibu Rita pelanggan air galon rebus Ociek pada tanggal 29 Maret 2024

[61] Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus Ociek pada tanggal 29 Maret 2024

[62] Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

Berdasarkan hasil Analisis pada tabel 4.6 tentang IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor yaitu 6.14. Total skor ini diatas 2.5, yang menunjukkan bahwa posisi internal usaha air galon rebus Ociek adalah cukup kuat. Skor kekuatan sebesar 3.73 lebih tinggi dibandingkan dengan skor kelemahan yang sebesar 2.41, yang berarti bahwa kekuatan internal usaha air galon rebus Ociek lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha tersebut memiliki fondasi internal yang stabil untuk mendukung strategi dan operasionalnya.

Tabel 4.7

EFAS *(Eksternal Factors Analysis Summary)* Usaha Air Galon Rebus Ociek di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Peringkat	Total
Peluang			
1. Permintaan air galon rebus Ociek meningkat	0.4	3	1.2
2. Perluasan usaha	0.27	4	1.08
3. Keuntungan yang meningkat	0.33	4	1.32
Ancaman			
1. Kelangkaan dimasa depan	0.34	2	0.68
2. Memiliki resiko kecelakaan	0.34	3	1.02
3. Adanya persaingan	0.32	3	0.96
Total			**6.26**

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.7 tentang EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor yaitu 6.26. Skor peluang sebesar 3.6 dibandingkan dengan skor ancaman yang sebesar 2.66. Hal ini menunjukkan bahwa usaha air galon rebus Ociek berada dalam lingkungan eksternal yang relatif menguntungkan, dimana peluang yang tersedia lebih berarti dari pada ancaman yang dihadapi. Dengan demikian, usaha air galon rebus Ociek ini dapat lebih fokus dalam memanfaatkan peluang eksternal yang ada untuk mendukung perkembangannya, sembari tetap waspada dan mengelola ancaman yang mungkin timbul.

Berdasarkan tabel 4.6 tentang IFAS dan tabel 4.7 tentang EFAS lebih besar nilai EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) yaitu sebesar 6.26 dibandingkan dengan nilai IFAS (Internal Factor Analysis Summary) yaitu sebesar 6.14. Dapat kita simpulkan bahwa faktor eksternal usaha air galon rebus Ociek lebih dominan dari pada faktor internal. Sehingga hal ini menunjukkan usaha air galon rebus Ociek merespon peluang yang ada dengan baik dan memanfaatkan peluang dari pada ancaman. Selain itu, dengan memanfaatkan peluang yang ada dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki usaha air galon rebus Ociek.

Tabel 4.8

Analisis SWOT Usaha Air Galon Rebus Ociek di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung

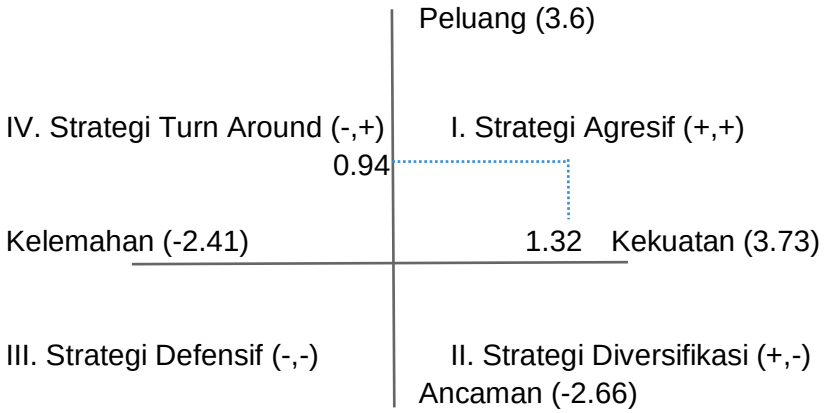
IFAS	6.14	EFAS	6.26
Total Skor Kekuatan (S)	3.73	Total Skor Peluang (O)	3.6
Total Skor Kelemahan (W)	2.41	Total Skor Ancaman (T)	2.66
X=S-W	1.32	Y=O-T	0.94

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan di atas bisa dikatakan bahwa usaha air galon rebus Ociek ini memiliki kekuatan yang baik. Berdasarkan perhitungan IFAS pada tabel 4.8 di atas, Usaha air galon rebus Ociek ini mempunyai kekuatan dengan skor 3.73. Kelemahan Usaha air galon rebus Ociek ini dengan skor 2.41, skor ini cukup besar untuk kategori kelemahan. Selisih kekuatan dan kelemahan ini lumayan besar, yaitu sebesar 1.32. Hal ini dapat dijadikan acuan bagi usaha air galon rebus Ociek dalam menetapkan kebijakan-kebijakan baru sehingga kekuatan yang dimiliki dapat dimanfaatkan dengan baik dan kelemahan yang dimiliki dapat diminimalisir.

Pada analisis EFAS Usaha air galon rebus Ociek ini mempunyai skor peluang 3.6 berbeda tipis dengan skor kekuatan pada IFAS. Dan ancaman yang mempunyai skor 2.66 lebih besar dari skor kelemahan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha harus berupaya untuk mengatasi ancaman yang ada dan memanfaatkan peluang ada dengan kekuatan yang dimiliki oleh usaha tersebut.

Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT Usaha Air Galon Rebus



Dari hasil analisis diagram diatas dapat kita lihat bahwa usaha air galon rebus Ociek berada pada kuadaran I *(Agresif/growth)* yang dibuktikan dengan hasil analisis faktor internal dan eksternalnya. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa Usaha air galon rebus Ociek memiliki kekuatan yang baik dan memanfaatkan peluang yang ada sehingga berorientasi pada pertumbuhan dan perkembangan usaha air galon rebus Ociek itu sendiri. Pada kuadaran 1 bermakna mendukung strategi yang berorientasi pada pertumbuhan yang agresif *(Growth Oriented Strategy).*

Untuk lebih memudahkan menganalisa SWOT maka digunakan matriks berupa tabel yang digunakan perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman serta kombinasi dimana kekutan bertemu dengan peluang adalah keadaan yang paling positif, dan kombinasi kelemahan dan

ancaman adalah keadaan yang paling negatif dan harus dihindari, yang dapat dimasukkan ke dalam matriks sebagai berikut.

Tabel 4.9 Analisis Matriks SWOT

IFAS / EFAS	*STRENGTHS (S)*	*WEAKNESS (W)*
	1. Air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh 2. Pemanfaatan teknologi dengan baik 3. Pemesanan melalui Handphone	1. Bahan baku yang kurang optimal 2. Proses pendinginan yang lama 3. Keterbatasan modal usaha
OPPORTUNITY (O) 1. Permintaan air galon rebus meningkat 2. Perluasan usaha 3. Keuntungan yang meningkat	STRATEGI SO 1. Dengan manfaat Air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh dapat menyebabkan permintaan air galon rebus mengalami peningkatan. 2. Dengan memanfaatkan teknologi dengan baik dapat menjadi peluang perluasan usaha. 3. Menggunakan Handphone sebagai media Pemesanan akan memudahkan pelanggan sehingga menyebabkan keuntungan yang diperoleh meningkat.	STRATEGI WO 1. Mengupayakan memanfaatkan Bahan baku yang kurang optimal agar dapat mencukupi permintaan air galon rebus yang semakin meningkat. 2. Mencoba memanfaatkan teknologi agar proses pendinginan air tidak lama sehingga dapat mendukung perluasan usaha. 3. Mencoba memanfaatkan modal yang terbatas sebaik mungkin agar usaha dapat meningkatkan keuntungannya.
THREATS (T) 1. Kelangkaan	STRATEGI ST 1. Meningkatkan	STRATEGI WT 1. Mengupayakan

dimasa depan 2. Memiliki resiko kecelakaan 3. Adanya persaingan	Pemanfaatan teknologi dengan baik dapat meminimalisir terjadinya resiko kecelakaan. 2. Dengan mengembangkan pemesanan melalui Handphone akan mudah untuk menjalankan persaingan.	agar Bahan baku yang kurang optimal tidak akan menyebabkan terjadinya kelangkaan dimasa depan. 2. Dengan meningkatkan modal yang terbatas akan dapat menghambat terjadinya persaingan.

Matriks SWOT pada tabel 4.9 di atas, dihasilkan empat alternatif strategis yang dapat diambil oleh pemilik atau pengelola usaha air galon rebus Ociek dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, yaitu sebagai berikut:

a. Strategi SO *(Strengths - Opportunity)*

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *(Strengths)* dan faktor eksternal *(Opportunity),* strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh peluang yang ada untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Strategi SO yang ditempuh oleh usaha air galon rebus Ociek yaitu:

1) Air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh dapat menyebabkan permintaan air galon rebus mengalami peningkatan.
2) Dengan memanfaatkan teknologi dengan baik dapat menjadi peluang perluasan usaha.

3) Menggunakan Handphone sebagai media Pemesanan akan memudahkan pelanggan sehingga menyebabkan keuntungan yang diperoleh meningkat.

b. Strategi ST *(Strength - Threats)*

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *(Strength)* danfaktor eksternal *(Threats)*, strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh usaha air galon rebus Ociek yaitu:

1) Meningkatkan Pemanfaatan teknologi dengan baik dapat meminimalisir terjadinya resiko kecelakaan.
2) Dengan mengembangkan pemesanan melalui Handphone akan mudah untuk menjalankan persaingan.

c. Strategi WO *(Weakness - Opportunity)*

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *(Weakness)* dan faktor eksternal *(Opportunity)*, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh usaha. Strategi WO yang ditempuh usaha air galon rebus Ociek yaitu:

1) Mengupayakan memanfaatkan Bahan baku yang kurang optimal agar dapat mencukupi permintaan air galon rebus yang semakin meningkat.
2) Mencoba memanfaatkan teknologi agar proses pendinginan air tidak lama sehingga dapat mendukung perluasan usaha.

3) Mencoba memanfaatkan modal yang terbatas sebaik mungkin agar usaha dapat meningkatkan.

d. Strategi WT *(Weakness - Threats)*

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *(Weakness)* dan faktor eksternal *(Threats)*, strategi ini berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WT yang ditempuh usaha air galon rebus Ociek yaitu:

1) Mengupayakan agar Bahan baku yang kurang optimal tidak akan menyebabkan terjadinya kelangkaan dimasa depan.
2) Dengan meningkatkan modal yang terbatas akan dapat menghambat terjadinya persaingan.

Dari empat alternatif strategi diatas, strategi yang paling optimal dan baik digunakan oleh pemilik usaha air galon rebus Ociek yaitu strategi SO *(Strengths - Opportunity)* karena memanfaatkan peluang yang ada untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Strategi ini dapat menyebabkan usaha air galon rebus Ociek tetap tumbuh dan berkembang karena memanfaatkan sumber daya yang ada secara efisien dan efektif sehingga dapat meningkatkan keuntungan usaha tersebut. Selain itu, dengan memanfaatkan peluang untuk memaksimalkan kekuatan, usaha air galon rebus Ociek dapat memperkuat posisinya dan dapat bertahan dari adanya persaingan. Selanjutnya usaha air galon rebus Ociek juga sangat penting

untuk melakukan evaluasi secara rutin karena faktor internal dan faktor eksternal usaha air galon rebus Ociek dapat berubah seiring waktu.

E. Analisis Penulis

Setelah dilakukan penelitian dengan cara mewawancarai pemilik usaha air galon rebus Ociek, diketahui hasil dari empat metode analisis SWOT bahwa usaha air galon rebus Ociek memiliki tiga kekuatan *(Strenghts)*, dan memiliki tiga kelemahan *(Weakness)* dari sisi internal. Serta memiliki tiga peluang *(opportunity)*, dan memiliki tiga ancaman *(Threats)* dari sisi eksternal. Dan setelah dimasukkan pada tabel IFAS diketahui bahwa sisi Internal pada posisi kekuatan usaha air galon rebus Ociek kuat, dan setelah dimasukkan pada tabel EFAS diketahui juga bahwa usaha air galon rebus Ociek merespon peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Pada diagram Analisis SWOT dilihat bahwa usaha air galon rebus Ociek berada pada kuadran I, dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Karena usaha memiliki kekuatan yang kuat sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Setelah dilakukan analisis matrik SWOT menunjukkan kinerja usaha dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Dan setelah merumuskan setiap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, kemudian dilakukan penyusunan faktor-faktor strategi usaha dengan matrik SWOT. Yaitu dengan menggandengkan kekuatan dengan peluang usaha (SO), dan kelemahan dengan peluang usaha (WO), dan kekuatan dengan ancaman

usaha (ST), dan peluang dan ancaman usaha (WT). Strategi Pengembangan yang efektif yaitu gandengan dari kekuatan dan peluang antara lain air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh dapat menyebabkan permintaan air galon rebus mengalami peningkatan, dengan memanfaatkan teknologi dengan baik dapat menjadi peluang perluasan usaha, dan menggunakan Handphone sebagai media pemesanan akan memudahkan pelanggan sehingga menyebabkan keuntungan yang diperoleh meningkat.

Dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha air galon rebus Ociek, strategi yang digunakan harus dapat membawa keberkahan dan keridhoan dari Allah SWT bagi pemilik usaha, pelanggan, dan pekerjanya. Untuk mencapai hal tersebut, strategi pengembangan usaha air galon rebus Ociek harus menghindari praktik-praktik yang dilarang dalam Islam seperti *maysir* (perjudian), *aniaya* (penindasan), *gharar* (ketidakpastian), dan *riba* (bunga).

Strategi pengembangan usaha air galon rebus Ociek yaitu dengan memperhatikan prinsip etika produksi yang merupakan bagian dari etika bisnis dalam Islam melalui penerapan prinsip-prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan pertanggungjawaban untuk memastikan kesuksesan dan keberlangsungan usaha air galon rebus Ociek. Prinsip tauhid menuntut setiap aktivitas usaha dilakukan dengan kesadaran bahwa Allah adalah satu-satunya pencipta dan pemelihara, sehingga pemilik usaha penting untuk memastikan kehalalan produknya dengan

menjaga seluruh proses produksi agar sesuai dengan syariat Islam, menggunakan peralatan yang bersih dan suci, serta pemilik usaha harus mengajukan sertifikasi halal ke lembaga resmi seperti MUI. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Selanjutnya pemilik usaha air galon rebus Ociek telah berupaya menjaga kebersihan dan kualitas produknya melalui prosedur sanitasi yang ketat dan pemeriksaan kualitas secara rutin, memastikan air bebas dari kontaminan dan memenuhi standar kesehatan yang tinggi sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 229:

وَمَن يَتَعَدَّ حُدُودَ ٱللَّهِ فَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلظَّٰلِمُونَ

Artinya: *Barangsiapa yang melanggar hukum-hukum Allah mereka itulah orang-orang yang zalim.*

Prinsip keseimbangan mengharuskan pemilik usaha menetapkan harga yang adil dan wajar agar produk dapat diakses oleh semua kalangan tanpa mengeksploitasi pelanggan, serta menerapkan praktik ramah lingkungan seperti penggunaan bahan daur ulang untuk kemasan galon dan pengolahan limbah yang baik untuk menjaga lingkungan.

Prinsip kehendak bebas memberi kebebasan kepada pemilik usaha untuk berinovasi dalam proses produksi dan distribusi, seperti dengan menerapkan teknologi terbaru untuk memastikan kualitas air yang terbaik dan efisiensi distribusi, namun tetap dalam sesuai dengan syariat.

Prinsip pertanggungjawaban menuntut kejujuran pemilik usaha dalam menjalankan usahanya seperti memberikan informasi mengenai produknya kepada pelanggan, perhatian terhadap kesejahteraan pekerja dengan

memberikan gaji yang adil dan lingkungan kerja yang baik, serta membangun hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat, termasuk memberikan kontribusi sosial seperti sedekah dan zakat sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Hadid ayat 7:

ءَامِنُوا۟ بِٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦ وَأَنفِقُوا۟ مِمَّا جَعَلَكُم مُّسْتَخْلَفِينَ فِيهِ ۖ فَٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ مِنكُمْ وَأَنفَقُوا۟ لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ

Artinya: *Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.*

Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika produksi dalam Islam ini, usaha air galon rebus Ociek akan menghasilkan produk usaha air galon rebus yang berkualitas dan halal, membangun reputasi sebagai usaha yang baik dan bertanggung jawab, dapat memperkuat posisi untuk bersaing di pasar serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk air galon rebus.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa Strategi Pengembangan Usaha air Galon Rebus Ociek Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Di Jorong Batu Ajung Kecamatan Lubuk Tarok Kabupaten Sijunjung) yaitu dengan memproduksi air galon rebus yang berkualitas sehingga aman untuk dikonsumsi, menjual air galon rebus Ociek sesuai dengan harga usaha yang telah ada tetapi yang berbeda lokasi sebagai patokan, tempat produksi air galon rebus Ociek disesuaikan dengan kebutuhan yang ada di samping dan dalam rumah, dan meningkatkan promosi penjualan untuk meningkatkan pendapatan.

Setelah dianalis dengan SWOT bahwa faktor internal kekuatan memiliki skor nilai lebih besar dibandingkan dengan skor nilai kelemahan. Sedangkan faktor eksternalnya mencakup peluang dan ancaman dengan skor nilai peluang lebih besar dari pada skor skor kelemahan. Sehingga dengan hal ini strategi pengembangan yang efektif yaitu gandengan dari kekuatan dan peluang antara lain air yang direbus baik untuk kesehatan tubuh dapat menyebabkan permintaan air galon rebus mengalami peningkatan, dengan memanfaatkan teknologi dengan baik dapat menjadi peluang perluasan usaha, dan menggunakan Handphone sebagai media pemesanan akan memudahkan pelanggan sehingga menyebabkan keuntungan yang diperoleh meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka penulis ingin memberikan saran kepada pemilik usaha air galon rebus Ociek antara lain:

1. Usaha air galon rebus Ociek hendaknya tetap mempertahankan kualitas air rebus dan terus mengikuti perkembangan pasar sehingga dapat terus bertahan dalam persaingan.
2. Usaha air galon rebus Ociek harus berupaya meningkatkan strategi promosinya sehingga dapat menaikkan minat masyarakat untuk membeli, meningkatkan permintaan terhadap air galon rebus ini dan meningkatkan penjualannya.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyadi, 'Bisnis Dalam Islam', *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5.1 (2023)

Badan Pusat Statistik, 'Badan Pusat Statistik'

'Badan Pusat Statistik'

Darussalam, Andi, 'Paradigma Bisnis Islam Prespektif Hadis', *Jurnal TAHDIS*, 6.1 (2019), 24

Gonibala, Nirfandi, 'Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Mobagu', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.1 (2019), 59

Hilfanisa, Gita, 'Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Pedagang Di Pasar Manggeng)', 2022

https://tafsirweb.com/10816-surat-al-hasyr-ayat-18.html, 'Surat Al-Hasyr Ayat 18'

Norvadewi, 'Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)', *Jurnal AL-TIJARY*, 01.01 (2015), 36

Noviarita, Heni, Ari Kurniyawati, Nur Wahyu Ningsih, and Weny Rosilawati, 'Analisis Tingkat Pendapatan Keluarga Dan Pelatihan Kewirausahaan Gender Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, VII.3 (2021), 1194

Nurhadiansyah, M. Toriq, Etika Bisnis Islam, Konsep dan Praktek (Yogyakarta: CV Cakrawala Media Pustaka, 2021), Hlm. 24-25

Nurjanah, and others, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang', *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 25.2 (2023), 343–44

Permenkes RI No 492/MENKES/PER/IV/2010, 'Persyaratan Kualiatas Air Minum'

Purwanggono, Jaka, *Konsep Dasar Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021)

Ritonga, Zuriani, 'Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)' (Yogyakarta: CV Budi Utoma, 2020), p. 42

Rokan, Mustofa Kamal, *Bisnis Ala Nabi* (Yogyakarta: Bunyan, 2013)

Tobing, Paul L, *Knowledge Management: Konsep, Arsitektur Dan Implementasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007)

Wiratama, Sujerwani V, *Metode Penelitian: Lengkap Praktisi Dan Mudah Di Pahami* (Jakarta: Gungung Agung, 2007)

Wawancara dengan pemilik usaha air galon biasa Siaf dan pemilik usaha air galon rebus Ance pada tanggal 15 Desember 2023

Wawancara dengan pemilik usaha air galon biasa Siaf dan pemilik usaha air galon rebus Ance pada tanggal 20 November 2023

Wawancara dengan Bapak Yadi dan Ibu Rita pada tanggal 29 Januari 2024

Wawancara dengan Bapak Ance Pemilik usaha air galon rebus pada tanggal 28 Januari 2024

Hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Bapak Ance pada 25 Maret 2024

Hasil wawancara dengan bapak Ance pada 28 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Ibu Rita pelanggan air galon rebus Ociek pada tanggal 28 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwi pelanggan air galon rebus Ociek pada tanggal 28 Maret 2024

Hasil wawancara dengan pekerja air galon rebus Ociek pada tanggal 29 Maret 2024

Hasil wawancara dengan bapak Ance pemilik usaha air galon rebus Ociek pada tanggal 29 Maret 2024

———, *Metode Penelitian Lengkap Praktisi Dan Mudah Di Pahami* (Jakarta: Gungung Agung, 2007)

Yatminiwati, Mimin, *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (Jawa Timur: Midya Gama Press, 2019)

Yulianto, Nur Ahmad Budi, *Metodologi Penelitian Binsis* (Malang: Polinema Press, 2018)

Zulkarnaini, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan Usaha Air Masak Isi Ulang Depot Arsyila Gampa Aceh Barat', *Journal of Management Science and Business Review*, 1.3 (2023), 58