ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KUE BUNDA DI BUKITTINGGI MENURUT SPERFEKTIF EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

RATNA SARI

NIM : 3214.157

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

TP 2017 M / 1438 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Ratna Sari, NIM 3214.157**, dengan judul **"Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Di Bukittinggi Menurut Sperfektif Ekonomi Islam"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang *Munaqasyah.*

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 14 Mei 2019

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Iiz Izmuddin, MA	**Sandra Dewi, SE, MM**
NIP.197503032001121007	**NIP.197307172014112002**

PERSEMBAHAN KU

“Dia memberikan hikmah (ilmu yang berguna)

Kepada siapa yang dikehendaki-Nya.

Barang siapa yang mendapat hikmah itu

Sesungguhnya ia telah mendapatkan kebajikan yang banyak.

Dan tiadalah yang menerima peringatan

Melainkan orang-orang yang berakal.”Q.S Al-Baqarah:269)

Tuhan...Bimbinglah aku kejalan kebenaranmu yaitu jalan yang lurus

Tuhan jangan Engkau sesatkan aku...

Dan beri aku kelapangan hati…

Untuk memberikan sesuatu yang terbaik menurut Wahyu-Mu

Amin Amin Amin Ya Rabbal ‘Alamin

“… kaki yang akan berlajan lebih jauh,

Tangan yang akan berbuat lebih banyak,

Mata yang akan menatap lebih lama,

Leher yang akan lebih sering melihat keatas,

Lapisan tekad yang seribu kali lebih keras dari baja,

Dan hati yang akan bekerja lebih keras,

Serta mulut yang akan selalu berdoa…”

Ungkapan hati sebagai rasa terimakasihku

Alhamdulillahirabbila’alamin…

Alhamdulillahirabbila’alamin…

Alhamdulillahirabbila’alamin…

Akhirnya saya sampai ketitik ini,

Sepercik keberhasilan yang engkau hadiahkan padaku

Ya Rabb Takhenti-hentinya aku mengucapkan Syukur pada-Mu ya Rabb

Serta shalawat dan salam kepada idol saya yakni nya

Rasulullah SAW dan para sahabat yang mulia

Semoga karya ini sebagai amal sholeh bagi saya

Dan menjadi kebanggaan bagi keluarga tercinta.

Dan saya persembahkan karya ini…

Untuk belahan jiwa saya bidadari surge

Yang tanpamu saya bukanlah siapa-siapa di dunia fana

Ibunda saya tersayang Syamsidar

Untuk pangeran yang tak berkuda

Meskipun begitu, kau bisa menjadikan saya laksana tuan puteri

Yang selalu engkau jaga orang yang selalu saya banggakan akan

Kehebatan jiwa dan raganya Ayahhanda saya tercinta M yusuf

Dan kepada kakak saya Risa Faatma Yusuf

Terimakasih tiada tara untuk support yang diberikan kepada adikmu ini

Kepada adik-adik saya Refita Sari, Risonro,Rani julita

Terimakasih tiada tara atas segala support

Yang telah diberikan selama ini dan semoga

Adik-adik saya yang tercinta dapat menggapai

Keberhasilan juga di kemudian harinya.

Dan kepada teman-teman seperjuangan khususnya

Rekan-rekan EI 2014 yang tidak bisa di sebutkan

Namanya satu persatu terimakasih untuk dukungan dan doanya

Serta terimakasih yang tiada tara saya ucapkan

Kepada Om Ong dan Ante Yeni yang sudah

Berperan sebagai orang tua angkat yang selalu support

Dan memotivasi sampai titik ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini membawa kebermanfaatan.

Jika hidup bisa saya cerikan di atas kertas

Entah berapa banyak yang dibutuhkan hanya

Untuk mengucapkan terima kasih.

Tak peduli berapa kali kau terjatuh dan gagal

Bangkit dan bangunlah

Raih kembali apa yang harusnya kau genggam.

Pujian dan buli adalah dua hal yang sama tapi berbeda

Karena keduanya bisa menjadi semangat untuk menjadi lebih baik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbill'alamin. Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah -Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Kemudian shalawat beriring salam, penulis ucapkan buat junjungan umat sedunia yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Tujuan dari penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana (S–I) Ekonomi islam dalam jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Adapun judul skripsi ini adalah *"Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Di Bukittinggi Menurut Sperfektif Ekonomi Islam"*.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya, khusus penulis sampaikan untuk Ibunda tercinta **Syamsidar** dan Ayahanda tercinta **M Yusuf** karena berkat doa beliau pagi, siang dan malam membuat penulis tidak pernah patah semangat untuk melaksanakan berbagai aktivitas terutama skripsi ini, semoga Allah SWT melindungi dan memberkati beliau.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain.oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa syukur kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih yang tak terhingga juga kepada :

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum**, selaku Rektor Institut Agama Islam

Negeri (IAIN).

2. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku DEKAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) serta Ibuk **Rini Elvira, SE, M.S.i** selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Islam, yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

3. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku pembimbing I dan Ibuk **Sandra Dewi, SE, MM** selaku pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak **Dr. Nofiardi, MA,g** selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.

5. Bapak / Ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.

6. Bapak /Ibu pegawai perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Rasa hormat, sembah sujud penulis ucapkan kepada Ibunda **Syamsidar** dan Ayahanda **M Yusuf** tercinta yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh kasih sayang dan cinta yang tulus dan selalu memberikan doa, dan dorongan kepada penulis baik secara materi dan spiritual.

8. Kakak tercinta **Risa Fatma Yusuf** dan Adik tersayang **Refita Sari**, **Risonro, Rani Julita** yang telah memberikan doa dan semangat kepada penulis hingga saat ini.

9. Pemilik Usaha Kue Bunda beserta karyawan yang telah meluangkan waktu dan membantu demi kelancaran penelitian,

terima kasih atas bantuannya.

10. Teman-teman EID angkatan 2014, dan yang telah memberikan semangat dan support kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Selanjutnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Doa dan harapan penulis kepada semua pihak yang memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas serta melimpahkan rahmat dan karunia-nya. Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, 14 Mei 2019

Penulis

Ratna Sari

Nim 3214. 157

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR ix

ABSTRAK x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 4

C. Batasan Masalah 4

D. Rumusan Masalah 5

E. Tujuan Penelitian 5

F. Manfaat Penelitian 5

G. Penjelasan Judul 6

H. Penelitian Terdahulu 7

I. Sistematika Penulisan 9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia

1. Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah 10

2. Kriteia Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) 12

3. Kreativitas dan Inovasi 13

B. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi 15

2. Tujuan Strategi 17

3. Tingkatan Strategi 18

4. Pengaruh Perubahan terhadap Strategi Menjalankan Bisnis 19

5. Strategi Berbasis Syariah 21

C. Pengemabngan Usaha

1. Pengertian Pengembangan Usaha 22

2. Konsep Pemberdayaan Usaha 22

3. Tahap-Tahap Pengembangan Usaha 23

D. Strategi Pengenbangan Bisnis Dalam Islam 25

E. Konsep Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam 34

2. Definisi Bisnis Dalam Islam 36

3. Tujuan Bisnis Dalam Syariah 38

4. Ajaran Islam Dalam Bersaing Secara Sehat Dalam Bisnis 42

5. Kelebihan Bisnis Syariah di Bandingkan Dengan Bisnis Kon-

Vensional 43

6. Konfigurasi Ekonomi Islam 44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 49

B. Lokasi Penelitian 49

C. Sumber Data

1. Data Primer 49

2. Data Sekunder 50

D. Informan 50

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara 50

2. Observasi 51

F. Teknis Analisis Data

1. Analisis SWOT 51

2. IFAS dan EFAS 54

3. Matrik SWOT 55

IV HASIL PENELITIAN

A. Profil atau Sejarah Usaha Kue Bunda 58

1. Struktur Organisasi Usaha Kue Bunda Bukittinggi 61

2. Visi dan Misi Usaha Kue Bunda 63

3. Tujuan Usaha Kue Bunda 64

4. Kendala Usaha Kue Bunda 64

5. Tantangan Usaha Kue Bunda 65

B. Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Bukittinggi

1. Analisis SWOT 65

2. Matrik IFAS dan EFAS 67

3. Matrik SWOT 77

4. Tabel Bobot Skor Usaha Kue Bunda 87

C. Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Sperfektif Ekonomi Islam 88

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 91

B. Saran

1. Saran Untuk Akademis 91

2. Saran Untuk Praktisi 92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTA RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kriteria UMKM 12

Tabel 4.2 Nama-Nama Cake & Bakery Usaha Kue Bunda 60

Tabel Analisis SWOT pada Usaha Kue Bunda 65

Tabel Hasil Matrik IFAS Usaha Kue Bunda 71

Table Hasil Matrik EFAS Usaha Kue Bunda 76

Table Matrik SWOT Usaha Kue Bunda 79

Table Bobot Skor Usaha Kue Bunda 88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengelolaan Sumber Daya dengan Landasan Holistik 37

Gambar 2.2 Konfigurasi Ekonomi Islam 45

Gambar 3.1 Matrik SWOT 56

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Kue Bunda 62

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Ratna Sari, NIM 3214.157. Skripsi ini berjudul "**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Di Bukittinggi Menurut Sperfektif Ekonomi Islam"**, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Tahun 2019. Atas Bimbingan Bpk **Dr. Iiz Izmuddin, MA** dan **Sandra Dewi, SE MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Kue Bunda, karena strategi pengembangan dalam setiap bisnis itu sangat penting demi kelangsungan usaha untuk dimasa yang akan datang.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara kelapangan yaitu mengunjungi, melakukan wawancara sekilas tentang Usaha Kue Bunda, serta menggunakan teknis analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT berupa IFAS (*Internal Strategic Factors Analiysis Summary*) dan EFAS (*External Strategic Factors Analiysis Summary*), setelah itu diformulasikan dalam bentuk matrik SWOT dan disempurnakan dengan total skor.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT yang digunakan adalah strategi S-O (Strenghts-Opportunities) dengan nilai skor 3.95 menggunakan kekuatan untuk meminimalkan ancaman yang ada yaitu : 1) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, 2) Menciptakan produk - produk baru yang disesuaikan dengan permintaan konsumen. 3) Mempertahankan cita rasa produk.

Kata kunci : Strategi Pengembangan Usaha, Prinsip Ekonomi Islam

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bukittinggi merupakan kota wisata yang semangkin maju dan berkembang pada saat ini. Banyak kalangan pribumi maupun dari luar kota berlomba-lomba mengembangkan usaha atau bisnis barang atau jasa.

Kata bisnis berasal dari kata dalam bahasa inggris 'business', yang berasal dari kata 'busy', yang berarti sibuk. Jadi bila melihat pola bahasanya, kata 'business' bisa diartikan sebagai kesibukan. Bisnis dalam arti luas adalah semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.[1]

Perkembangan ekonomi terus berkembang kearah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, dimana semangkin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Konsep persaingan terus berkembang dan berubah dengan memilih interior tempat dan fasilitas yang disediakan. Salah satu bisnis yang sedang berkembang adalah Cake & Bakery. Mengkonsumsi kue telah menjadi salah satu lifestyle bagi masyarakat. Cake & Bakery

[1]Paulus Sukardi dan Evi Thelia Sari*, Bisnis Internasional*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007) hal 1

memiliki konsumen yang Variatif. Dari semua kalangan kini banyak mendatangi Cake & Bakery untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap kue. Dimulai untuk dikonsumsi sehari-hari, kue ulang tahun,kue pernikahan dan sebagainya.

Banyaknya bisnis Cake & Bakery membuat terjadinya persaingan yang semangkin kuat di bidang usaha ini untuk merebut perhatian konsumen, dan minat beli konsumen. Konsumen tidak hanya menilai sebuah komonikasi dan kegiatan pemasaran yang memberikan sensasi yang menarik hati saja, tetapi lebih dari itu mereka mengiginkan suatu perniagaan yang sesuai selera, nyaman, tetap konsisten dan jujur dalam menciptakan rasa. Sebagaimana di jelaskan dalam hadist:

> *"Pedagang yang jujur dan dapat di percaya akan bersama dengan para Nabi, orang-orang yang benar dan orang-orang yang mati syahid kelak di hari kiamat"*.(HR.Ibnu Majah).[2]

Sesuai dengan apa yang di dapatkan konsumen. Dengan kata lain konsumen menginginkan suatu kepuasan yang dapat memberikan suatu pengalaman menarik, terkesan dan membuat mereka ingin kembali mengkonsumsi produk tersebut.

---

[2]Mokh Syaiful Bakhri dan Abdussalam, *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW* : Penerbit Erlangga , hal 35

Di kota Bukittinggi, usaha Cake & Bakery merupakan salah satu jenis UMKM yang terdapat beberapa UMKM berkembang di dalamnya. Beberapa usaha Cake & Bakery yang cukup terkenal di kota bukittinggi saat ini diantaranya Usaha Kue Bunda, Elna Cake & Bakery dan Rubys Cake. Selain itu juga terdapat berbagai macam usaha Cake & Bakery lain namun belum memiliki merek dagang dan tergolong lebih kecil jika di bandingkan dengan Usaha Kue Bunda , Elna Cake & Bakery dan Rubys Cake.

Usaha Kue Bunda bergerak pada bidang produksi, distribusi dan penjualan berbagai macam Cake & Bakery. Usaha Cake & Bakery ini berdiri pada tahun 2000 dan mulai mengalami perkembangan setiap tahunnya. Perkembangan Usaha Kue Bunda ini pada setiap tahunnya tidaklah berkembang dengan baik. Dengan berdirinya usaha kue lainya yang mampu bersaing dengan konsep usaha yang berbeda. Hal ini dapat terlihat dari berdirinya Work Shop Elna Cake & Bakery yang merupakan gabungan pabrik dan outlet yang sangat unik dengan kesan mewah dan menarik. Dengan adanya konsep Elna Cake & Bakery lebih menarik konsumen, dan sudah terbukti dengan adanya berbagai cabang Elna Cake & Bakery di Bukittinggi hingga kota lain seperti kota Payakumbuh, Batusangkar dan Padang.

Di kota bukittinggi terdapat usaha yang memiliki produk

sejenis dengan usaha ini, selain itu juga terdapat usaha rumahan yang menawarkan produk dengan harga murah. Berdasarkan pengamatan peneliti Usaha Kue Bunda & Bakery yang bermerek lainya. Untuk itu Usaha Kue Bunda harus mampu membuat suatu perubahan yang dapat mendorong dan meningkatkan nilai jual pada konsumen dengan menggunakan strategi pengenbangan bisnis.

Kerena perubahan nasib seseorang atau perusahaan sangat di tentukan oleh individu atau kaum itu sendiri. Firman Allah SWT:

...إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوۡمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُواْ مَا بِأَنفُسِهِمۡۗ وَإِذَآ أَرَادَ ٱللَّهُ بِقَوۡمٖ
سُوٓءٗا فَلَا مَرَدَّ لَهُۥۚ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِۦ مِن وَالٖ ١١

Artinya: *"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tidak ada yang dapat menolahnya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia."*[3]

Sehubung dengan hal yang di uraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Di Bukittinggi Menurut Sperfektif Ekonomi Islam"**

[3]Kamaludin, *Etika Manajemen Islam,* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2010) hal 32

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka dapat di kemukakan identifikasi masalah yaitu :“Terjadinya persaingan usaha setelah adanya usaha Cake & Bakery lain yang hadir dengan produk yang sama tapi dengan konsep usaha yang berbeda”.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas. maka penelitian ini dibatasi pada : ”Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Menurut Sperfektif Ekonomi Islam”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah yaitu: ”Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Ditinjau dari Sperfektif Ekonomi Islam”.

E. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan pada Usaha Kue Bunda Di Kota Bukittinggi, tujuan penelitian ini yaitu: “Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Menurut sperfektif ekonomi islam”.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat untuk perusahaan

Adapun manfaat penelitian bagi perusahaan adalah perusahaan dapat mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda sudah mendorong visi dan misinya.

2. Manfaat untuk penulis

Manfaat penelitian ini adalah unutk menambah ilmu pengetahuan tentang bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Menurut Sperfektif Ekonomi Islam dan juga nantinya berguna bagi penulis bila terjun dalam suatu usaha.

G. Penjelasan judul

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami makna yang dimaksud, penulis perlu menjelaskan istilah-istilah yang dipakai dalam pembahasan ini;

1. Analisis : Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan atau pembuatan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya sebab musabab, duduk perkaranya)[4]

2. Strategi : Strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan.[5]

---

[4]Dapartemen pendidikan dan kebudayaan republic indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta:balai pustaka,1990) hal 48

[5]Ahmadi, Candra *E-Busines & E-Commerce* / Candra Ahmadi dan Dadang

3. Pengembangan : Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, dan kemampuan pegawai pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintergrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.[6]

4. Usaha : Menurut kamus besar bahasa indonesia usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, fikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai suatu maksud.[7]

5. Ekonomi Islam : Ekonomi islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al

Hermawan-Yogyakarta: ANDI; hal 93

[6]Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta:PT Gramedia Widiasarana Indonesia 2002) hal 168

[7]Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,2005),Edisi ke-3, hal 1254

-Qur'an dan sunnah[8]

H. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat penelitian yang sedikit berkaitan dengan penelitian ini diantaranya : Penelitian yang dilakukan oleh Mira Nurmagribah (2006) dengan judul *Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Diana Bakery Kota Bekasi Jawa Barat)*. Kesimpulan dari penelitian ini strategi dari analisis SWOT diperoleh Sembilan alternatefe strategi untuk dijalankan yaitu penetrasi pasar, mempertahankan dan meningkatkan pelayanan untuk menjaga loyalitas promosi secara optimal, meningkatkan kapasitas produksi, mengadakan dan mengikuti pelatihan bagi pimpinan dan karyawan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas, meningkatkan kemampuas manajemen perusahaan untuk menambah daya saing, memperbaiki kemasan produk.

Rian Novati melakukan penelitian yang berjudul *"Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias"Life Fish" di Bogor"*. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam skripsi ini adalah "Bagaimana strategi pengembangan usaha budidaya ikan hias *"life fish" di Bogor?"*. Sedangkan yang menjadi kesimpulannya

[8]Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008) hal 19

adalah strategi yang ditempuh dalam pengembangan usaha budidaya ikan hias “life fish” di Bogor ini ialah dengan cara merumuskan visi dan misi usaha tersebut secara terperinci dan spesifik, meningkatkan kualitas produk ikan hias, menjalin suatu kerja sama dengan instansi lain, merancang suatu sistem manajemen yang terorganisir dan memanfaatkan fasilitas teknologi dalam menjalankan usaha serpeti melakukan aktivitas pemasaran melalui media internet untuk promosi dan transaksi sehingga dalam kegiatan opersionalnya akan lebih terarah.[9]

Hendri Purwadi melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Kerapu”. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam skripsi ini adalah “Bagaimana strategi pengembangan usaha budidaya ikan kerapu?.”adapun yang menjadi kesimpulannya adalah untuk mengembangkan usaha budidaya ikan kerapu, maka pemilihan lokasi menjadi sangat penting.dalam pembudidayaan ikan kerapu harus dipilih dilokasi sekitar pantai dengan harapan mudah untuk mendapatkan suplai air laut. Selain itu transportasi kepembenihan harus lancar dan tersedia sumber air tawar.[10]

I. Sistematika Penulisan

[9]Rian Novati, *Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias* “Life Fish” di Bogor, (Skripsi:Kampus IPB Darmaga Bogor, 2015),hal72

[10]Hendri Purwadi, *Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Kerapu*, (Skripsi :Universitas Mulawarman,2014),hal 70

Untuk mempermudah penulisan, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian ,manfaat penelitian ,penjelasan judul, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam Bab ini terdapat pengertian Strategi pengembangan Usaha Kue Bunda Menurut Sperfektif Ekonomi Islam dan yang berkaitan dengan penelitian ini

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam Bab ini berisi. Jenis penelitian,lokasi dan tempat penelitian,populasi dan sampe,jenis dan teknik pengumpulan data,teknik pengumpulan data dan teknik ananlisis data.

BAB IV: Hasil penelitian

Gambaran umum pengembangan strategi usaha menurut sperfektif ekonomi islam.

BAB V : Penutup

Saran dan Kesimpulan

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia

1. Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Pemerintah memberikan perhatian yang lebil kepada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), karena disitulah tumpuan hidup terbesar rakyat Indonesia. Dalam sejarah perekomomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah paling besar dan terbukti handal menghadapi guncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan menengah telah diatur dalam paying hukum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil

dan Menengah.

Definisi UKM yang disampaikan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya.[11]

a. Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menegkop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan:

   1) Usaha Kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak (Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki perjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliyar rupiah).

   2) Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga Negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 (dua ratus juta) sampai denga Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan.

b. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja.

   1) Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang.

[11]Rahmawati, *Bisnis Usaha Kecil Menengah*, (Yogyakarta:Ekuilibra,2016) hal 73

2) Usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenanga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

c. Berdasarkan Keputusan Mentri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 menyatakan bahwa usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan / usaha yang mempunyai penjualan / omset pertahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (enam ratus juta rupiah) atau aset / aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari (1)bidang usaha (firma,CV,PT, dan koperasi) dan (2)perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang atau jasa).

2. Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)

a. Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU nomor 20 Tahun 2008

Adapun kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha dapat dilihat pada Tabel 4.1[12]

Tabel 4.1

[12]Rahmawati, *Bisnis Usaha Kecil Menengah*, (Yogyakarta:Ekuilibra,2016) hal 74

Kriteria UMKM

NO	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 Milyar
3	Usaha Menengah	>500 juta – 10 Milyar	>2,5 Milyar – 50 Milyar

b. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Berdasar Perkembangan

Selain bersadarkan Undang- Undang tersebut, dari sudat pandang perkembangan usaha UMKM sampai saat ini, Rahmana (2008) mengelompokan UMKM dalam beberap kriteria, yaitu:

1) *Livelihood Activities,* merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal, misalnya adalah pedagang kali lima(PKL)

2) *Micro Enterprise,* merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3) *Small Dynamic Enterprice,* merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

4) *Fast Moving Enterprise,* merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan stansformasi menjadi Usaha Besar (UB).

3. Kreatifitas Dan Inovasi[13]

a. Pengembangan Kreatifitas dan Inovasi

Berdasarkan konsep dan hakekat kewirausahaan dapat disimpulkan esensi dari kewirausahaan adalah, suatu kemampuan kreatif dan inofatif yang dijadikan kiat, dan sumber daya, proses dan penjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko.

Kreativitas oleh Zimmerer (1996) diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang.

[13]Rahmawati, *Bisnis Usaha Kecil Menengah*, (Yogyakarta:Ekuilibra,2016) hal 44

Keberhasilan wirausahaan akan tercapai apabila berpikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama yang dilakukan dengan cara yang baru dan ide kratif akan muncul apabila wirusahawan melihat sesuatu yang lama dan memikirkan Sesuatu yang baru atau berbeda. Suatu perusahaan yang dapat bertahan bahwakan terus berkembang dengan menghasilkan laba bukan hanya karena faktor keberuntungan saja akan tetapi berkat kerja keras dengan pengelolanya dan usaha yang terus menerus dalam memecahkan setiap masalah yang dihadapi serta memanfaatkan peluang-peluang disetiap kesempatan.

b. Kiat-Kiat Pengembangan Kreativitas

Beberapa kiat atau kebijakan untuk mendorong kreativitas bagi seluruh sumber daya dalam organisasi adalah:

a) Kreatifitas harus dipandang sebagai suatu kebutuhan bagi perusahaan yaitu agar dapat bertahan dan berkembang kalau telah ada persepsi yang lama.

b) Mempunyai sikap dan toleransi terhadap keberhasilan atau kegagalan dan seorang yang tidak pernah gagal cenderung tidak kreatif.

c) Mendorong sikap keingintahuan yang dapat didorong apabila

pimpinan selalu bersikap “bagaimana kalau begini”atau”mungkin dapat”.

d) Menyikapi masalah sebagai tantangan dimana setiap masalah yang timbul dapat merupakan peluang untuk berinovasi.

e) Mengadakan pelatihan – pelatihan kreativitas secara teratur.

f) Menyediakan fasilitas yang diperlukan untuk terlaksananya kegiatan yang kreatif.

g) Memberikan penghargaan bagi kreativitas yang dapat berhasil baik dalam bentuk uang maupun bukan uang.

h) Membuat model-model atau teknik-teknik pengembangan kreativitas untuk dilatihkan baik unutk perorangan maupun kelompok.

B. Konsep Strategi

1. Pengertian strategi

Strategi adalah seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif. Strategi menjelaskan bagaimana suatu organisasi menyelaraskan kemampuannya dengan peluang yang ada di pasar untuk mencapai tujuannya.

Strategi merupakan rencana besar dan penting. Strategi menyatakan secara umum, arahan bagi senior manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. Meningkatkan nilai pelanggan dengan tujuan menciptakan keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui pemilihan berbagai strategi yang tepat. [14]

Strategi adalah sesuatu yang harus dikerjakan. Menurut Stephanie K. Marrus seperti yang dikutip oleh Husein Umar (2001), strategi di definisikan sebagai suatu proses penentuan rencana oleh para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.[15]

Menurut pendapat A. Halim, strategi adalah suatu cara organisasi atau lembaga untuk mencapai tujuannya yang sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman – ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal.[16]

Menurut Chandler (1962), Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi

[14]Hery, *Pengendalian Akuntansi Dan Manajemen*, (Jakarta:Kencana,2014) hal 94

[15]Dumilah Ayuningtyas, *Perencanaan Strategi Untuk Organisasi Pelayanan Kesehatan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013) hal 4

[16]Fitrotin Jamilah, *Strategi Penyelesaian Sengketa Bisnis*, (Yogyakarta:Pustaka Yustisia , 2014) hal 24

sumber daya.

Menurut Hamel dan Prahalad (1985), Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kopetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kopentensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.[17]

Pada hakikatnya, strategi adalah suatu cara atau teknik dalam membuat rencana agar rencana tersebut bisa sesuai dengan kehendak atau keinginan kita. Agar bisa berjalan dan menghasilkan sesuai dengan target yang direncanakan.[18] Jadi dapat di artikan bahwa strategi adalah suatu cara atau tindakan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dimasa yang akan datang.

Mengembangkan strategi E-Business memerlukan

[17]Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT (Teknik Membedah Kasus Bisnis)*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997) hal 4

[18]Fitrotin Jamilah, *Strategi Penyelesaian Sengketa Bisnis*, Edisi Pertama , (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2014) hal 25

perpaduan dari pendekatan yang ada untuk bisnis , pemasaran, manajemen rantai pasokan, dan strategi pengembangan sistem informasi. Selain pendekatan strategi tradisional, pengamat bisnis mendesak perusahaan untuk menerapkan teknik yang inovatif untuk mencapai keunggulan kompetitif. Perkembangan teknologi telah mendesak para CEO untuk 'berinovasi atau mati'.[19]

2. Tujuan Strategi

Tujuan strategi adalah tujuan yang berdimensi jangka panjang, yang merupakan hasil yang diharapkan tercapai pada beberapa periode (tahun) yang akan datang. Misalnya dapat disebutkan antara lain tujuan yang ingin dicapai adalah kemampuan dalam *profit ability, return on investment*, posisi bersaing, kepemimpinan teknologi, tanggung jawab sosial dan pengembangan sumber daya manusia.[20]

3. Tingkatan Strategi

Terdapat 3 tingkatan strategi dalam organisasi, yaitu:

a. Strategi Tingkatan Perusahaan

---

[19]Ahmadi, Candra *E-Busines & E-Commerce* / Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan Yogyakarta: ANDI; hal 93

[20]Muslich,*Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn, 2007) hal 213

Strategi tingkat perusahaan (corporate strategy) ditetapkan oleh manajemen tertinggi di dalam organisasi dan mengarah pada bisnis apa yang akan dilakukan serta bagaimana sumber daya dialokasikan di antara bisnis tersebut.

b. Strategi Tingkat Bisnis

Strategi tingkat bisnis (business strategy) di tetapkan oleh masing-masing unit bisnis strategi (Strategy Business Unit = SBU). Strategi bisnis biasanya diformulasikan oleh manajer tingkat bisnis melalui negosiasi dengan manajer korporasi dan memusatkan pada bagaimana cara bersaing dalam dunia bisnis.

c. Strategi Tingkat Fungsional

Strategi Tingkat Fungsional (*functional strategy*) mempunyai lingkung yang lebih sempit dibanding strategi korporasi dan stategi bisnis. Strategi ini berhubungan dengan fungsi bisnis seperti fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi SDM, fungsi keuangan, fungsi riset dan pengemmbangan (R&D). Strategi fungsional harus mengarah kepada strategi bisnis. [21]

[21]Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam* (Yogyakarta:ANDI 2012) hal 15

4. Pengaruh Perubahan terhadap Strategi Menjalankan Bisnis

Seorang wirausahawan yang smart harus memperhatikan dampak dari perubahan yang terjadi dan yang akan mungkin terjadi terhadap kelangsungan bisnisnya, sehingga sangat diperlukan untuk melakukan perubahan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya untuk disesuaikan dengan perubahan pesaing, keadaan pesaing,permintaan, perilaku pembeli, dan lain-lain. Perubahan yang terjadi akan berdampak pada using tidaknya suatu perencanaan strategi bisnis yang mengandung 4 konsekuensi bisnis, yaitu:[22]

a. Perubahan akan menciptakan peluang atau kesempatan (*new opportunity*)

   Terkadang perusahaan dapat mendatangkan kesempatan yang bisa diambil bila kita mempunyai intuisi,naluri dan hasrat untuk menemukannya. Contohnya, adanya CAFTA (*China Asean Free Trade Agreement*) akan memberikan peluang bagi UKM yang ingin memulia usahanya dengan memasuki bisnis

perdagangan (*trading*).

b. Perubahan akan menciptakan ancaman (*threat*)

Dengan adanya CAFTA, maka terjadi perubahan karena adanya perdagangan bebas antara China dan ASEAN.

c. Perubahan akan menyebabkan kejadian yang memperlemah daya saing dan kondisi perusahaan (*weak*)

Ada beberapa perubahan yang dapat melemahkan posisi persaingan perusahaan. Sebagai contohnya adalah :

1) Peraturan baru tentang pengurangan kadar nikotin bagi industry rokok kretek.

2) Mengharuskan perusahaan mempunyai kendaraan yang tercatat atas nama perusahaan minimal satu unit atau uji emisi bagi perusahaan transportasi yang kondisi kendaraannya sudah tidak produktif lagi.

3) Pengurangan kadar pengeras tahu untuk produk tahu Indonesia bagi perusahaan makanan yang berbahan baku tahu.

Oleh karena itu, perlu dilakukan perubahan strategi.

Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah menggunakan *market defence or innovative strategy*.

4) Perubahan bisa memperkuat kondisi, daya saing, dan strategi yang telah direncanakan perusahaan sehingga secara otomatis semangkin popular. Contohnya, pembatasan area dan jarak tertentu mengenai pendirian perusahaan Hypermarket di kota tertentu akan memperkuat strategi bisnis toko kelontong dan minimarket di daerah-daerah.[23]

5. Strategi Berbasis Syariah

Strategi adalah cara atau metode terstruktur yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan organisasi dengan hasil yang lebih maksimal dan lebih menguntungkan.

Strategi dalam islam mengandung makna pengelolaan agar menjadi lebih baik, dalam koridor kebenaran sesuai syariah, tidak menghalalkan secara cara, terorganisasi rapi, dan itqan (tepat,tuntas, profesional), mengandung kemaslahatan dunia hingga akhirat.

[23]Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* , (Jakarta : Erlangga, 2011)) hal 477

Penggunaan strategi yang berbasis islam atau syariah mutlak diperlukan dalam penerapan manajemen strategi syariah (MSS) di perusahaan. Perlunya strategi yang islami/ syariah dalam setiap aktivitas umat/ organisasi dan perusahaan berdasarkan Al-Quran dan Hadits berikut ini:

إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلَّذِينَ يُقَٰتِلُونَ فِي سَبِيلِهِۦ صَفًّا كَأَنَّهُم بُنْيَٰنٌ مَّرْصُوصٌ ٤

Artinya: *Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang -orang yang berjuang dijalan-nya dalam* ***barisan yang teratur*** *seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh."(***QS.ash-Shaff:4)**[24]

C. Pengembangan usaha

1. Pengertian pengembangan usaha

Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan upah atau laba usaha, secara sederhana arti wirausaha *(Enterpreneuer)* adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental

[24]Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2015) hal 72-80

mandiri, tanpa di liputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok.[25]

Menurut H. Melayu S.P Hasibuan pengembangan usaha adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.[26]

2. **Empat konsep pemberdayaan usaha secara ringkas dapat dikemukakan sebagai berikut**[27]:

    a. Perekonomian rakyat adalah perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat. perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat adalah perekonomian nasional yan berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri. Pengertian rakyat adalah semua warga Negara.

    b. Pemberdayaan usaha adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing

[25]Kasmir, *Kewirausaha*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011) hal 19

[26]Melayu S.P Hasibuan, *Program Pemngembangan Usaha Kecil Menengah dan Perkoperasian,* (Jakarta: Rineka Cipta,2003) hal 68

[27]Sumidingrat Gunawan, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial* (Jakarta : Gramedia; 2002) hal 36

tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala pengembangan usaha kendala struktural maka pemberdayaan harus dilakukan melalui perubahan struktural.

c. Perubahan struktural yang dimaksud adalah perubahan dari ekonomi tradisional ke ekonomi modern dari ekonomi lemah ke ekonomi kuat, dari ekonomi subsisten ke ekonomi pasar, dari ketergantungan kemandirian.

3. **Tahap Tahap Pengembangan Usaha**

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seorang wirausahawan pada umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausahawan berasal dari sutu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain (pengamatan). Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business*

yang kuat dari seorang wirausahawan.

b. Penyaringan ide atau konsep usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menterjemahkan ide usaha tersebut kedalam mantra-mantra bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha tersebut akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

c. Pengembangan Rencana Usaha (Business Plan)

Wirausahawan adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi rugi-laba merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional.

d. 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 pelaksana usaha yang akan dilakukan seorang wirausahawan. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausahawan akan menyerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menajalankan kegiatan usaha.[28]

D. Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Islam

Sebagai pedagang, Muhammad SAW merupakan seorang pedagang yang sukses. Menurut Anif Sirsaeba dalam buku Rahasia Bisnis Rasulullah, beliau merupakan sosok pedagang yang sukses sehingga pantas disebut sebagai “eksportir kelas satu” dan eksekutif muda yang sukses”.

Kesuksesan Muhammad SAW sebagai pedagang dapat dilihat dari empat aspek, diantaranya:

Dari segi kepercayaan yang diberikan orang kepadanya.

1. Berkat menjaga kejujuran dan kepercayaan dalam berdagang, beliau mampu menghasilkan keuntungan dagang yang sangat besar melebihi keuntungan yang

[28]Budiarta – Kustoro, *Pengantar Bisnis* (Jakarta : Mitra Wacana Media,2009) hal 153

didapat oleh pedagang lainnya.

2. Keberhasilannya dalam memanfaatkan keuntungan dagang yang besar, beliau gunakan untuk perjuangan dijalan Allah, yaitu menyebarkan kebenaran dan kedamaian (rahmat) islam kepada umat manusia.

3. Kesuksesannya dalam memberikan keteladanan dalam bidang perdagangan.[29]

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran agama islam. Hal ini terbukti ketika Rasulullah SAW telah menyatakan bahwa, 9 dari 10 pintu rezeki ada pada perdagangan. Dan dapat diartikan bahwa melalui jalan perdagangan pintu-pintu reski akan terbuka sehingga karunia Allah SWT terpancar dari padanya.

Sejak zaman Rasurullah SAW umat islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Banyak diantara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandasan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat

[29]Mokh Syaiful Bakhri dan Abdulssalam , *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW*, (Erlangga) hal 38-39

diperlukan guna mencapai tujuan bisnis.[30]

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah prosesn, cara pembuatan mengembangkan.[31] Sedangkan bisnis diartikan sebagai usaha dagang, pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.[32]

Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.[33]

Namun harus di pahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran islam yang telah ditentukan batas-batasnya. Oleh karena itu, ajaran islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, antara lain:

1. Niat yang baik

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan.

---

[30]Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam,* (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), hal 1

[31]Departemen Nasional Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Edisi ketiga, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), hal 538

[32]Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam,* (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), hal 15

[33] Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniah, 2002), hal 60

Jika niatnya baik usaha amalnya juga baik, sebaliknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak, sebagaimana hadist Rasulullah berikut ini: *"sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan"*. (HR.Bukhari)

Apa yang di katakana Rasulullah itu bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha. Oleh karena itu, semua wirausaha muslim dituntut agar aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha Allah semata,[34] sebagaimana firman Allah Q.S. Al-An'm: 162-163 berikut:

قُلۡ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحۡيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ ٱلۡعَٰلَمِينَ ١٦٢

لَا شَرِيكَ لَهُۥۖ وَبِذَٰلِكَ أُمِرۡتُ وَأَنَا۠ أَوَّلُ ٱلۡمُسۡلِمِينَ ١٦٣

Artinya: *Katakanlah Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku,hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam, tiada sekutu bagiNnya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah) " (Q.S Al-*

[34] Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah,* (Banjarmasin : Antasari Press, 2011) hal 17

An'am: 162-163)[35]

Semangkin berkualitas keiklasan seseorang wirausaha muslim dalam menghadirkan niat untuk semua aktivitasnya, maka pertolongan dan bantuan Allah akan semangkin mengalir. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bantuan Allah berjalan seiring dengan persiapan kita (niat) yang terkandung dalam hati.

2. Berinteraksi dengan akhlak

a. Jujur

Dalam mengembangkan harta seorang wirausaha muslim harus menjunjung tinggi kejujuran, karena kejujuran merupakan akhlak utama yang merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnisnya, menghapus dosa, dan bahkan dapat mengantarkannya masuk kedalam surge, sebagaimana firman Allah:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَقُولُواْ قَوۡلٗا سَدِيدٗا ٧٠

يُصۡلِحۡ لَكُمۡ أَعۡمَٰلَكُمۡ وَيَغۡفِرۡ لَكُمۡ ذُنُوبَكُمۡۗ وَمَن يُطِعِ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ فَقَدۡ فَازَ فَوۡزًا عَظِيمًا ٧١

Artinya: *Hai orang- orang yang beriman, bertakwalah*

[35] M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an,* (Jakarta : Lentera Hati, 2001) hal 358

kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar. Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar" (Q.S Al-Ahzab:70-71)[36]

b. Amanah

Amanah berarti kedudukan atau kewajiban orang yang di percaya (al-amin). Dasar hukum menjaga amanat terdapat dalam Al-Qur'an QS. Al-Anfal:27

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَخُونُواْ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ وَتَخُونُوٓاْ أَمَٰنَٰتِكُمۡ وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ٢٧

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetauhi"*. (QS.Al-Anfal:27)[37]

Islam mengajarkan agar seorang wirausaha muslim selalu menghidupkan mata hati mereka dengan selalu menegakkan sikap amanah.

c. Toleran

[36] Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah,* (Banjarmasin : Antasari Press, 2011), hal 18

[37]Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam,* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010) hal 11

Sikap toleran akan memudahkan seseorang dalam menjalankan bisnisnya. Ada beberapa manfaat yang didatangkan oleh sikap toleran dalam berbisnis, diantaranya: mempermudah terjadinya transaksi, mempermudah hubungan dengan calon pembeli, dan mempercepat perputaran modal.[38] Allah berfirman:

... وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ ٢

Artinya: *"Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong- menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah Amat berat siksa-Nya".*(QS. Al-Maidah:2)[39]

d. Menepati Janji

Islam adalah agama yang sangat menganjurkan penganutnya untuk menepati janji dan semua bentuk komitmen yang telah disepakati dalam hubungan muamalah antar manusia. Allah Berfirman QS.Al-Baqarah:282:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيۡنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٖ مُّسَمّٗى فَٱكۡتُبُوهُۚ...

[38]Ma'ruf Abdullah, Wirausaha..., hal 22
[39]Kementrian Agama RI, Al-Qur'an ..., hal 106

Artinya: *" Hai orang –orang yang beriman apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang di tentukan, hendaklah kamu menulisnya."*(QS. Al-Baqarah:282)

Semua petunjuk yang diberikan Al-Qur'an dan Rasul dalam hadist itu merupakan sarana yang akan membatu wirausaha muslim untuk merealisasikan janji yang dibuatnya, sehingga akan terhindar dari kategori orang munafik yang dibenci Allah.

3. Percaya pada takdir dan ridha

Seorang wirausaha muslim wajib mengimani atau percaya pada takdir, baik atau buruk. Tidak sempurna keimanan seseorang tanpa mengimani takdir Allah. Sebagaimana diingatkan Allah dalam firmannya:

... فَٱذۡكُرُوٓاْ ءَالَآءَ ٱللَّهِ لَعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ٦٩

Artinya: *"... Maka ingatlah nikmat-nikmat Allah supaya kamu mendapa keberuntungan."*(QS. Al-A'raf:69)[40]

4. Bersyukur

Wirausaha muslim adalah wirausaha yang selalu

[40]Kementrian Agama RI, Al-Qur'an..., hal 159

bersyukur kepada Allah. Bersyukur merupakan konsekuensi logis dari bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat-nikmat yang sudah Allah berikan selama ini, hal ini akan selalu diingatnya, karena Allah sudah mengingatkannya dalam Al-Qur'an:

وَإِذۡ تَأَذَّنَ رَبُّكُمۡ لَئِن شَكَرۡتُمۡ لَأَزِيدَنَّكُمۡۖ وَلَئِن كَفَرۡتُمۡ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٞ

٧

Artinya: *"Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu beryukur pasti kami akan menamhah (nikmat) kepadamu, jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih".(QS.Ibrahim:7)*

5. Kerja sebagai ibadah

   Islam memposisikan bekerja sebagai kewajiban kedua setelah sholat. Oleh karena itu apabila dilakukan dengan iklas, maka bekerja akan benilai ibadah dan akan mendapat pahala.[41]

6. Menjaga aturan syari'ah

[41]Makruf Abdullah, Wirausaha..., hal 26-29

Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan atau bisnis apapun sepanjang bisnis (perdagangan itu) tidak termasuk yang diharamkan oleh syari'ah islam, sebagaimana hadits Rasurullah SAW berikut: *"Sembilan dari sepuluh rezeki itu terdapat dalam usaha berdagang dan persepuluhnya dalam usaha beternak"*. (HR.Ibnu Manshurur)[42]

7. Bersikap rendah hati dan menghindari kesombongan

   Siapapun yang bergaul dengan kita-sebagai pembeli, pegawai, pemberi kerja, dan sebagainya tidak menyukai orang yang sombong karena ketika ia disombongi, iya akan merasa direndahkan harga-dirinya.[43]

لَا تَمُدَّنَّ عَيۡنَيۡكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعۡنَا بِهِۦٓ أَزۡوَٰجٗا مِّنۡهُمۡ وَلَا تَحۡزَنۡ عَلَيۡهِمۡ وَٱخۡفِضۡ جَنَاحَكَ لِلۡمُؤۡمِنِينَ

٨٨

Artinya: *"Janganlah kamu sekali-kali menunjukan pandanganmu kepada*

[42]Dwi Suwiknyo, Kompilasi..., hal 22
[43]Riska Abdullah, *Kiat Menjadi Orang Kaya,* (Dalam Artikel, Desember 2015) hal 17

kenikmatan hidup yang telah kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman" (Al-Hijr:88)

8. Selalu tepat waktu karena terlatih dalam sholat

فَإِذَا قَضَيْتُمُ ٱلصَّلَوٰةَ فَٱذْكُرُوا۟ ٱللَّهَ قِيَٰمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِكُمْ ۚ فَإِذَا ٱطْمَأْنَنتُمْ فَأَقِيمُوا۟ ٱلصَّلَوٰةَ ۚ إِنَّ ٱلصَّلَوٰةَ كَانَتْ عَلَى ٱلْمُؤْمِنِينَ كِتَٰبًا مَّوْقُوتًا ١٠٣

Artinya*:"Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat(mu), ingatlah Allah diwaktu berdiri, di waktu duduk dan diwaktu berbaring. Kemudian apabila kamu sudah merasa aman, maka dirikanlah sholat itu (sebagaimana biasa). Sesungguhnya sholat itu adalah fardhu yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman".*(QS.An-Nisa':103)

Kedisiplinan akan membuat kita selalu memperhitungkan waktu untuk

menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan sesuai dengan jadwal yang sudah di tentukan.

E. Konsep Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi islam

Ada dua istilah yang sering digunakan, untuk ekonomi islam, yaitu ekonomi syari'ah dan ekonomi islam, keduanya merujuk pada satu azas, yakni ekonomi yang berdasarkan prinsip syari'ah.

Selama ini sebagian pakar memberikan pengertian ekonomi disamakan artinya dengan kata *"iqtishad"* dalam bahasa arab yang artinya hemat dan penuh perhitungan.

Menurut M. Umar Chappra mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan ekonomi syariah adalah *"Islam economics was defined as that brancd of knowledge wich helps realize human well-being through an allocation and distribution of scarce resources that is in conformity with islamics teaching without unduly curbing individual freedom or creating continued macro economic an ecological imbalances"* (ekonomi islam didefinisikan sebagai sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan

distribusi sumber daya yang terbatas dan berda dalam koridor yang mengacu pada pengajaran islam tanpa memberikan kebebasan individu (leissez faire) atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidak keseimbangan lingkungan). [44]

Ekonomi islam adalah kumpulan norma hukum yang bersumber dari Al-qur'an dan hadis yang mengatur urusan perekonomian umat manusia.

Tujuan ekonomi islam menggunakan pendekatan antara lain:

a. Konsumsi manusia dibatasi sampai tingkat yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi kehidupan manusia.

b. Alat pemuas kebutuhan manusia seimbang dengan tingkat kualitas manusia agar ia mampu meningkatkan kecerdasan dan kemampuan teknologinya guna menggali sumber-sumber alam yang masih terpendam.

c. Dalam pengaturan distribusi dan sirkulasi barang dan jasa, nilai-nilai moral harus diterapkan.

d. Pemerataan pendapatan dilakukan dengan mengingat sumber kekayaan seseorang yang diperoleh dari usaha

[44]Nurul Hak, *Ekonomi Islam dan Hukum Bisnis Syariah* (Depok Sleman Yogyakarta 2011) hal 1

halal, maka zakat sebagai sarana distribusi pendapatan merupakan sarana tang ampuh.

2. Definisi Bisnis Dalam Islam

Definisi umum dari istilah bisnis atau perusahaan adalah suatu entitas ekonomi yang diselenggarakan dengan tujuan bersifat ekonomi dan sosial. Tercapainya tujuan ekonomi dan sosial dari kegiatan bisnis, secara ideal perlu didukung oleh semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung berjasa dalam meraih keuntungan bisnis secara layak. Dengan kata lain, pencapaian tujuan bisnis terwujud karena telah didukung oleh sumber daya manusian dan non manusian. Sumber daya inilah yang disebut dengan *stakeholder* (versi islam sebagai pemegang amanah dari allah).

Oleh karena itu definisi secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis atau perusahaan adalah suatu lembaga atau kumpulan orang yang dengan kemampuan kewirausahaan atau *entrepreneurship* yang dimiliki untuk bekerja sama dengan sejumlah pihak terkait dalam menggunakan dan memanfaatkan sumber daya dalam rangka menghasilkan barang atau jasa

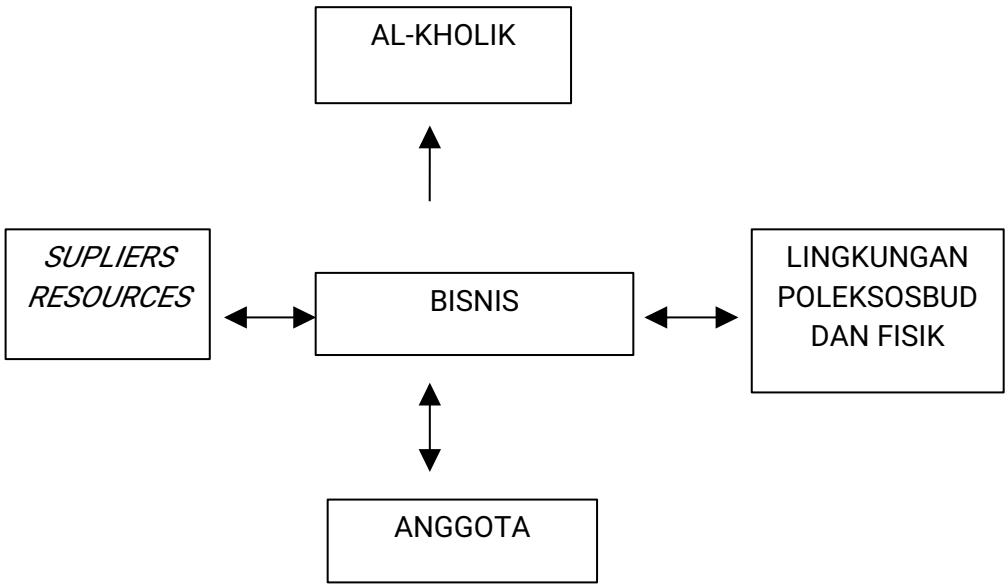
yang bernilai dan berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain atau masyarakat pada umumnya.

Ciri utama dalam paradigm bisnis islam adalah manusia sebagai pelaku usaha berkedudukan sebagai pemegang amanah yang diberikan oleh Allah untuk mengelola sumber daya. Tugas pengembanan amanah ini termasuk tugas ibadah kepada Allah SWT. Dalam bentuk pelaksanaan kegiatan bisnis.

Gambar 1.1

Pengelolaan Sumber Daya dengan Landasan Holistik:

Tauhid ibadah Mu'amalah, Secara Vertikal dan Horizontal.



Berdasarkan gambar diatas, definisi bisnis secara islami dapat diartikan aktivitas bisnis yang bertujuan dan bermaksud

kurang lebih sama seperti maksud tujuan bisnis di atas. Namun semua itu harus berdasarkan landasan tauhid. Dengan kata lain, tujuan bisnis memiliki dimensi horizontal, sekaligus berdimensi vertikal yakni diorientasikan kepada keesaan Allah yang didalamnya diniatkan hanya mendambakan memperoleh keridhoan Allah.

Dengan demikian tujuan berbisnis yang sesungguhnya adalah dipersembahkan dalam rangka beribadah kepada Allah dan termotivasi untuk memperoleh ridha, pahala dan barokah dari Allah. Oleh karena itu pula, paradigma demikian tentu harus merupakan derivasi ibadah yang berdimensi vertikal ke dalam ibadah yang berdimensi horizontal yang harus dijalankan dengan cara-cara yang benar yaitu sesuai syari'at-Nya dan sunnatullah.

Kerena Allah diakui dan diyakini sebagai pemilik segala sumber daya. Sumber daya tersebut dianugerahkan kepada manusia, maka manusia muslim yang beriman dan bertaqwa dalam mengelola bisnis seharusnya bersikap dan berperilaku sebagai pemegang amanah. Pemegang amanah berarti dapat memanfaatkan sumber daya secara baik dan benar sesuai dengan syari'ah islam dan sunnatullah. Atas dasar itu pula maka manusia muslim, termasuk pelaku bisnis, harus

mempertanggungjawabkan atas semua penggunaan, pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya itu kepada Allah sebagai pencipta dan pemilik mutlak. Di situlah maksud dan tujuan yang bersifat sosial dan ilahiyah dari entitas bisnis atau perusahaan yang dikelola secara islami.[45]

3. Tujuan Bisnis Menurut Syariah

Tujuan bisnis menurut syariah, Aktivitas perdagangan (bisnis) diperlukan, karena manusia tidak mampu memenuhi keperluannya sendiri tanpa bantuan orang lain. Oleh sebab itu, Allah telah menjelaskan dalam QS. al-Maidah (5): 2:

يَوتَعَاوَنُوا عَلَى ٱلبِرِّ وَٱلتَقوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى ٱلإِثمِ وَٱلعُدوَٰنِۚ وَٱتَقُوا ٱللَهَۖ إِنَّ ٱللَهَ شَدِيدُ ٱلعِقَابِ ٢

Artinya: *Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya."*

Selain itu, menurut Veithzal Rifai et al, bisnis dalam islam bertujuan untuk mencapai empat hal, yaitu sebagai berikut:

[45]Muslich, *Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : Unit Penerbit Dan Percetakan, 2007) hal 1-3

a. Target Hasil: profit Materi dan Benefit Nonmateri .

Tujuan bisnis tidak selalu mencari profit (qimah madiyah atau nilai materi), tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan dan manfaat) non materi baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

b. Pertumbuhan

Upaya pertumbuhan tentu dalam koridor syariah. Misalnya dalam meningkatkan jumlah produksi, seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menghasilkan produk baru dan sebagainya.

c. Keberlangsungan

Pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungan kurun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu dalam koridor syariat islam.

d. Keberkahan

Faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah,

merupakan puncak kebahagiaan hidup muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridhaan Allah.

Menurut Wiku Suryomurti, ada banyak alasan orang berinvestasi (berbisnis), yaitu:

a. Supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saya.

Hal ini telah ditegaskan dalam QS. al- Hasyr (59):7:

مَّآ أَفَآءَ ٱللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِۦ مِنْ أَهْلِ ٱلْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ
وَلِذِي ٱلْقُرْبَىٰ وَٱلْيَتَٰمَىٰ وَٱلْمَسَٰكِينِ وَٱبْنِ ٱلسَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ
دُولَةً بَيْنَ ٱلْأَغْنِيَآءِ مِنكُمْ ۚ وَمَآ ءَاتَىٰكُمُ ٱلرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَ
مَا نَهَىٰكُمْ عَنْهُ فَٱنتَهُوا۟ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ
ٱلْعِقَابِ ٧

Artinya*:"apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-nya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul,kerabat Rasul,anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar diantara orang-orang kaya saja diantara*

kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah dia. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah; dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya."

b. Karena adanya dorongan untuk mencari nafkah.

c. Karean pertumbuhan aset atau kenaikan penghasilan tidak seimbang dengan perkembangan keluarga, termasuk dintaranya jumlah anak yang harus dibiayai pendidikannya.

d. Karena nilai aset kita akan tergerus oleh inflasi, yaitu penurunan nilai mata uang yang ditandai, salah satunya, dengan kenaiakan harga barang dan kebutuhan sehari-hari.

e. Karena diri kita tidak selamanya sehat dan muda, sehingga saat kita akan pensiun bekerja.

f. Karena kita akan meninggalkan keluarga atau anak cucu dalam keadaan kuat secara ekonomi.

g. Kita perlu mempersiapkan diri sebaik mungkin untuk masa depan karena kita tidak pernah tahuapa yang akan terjadi kelak. Allah SWT berfirman dalam QS. Lukman (31):34:

إِنَّ ٱللَّهَ عِندَهُۥ عِلۡمُ ٱلسَّاعَةِ وَيُنَزِّلُ ٱلۡغَيۡثَ وَيَعۡلَمُ مَا فِي ٱلۡأَرۡحَامِۖ وَمَا تَدۡرِي نَفۡسٞ مَّاذَا تَكۡسِبُ غَدٗاۖ وَمَا تَدۡرِي نَفۡسُۢ بِأَيِّ أَرۡضٖ تَمُوتُۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٞ ٣٤

Artinya:*"Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang Hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam Rahim. Dan tiada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha mengenal."*[46]

4. Ajaran Islam Dalam Bersaing Secara Sehat Dalam Bisnis

Islam sebagai suatu aturan hidup yang khas telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktek persaingan yang tidak sehat. Dalam kaitan ini, maka islam memberikan resep untuk mensikapi persaingan dalam bisnis, yaitu:

a. Pihak yang bersaing

b. Cara persaingan

[46]Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Edisi Pertama (Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP,2014) hal 11

c. Produk atau jasa yang dipersaingkan

Ajaran berikut dapat dijadikan pijakan dalam melakukan persaingan dalam bisnis,yaitu:

a. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling makan harta sesame kalian secara bathil (An-Nissa':29)

b. Seorang muslim adalah bersaudara dengan muslim lainnya, tidak menzalimi dan tidak menekannya (HR.Muslim)

c. Menciptakan suasana sebagai berikut:

1) Pebisnis Muslim, tidak akan menghalalkan segala cara.

2) Pebisnis muslim, berupaya menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan terbaik sesuai syari'ah.

3) Pebisnis Muslim, harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan aqad-aqad bisnis.

4) Negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang adil dan kondusif dalam persaingan.[47]

[47]Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan Ykpn) hal 251

4. Kelebihan Bisnis Syariah Dibandingkan Bisnis Konvensional

Konsep bisnis islam (syariah) memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan konsep bisnis konvensional (kapitalis dan sosialis), yaitu sebagai berikut.

a. Di bandingkan dengan bisnis kapitalis, bisnis islam lebih memperhatikan konsumen. Adapun ketentuan bahwa bisnis tidak boleh ekspooitatif, tidak boleh berobjek pada barang yang haram, tidak boleh memanfaatkan kebodohan atau ketidak mengertian konsumen, adalah sangat menghormati kepentingan konsumen dan masyarakat banyak.

b. Dalam kaitannya dengan hak untuk melakukan praktik bisnis, islam telah menempatkan manusia pada posisi yang proposional. Tidak dibebaskan untuk melakukan bisnis menyangkut barang apa pun juga , serta denga bagaimanapun juga, namun tidak juga dipotong hak-haknya untuk melakukan aktifitas bisnis sebagaimana konsep bisnis sosialis. Islam mempertimbangakan keinginan bebas dan pertanggungjawaban.

Para pakar ekonomi non-muslim pu mengakui keunggulan sistem ekonomi dan bisnis syariah. Menurut mereka, islam

telah sukses menggabungkan etik dengan ekonomi/bisnis, sementara sistem kapitalis dan sosialis memisahkan keduanya.

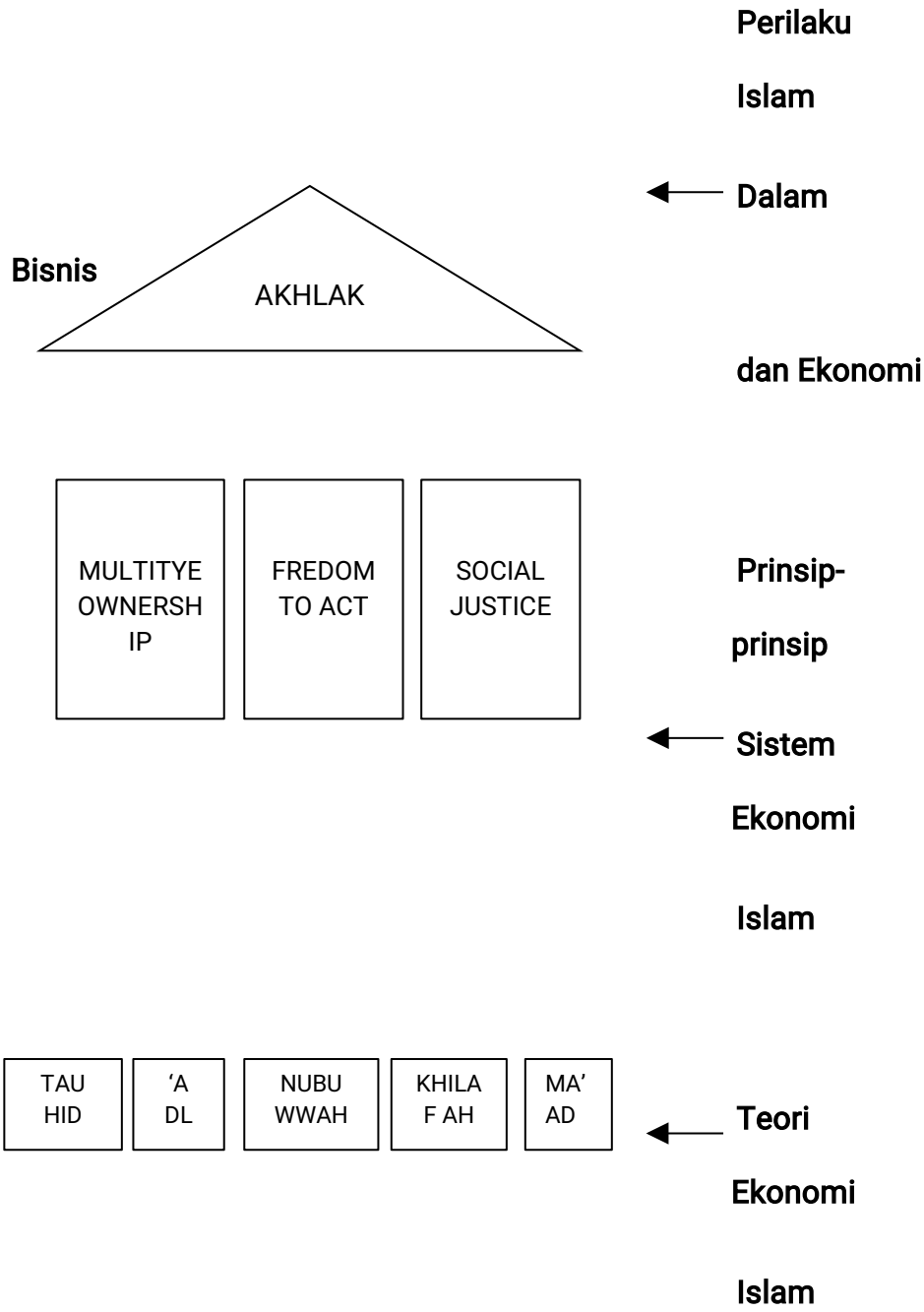
Jack Austri, seorang perancis, dalam bukunya *islam* dan *pengembangan ekonomi* mengatakan," islam adalah gabungan antara tataran kehidupan praktis dan sumber etika mulia. Antara keduanya terdapat ikatan sangat erat yang tidak terpisahkan. Dari sini bisa dikatakan bahwa orang-orang islam tidak akan menerima ekonomi kapitalis. Dan ekonomi yang kekuatannya berdasarkan wahyu dari langit itu tanpa diragukan lagi adalah ekonomi yang berdasarkan etika. Di samping mampu memberikan nilai tambah pada sistem, etika tersebut bisa mengisi kekosongan pemikiran yang ditakutkan suatu saat akan timbul akibat perkembangan teknologi.[48]

5. Konfigurasi Ekonomi Islam

Dengan cakupan dasar yang terkandung dalam ekonomi islam tersebut, maka konfigurasi ekonomi islam diibaratkan sebagai bangunan yang tersusun dari beberapa unsur yang saling menguatkan. Unsur-unsur yang dimaksud meliputi tauhid, 'adl, nubuwwah, khilafah, dan ma'ad yang disnggah secara lebih kuat oleh tiang penyangga (multitype ownership, freedom to act,

[48]Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Edisi Pertama (Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP,2014) hal 21-22

social justice), serta dengan satu atap (akhlak). Gambar berikut ini memperlihatkan saling keterkaitan berbagai unsur dalam konfigurasi ekonomi islam.



Gambar tersebut memperlihatkan beberapa unsur yang menjadi

konfigurasi dalam ekonomi islam yang secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Tauhid* (Keesaan Tuhan)

Secara umum tauhid dipahamisebagai sebuah ungkapan keyakinan (sahadat)seorang Muslim atas keesaan Tuhan.

Istilah tauhid dikonstruksi dari kata *wahala* yang secara etimologi berarti satu (esa) yaitu dasar kepercayaan yang menjiwai manusia dan seluruh aktivitasnya.

Tauhid merupakan fondasi ajaran islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa" tiada sesuatu apapun yang layak disembah selain Allah, maka manusia harus meyakini bahwa ia sendirilah Sang Pencipta yang memberi wujud kepada segala sesuatu, sang sebab Ultim segala yang ada.

b. 'Adl (keadilan)

keadilan bukan khasanah tunggal dalam islam,tetapi bagaimanapun cakupan maknanya dalam islam melampaui meta konsep dalam ideology kapitalisme maupun lainnya (Capra,t.; Amitai,1999 dan Fondizi,2001). Dalam khazanah islam, keadilan yang dimaksud adalah “keadilan ilahi”, yaitu keadilan yang tidak terpisah dari moralitas, didasarkan pada nilai-nilai absolut yang di wahyukan Tuhan dan penerimaan manusia terhadap nilai-nilai tersebut merupakan suatu kewajiban (QS.Al Ma’idah/5:8,42).

c. Nubuwwah (kenabian)

Karena rahman,Rahim dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak di biarkan begitu saja tanpa mendapat bimbingan. Karena itu diutuslah para nabi dan rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali (taubah) ke asal-muasal.

Fungsi rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan didunia dan di akhirat.

Sidfat-sifat utama sang model yang harus di teladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah sifat siddiq (jujur), amanah (bertanggung jawab), fathonah (kemampuan), dan tabliqh (menyampaikan).

d. Khilafah (pemerintahan)

Dalam islam, pemerintah memainkan peranan yang kecil tetapi sangant peting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berlajan sesuai dengan syari'ah, dan untuk memastikan agar tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak asasi.

e. Ma'ad (hasil=return)

Ma'ad diartikan juga sebagai imbalan / ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, diformulasikan oleh imam Al-Qhazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku adalah untuk mendapatkan lba, baik laba material *(tangible)* maupun laba non-material *(intangible)*.[49]

[49]Muhammad, *Prinsip – Prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta :Graha Ilmu, 2007) hal 4

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif karena dalam

penelitian ini dilakukan menganalisa bagaimana strategi pengembangan usaha terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode survey ke lokasi, dan dengan menggunakan data primer dan sekunder.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Toko Usaha Kue Bunda Jl. Sutan Syahrir, Tarok Dipo, Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena potensi dalam menarik pelanggan sangat kuat dengan melihat tempat usaha yang strategis yaitu Jl. Sutan Syahrir, Tarok Dipo,Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui strategi pengembangan Usaha Kue Bunda dalam mengembangkan usahanya.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini adalah keterangan dari wawancara dengan pemilik Usaha Kue Bunda dan managernya secara langgsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu yang mendukung data utama atau data

yang bukan di usahakan sendiri oleh peneliti, data sekunder bersumber dari dokumen-dokumen, buku-buku, penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya yang mendukung operasional penulisan hasil penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti[50]

D. Informan

Informan orang yang dimanfaatkan untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi pada penelitian. Adapun yang menjadi informan kunci pada penelitian ini adalah Manajer Usaha Kue Bunda., yaitu Nadya Putri.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil sambil bertatap muka antara perannya dengan responden. Pewawancara adalah orang yang menggunakan metode wawancara sekaligus diabertindak sebagai pemimpin dalam proses wawancara tersebut. Responden adalah orang yang

[50]Lexy J. maleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 1995), Hal 3

diwawancarai, dimintai informasi oleh pewawancara,

Metode wawancara ini menggunakan panduan penelitian berupa pertanyaan yang telah disediakan. Peneliti melakukan wawancara dengan responden untuk memperoleh data primer yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam hal ini yang diwawancarai adalah konsumen Usaha Kue Bunda Bukittinggi.

2. Observasi

Obsevasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya. Selain pancaindra lain seperti telinga, penciuman,mulut, dan kulit yang diperlukan untuk mengamati gejala yang diamati. Apa yang ditangkap tersebut, dicatat untuk kemudian dideskripsikan, dianalisa oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian. Secara umum observasi dapat dilaksanakan dengan partisipasi dan nonpartisipasi.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggunakan data, referensi baik berupa literatur maupun artikel-artiker yang berhubungan dan menggambarkan apa yang terjadi dilapangan.

Analisa data adalah dengan analisis SWOT

1. Analisa SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit*, dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.[51]

AnalisiS SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.[52]

b. Tujuan Penetapan SWOT di Perusahaan

Penetapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat di jadikan sebagai bandingan piker dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang

[51]Irham Fahmi*, Manajemen*, (Bandung : ALFABETA, 2014) hal 343

[52]Dumilah Ayuningtyas, Pecencanaan Strategi untuk Organisasi Pelayanan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013) hal 65

dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang.

c. Peranan SWOT sebagai Bagian Analisis Manajemen Risiko

Peranan SWOT sebagai alat dalam menganalisis kondisi sutau perusahaan selama ini dianggap sebagai suatu model yang dapat diterima secara umum dan lebih familiar.

Beberapa organisasi profit dan non profit telah lama mempergunakan SWOT ini sebagai salah satu alat analisis mereka, seperti IPB dalam membuat rencana strategis untuk tahun 2008-2013. Sehingga dengan mempergunakan SWOT sebagai dasar analisis perusahaan dalam mengambil keputusan, maka diharapkan SWOT juga memungkinkan untuk dipergunakan sebagai salah satumodel yang representative dalam menganalisis manajemen risiko suatu perusahaan.

Karena kita memang menyadari secara awal bahwa penggunaan dari, analisis SWOT dimaksudkan untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan yang

dapat diidentifikasi guna memberikan suatu rekomendari pengembangan berdasarkan potensi-potensi yang tersedia. Suatu perusahaan tidak akan membuat keputusan jika tidak didasarkan atas keberadaan potensi-potensi disana. Dimana potensi yang dilihat secara umum ada 2 (dua), yaitu:

a) Memiliki dan mampu memberikan nilai profitable (bisa memberikan sisi profit dimana yang akan datang).

b) Sektor yang dimasuki memiliki kondisi *continuity* (keberlanjutan usaha).

Jika kedua potensi umum ini tidak diperoleh dalam rekomendasi akhir dari penggunaan SWOT tersebut, maka kemungkinan besar keputusan tidak akan dilaksanakan, karena memang salah satu alasan dipergunakan SWOT adalah untuk melihat besarnya *strengtℎ* (kekuatan) dibandingkan *weakness* (kelemahan), dan besarnya *opportunity* (peluang) dibandingkan *threat* (ancaman) itu sendiri.[53]

2. IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary)*

[53]Irham Fahmi*, Manajemen*, (Bandung : ALFABETA, 2014) hal 343-348

Adalah kesimpulan analisis dari berbagai faktor internal yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Mengevaluasi faktor-faktor yang ada dilingkungan Internal organisasi yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

3. EFAS (*Ekternal Strategic Faktor Analysis Summary*)

Adalah kesimpulan analisis dari berbagai faktor ekternal yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan.[54] Mengevaluasi faktor-faktor yang ada diluar lingkungan organisasi yaitu peluang dan ancaman.

Pemberian bobot yang digunakan untuk menilai faktor internal dan ekternal yang penting, tidak penting, cukup penting, dan sangat penting. Pemberian bobot diurutkan menjadi 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), dan 0,15 (tertinggi). Sedangkan reting atau peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana faktor internal dan ekternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan. Pemberian peringkat diurutkan dari 1 sampai 4 dimana 1 (tidak penting), 2 (cukup penting), 3 (penting) dan 4 (sangat penting).

Setelah faktor internal dan ekternal diberi nilai berdasarkan bobot dan peringkatnya, maka nilai dikalikan

[54]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) hal 22

sehingga memperoleh angka hasil kali yang kemudian dijumlahkan berdasarkan faktor internal dan ekternal. Setelah semua nilai dijumlahkan maka dipilihlah strategi yang memiliki nilai yang besar.

4. Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat masing- masing dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman), maka dari semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Melalui matrik SWOT akan terlihat lebih rinci elem dari faktor- faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (ancaman dan peluang) yang dapat meningkatkan kemampuan pengembangan Usaha Kue Bunda. Pada matriks SWOT dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yaitu (*Streghts – Opportunities)*, S-T *(Streghts-Threats),* W-O *(Weaknesses-Opportunities),* dan W-T *(Weaknesses- Threats).*

Matrik SWOT ditunjukkan dengan menggunakan analisis SWOT dalam perumusan keputusan strategis guna menyusun perencanaan usaha baik dengan menggunakan salah satu metode SWOT diantara berbagai metode yanga ada, yaitu Matrik SWOT yang merupakan rangkuman dari

berbagai metode. Matrik SWOT juga dapat dimanfaatkan dalam mencapai peluang usaha.

Gambar 3.1

Matrik SWOT

Internal / Eksternal	***Strengths*** **(Kekuatan)**	***Weaknesses*** **(Kelemahan)**
Opportunities **(Peluang)**	**S-O** Mengoptimalkan kemampuan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang.	**W-O** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang.
Threats **(Ancaman)**	**S-T** Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar.	**W-T** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar.

a) Stategi S-O

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi S-T

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c) Strategi W-O

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) Strategi W-T

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Dengan menggunakan tabel bobot skor akan bermanfaat untuk menentukan strategi utama. Ini dilakukan dengan cara menjumlahkan total skor dari masing-masing strategi yang mempunyai skor tertinggi maka itulah strategi utama yang sebaiknya digunakan.

BAB 1V

HASIL PENELITIAN

A. Profil atau Sejarah Usaha Kue Bunda

Sejarah berdirinya Usaha Kue Bunda berawal dari Hobi Ibu Herna Wati sebagai pemilik Usaha Kue Bunda. Selain ibu Herna Wati hobi memasak beliau juga belajar dari Mr Hans dari belanda dalam rangka pelatihan membuat cake dan bakery.

Usaha Kue Bunda merupakan suatu industri yang menyediakan berbagai aneka cake dan bakery. Usaha Kue Bunda berawal pada tahun 2000 hingga saat ini dan kurang lebih sudah 19 tahun beliau beroperasi dalam usaha cake dan bakery. Dan industri ini berlokasi di Jln.Sutan SyahrirNo.16A Bukittinggi.

Awalnya Usaha Kue Bunda ini hanya memanfaatkan toko kecil dan mempunyai karyawan yang berasal dari keluarga dan kerabat dekat saja. Dan alat yang digunakan untuk cake dan bakery juga masih minim. Pada saat itu tidak banyak jenis cake dan bakery yang

di hasilkan oleh industry ini karena masih awal pendirian usaha cake dan bakery. [55]

Namun dari tahun ke tahun industri ini mengalami perkembangan dan karyawannyapun bertambah, jenis cake dan bakery yang di produki semangkin banyak. Karena setiap tahun beberapa karyawan industri ini melakukan pelatihan khusus untuk pembuatan resep cake dan bakery yang baru bersama chef-chef ahli dibidangnya. Pada saat itu ada seorang chef yang membantu Usaha Kue Bunda ini untuk memperbanyak jenis cake dan bakery yang di produksi yaitu chef ridwan. Beliau banyak membantu untuk kelancaran Usaha ini. Beliau banyak memberikan berbagai resep jenis cake dan bakery baru untuk di produksi oleh Usaha Kue Bunda.

Pada tahun 2008 industri ini melakukan perluasan lokasi yang pada awalnya hanya satu petak saja, namun pada tahun 2008 industri ini diperluas menjadi dua petak. Pada tahun 2013 industri cake dan bakery Usaha Kue Bunda ini membuka toko baru di Jln. Sutan Syahrir Bukittinggi tidak jauh dari toko pertama lebih tepatnya berseberangan dengan toko Free n Style Bukittinggi. Setelah membuka cabang baru, industri ini merekrut karyawan baru untuk memproduksi cake dan bakery. Dan dengan di temukannya beberapa keluhan costumer seperti, toko yang kedua ini berdekatan dengan

[55] Wawancara Pribadi dengan Nadya Putri, Manajer Usaha Kue Bunda di Toko, 22 Oktober 2018 Jam 11.00 WIB

toko yang pertama. Costumer lebih cendrung ke toko yang pertama. Dengan keluhan seperti itu dan beberapa pertimbangan Usaha Kue Bunda mengambil keputusan untuk tutup di toko yang kedua hingga saat ini. Dan pada tahun 2014 industri ini juga membuka cabang baru lagi di Jln. Jambu Air Bukittinggi. Dan di luar dugaan pengunjung yang datang tidak sesuai dengan harapan dan sepi akhirnya toko Usaha Kue Bunda yang di Jln. Jambu Air Bukittinggi ini tutup. Dan saat ini toko Usaha Kue Bunda yang beroperasi sebagai produksi cake dan bakery hanya di toko pertama saja yaitu di Jln. Sutan Syahrir Bukittinggi. Adapun keluhan costumer di toko Usaha Kue Bunda ini adalah minimnya penyediaan lahan parkir sehingga costumer kualahan untuk memarkirkan kendaraannya saat berkunjung ke toko Usaha Kue Bunda namun hal ini sudah di anggap biasa. Dan sampai saat ini pendistribusian Usaha Kue Bunda adalah di toko sendiri, penitipan cake dan bakery di swalayan Masyithah, dan di toko cake dan bakery di Aur Kuning Bukittinggi dan lainnya.[56]

Cake dan bakery yang ada pada Usaha Kue Bunda Adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1

Nama – Nama Cake dan bakery Usaha Kue Bunda

[56] Wawancara Pribadi dengan Nadya Putri, Manajer Usaha Kue Bunda di Toko, 22 Oktober 2018 Jam 11.00 WIB

No.	Nama Cake dan Bakery	No.	Nama Cake dan Bakery
1	Donat	12	Bolen
2	Pudding	13	Katan Sari Kayo
3	Sla	14	Roti Mini
4	Pisang Coklat	15	Roti Sisir
5	Sus	16	Roti Sobek
6	Bronis Kukus	17	Roti Tawar
7	Bronis Bakar	18	Roti Batul
8	Rola	19	Roti Boy
9	Black Forest	20	Aneka Kue Ulang Tahun
10	Bolu Gulung	21	Aneka Kue Pernikahan
11	Cake Pisang	22	Dan Lainnya

Sumber : Penelitian Lapangan (data di olah 2018)

1. Struktur Organisasi Usaha Kue Bunda Bukittinggi

Struktur organisasi Usaha Kue Bunda ini merupakan gambaran dan sistem manajemen sederhana, pemilik Usaha Kue

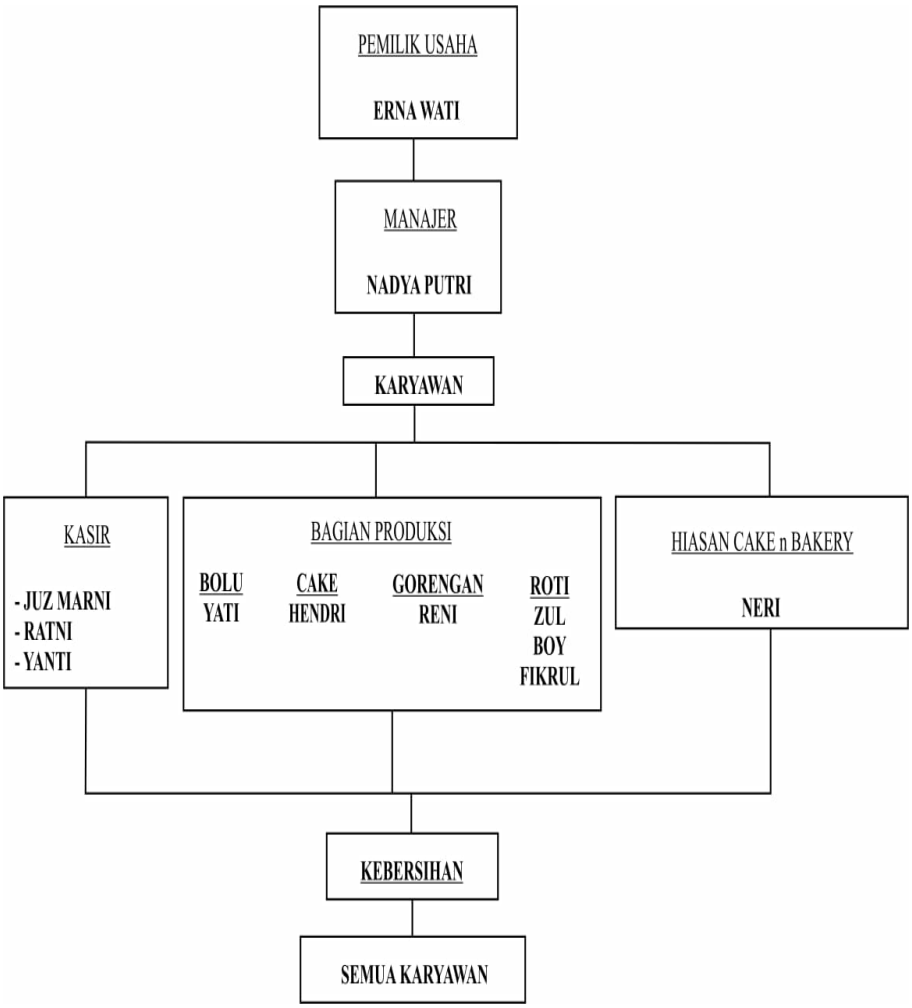
Bunda ini adalah ibuk Erna Wati dengan mempercayakan Nadya Putri sebagai manajer pada Usaha Kue Bunda ini. Selain manajer ibuk Erna Wati juga mengelompokan tiga kepala bagian, yaitu Kasir, Bagian Produksi dan Hiasan cake dan bakery. Dan dalam menjaga kebersihan bertanggung jawab untuk semua karyawan.

Struktur organisasi ini awalnya tidak terlalu di perhatikan adanya. Karena usaha ini hanyalah usaha keluarga yang awalnya dari usaha kecil-kecilan hingga menjadi usaha menengah yang mampu menyediakan lapangan kerja untuk beberapa orang karyawan. Mengingat manfaat struktur organisasi ini adalah memudahkan cara kerja karyawan dan adapun kebutuhan di luar kerja karyawan seperti tugas mahasiswa dan lainnya.[57]

Gambar 4.2

Struktur Organisasi Usaha Kue Bunda

[57]Wawancara Pribadi dengan Nadya Putri, Manajer Usaha Kue Bunda di Toko, 22 Oktober 2018 Jam 11.00 WIB



a. Manajer : Bertanggung jawab kepada semua aktivitas pada masing-masing posisi kerja khususnya mengawasi pelayanan yang ada di Usaha Kue Bunda.

b. Kasir : Bertanggung jawab terhadap penjualan dan mengatur keuangan Usaha Kue Bunda.

c. Bagian Produksi : Bertanggung jawab terhadap pembuatan cake dan bakery serta memperhatikan kualitas setip produk yang di produksi.

d. Hiyasan cake dan bakery : Bertanggung jawab dalam menghiyas cake dan bakery, tentunya dengan seni yang bagus dan sekreatif mungkin untuk menghiyas cake dan bakery.

e. Kebersihan : Dalam menjaga kebersihan tempat produksi dan toko di minta semua karyawan bertanggung jawab menjaganya.

2. Visi dan Misi Usaha Kue Bunda

a. Visi

1) Menjadi Perusahaan berskala yang inovatif dan berdaya saing tinggi.

2) Menjadi Perusahaan Cake dan Bakery yang Unggul dengan kualitas cita rasa yang sesuai selera costumer.

3) Menjadi Perusahaan yang selalu dapat memberikan kenyamanan bagi costumer dalam memenuhi kebutuhan nya akan Cake dan Bakery.

b. Misi

1) Meningkatkan hasil usaha untuk mengembangkan perusahaan.

2) Dapat memenuhi permintaan costumer sesuai selera dari

masa ke masa dan mengembangkan produk-produk yang ada pada Usaha Kue Bunda.

3) Mempunyai komitmen penuh didalam memuaskan pihak-pihak yang

berkepentingan, dengan tetap memperhatikan kinerja perusahaan agar

dapat tumbuh.

3. Tujuan Usaha Kue Bunda Bukittinggi

Setiap perusahaan mempunyai tujuan sendiri-sendiri dalam membangun suatu perusahaan. Usaha Kue Bunda didirikan dengan tujuan antara lain:

a. Mencari keuntungan atau laba perusahaan dan memenuhi kebutuhan cake dan bakery custumer.

b. Ikut membantu perekonomian masyarakat diluar atau disekitar daerah perusahaan dengan membuka lapangan kerja.

4. Kendala Usaha Kue Bunda

Kendala yang dihadapi oleh Usaha Kue Bunda adalah minimnya pengembangan usaha dari segi promosi produk ke bidang lain seperti: Pengiklanan, minimnya penggunaan sosial media saat ini dan masih memakai sistem promosi dari mulut ke

mulut custumer saja (face to face). Selain itu kendala Usaha Kue Bunda adalah belum tersedianya outlet yang menjadi daya tarik costumer masa kini dan tidak tersedianya lahan parkir yang luas untuk kendaraan bagi custumer yang berkunjung ke Usaha Kue Bunda.

5. Tantangan Usaha Kue Bunda

Tantangan yang dihadapi Usaha Kue Bunda adalah munculnya pesaing baru (Usaha Cake dan Bakery) yang lain, yang mampu memberikan daya terik yang berbeda dari segi produk, rasa dan designer outlet yang bersaing pesat dari masa ke masa sesuai dengan selera costumer.

B. Strategi Pengembangan Usaha Kue Bunda Bukittinggi

1. Analisis SWOT

Untuk mengembangkan suatu usaha dapat dilakukan dengan menggunakan strategi salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat melihat dan menilai dalam kekuatan-kekuatan internal suatu usaha dengan kesempatan-kesempatan dan ancaman- ancaman yang ada pada lingkungan ekternal. Pendekatan ini mengusulkan bahwa usaha utama yang dihadapi oleh suatu usaha melalui analisis yang diteliti dari setiap

unsur tersebut. Strategi-strategi kemudian di informasikan untuk lebih di perhatikan dalam masalah-masalah tersebut.

Tabel 4.3

Analisis SWOT Pada Usaha Kue Bunda

Streghts **(kekuatan)**	***Weaknesses*** **(kelemahan)**
1. Karyawan yang loyalitasnya tinggi. 2. Banyaknya pilihan menu dan halal 3. Rasa yang konsisten dan tidak berubah-rubah. 4. Harga produk terjangkau. 5. Melayani pembuatan produk sesuai permintaan costumer.	1. Tidak memperdulikan dalam penggunaan jasa promosi atau iklan 2. Sistem manajemen yang masih berbentuk kekeluargaan. 3. Minimnya penyediaan fasilitas untuk costumer yang berkunjung. 4. Pengemasan produk yang tidak berubah dan kurang menarik costumer.
Opportunities **(peluang)**	***Therats*** **(Ancaman)**

1. Permintaan pasar yang terus menerus. 2. Dukungan keluarga dan kepercayaan masyarakat. 3. Wilayah pemasan luas.	1. Tingkat persaingan tinggi 2. Kondisi ekonomi yang tidak stabil 3. Selera konsumen yang berubah-ubah 4. Banyaknya peniruan yang terjadi pada produk usaha.

Sumber: Penelitian Lapangan (data diolah 2018)

2. Matrik IFAS dan EFAS

a. Matrik IFAS

IFAS (Internal Factors Analysis Strategic) merupakan bentuk analisis strategi dari faktor-faktor internal organisasi atau perusahaan. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potret kekuatan dan kelemahan organisasi atau perusahaan.[58]Analisis yang dilakukan terhadap lingkungan internal yaitu variabel- variabel yang merupakan faktor- faktor

[58]Siti Suryati *"Strategi Pengembangan Bisnis pada Diva cake and cokiesdi (Analisis SWO T)"*, (Sumedang : Jurnal Strategi Pengembangan Bisnis, 2015), Hal 34

kunci yang dikuasi oleh perusahaan. Setelah dilakukan penelitian pada Usaha Kue Bunda Jln. Sutan Syahrir No.16A Bukittinggi. Ditemukan berbagai faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Usaha Kue Bunda dalam mengembangkan usaha. Adapun faktor internal tersebut antra lain:

1) Faktor Kekuatan

Adapun kekutan yang ada pada Usaha Kue Bunda adalah[59]

a) Karyawan yang loyal

Pada Usaha Kue Bunda ini karyawan loyal terhadap perusahan sebab pekerjaan yang dilakukan karyawan sesuai dengan bidang masing-masing dan jam kerja yang berbeda misalnya, karyawan yang bidang produksi tidak pakai sift masuk jam 07.30 – 18.00 WIB hanya melakukan pekerjaan di bidang produksi saja dan mereka mendapatkan bonus tambahan diluar gaji pokok, karyawan di bagian kasir ada dua sift kasir pagi masuk jam 07 – 00 - 18.00 WIB, kalau kasir siang masuk jam 14.00 – 22.00 WIB dan juga di berikan kesempatan untuk anak kuliahan yang berminat bekerja pada Usaha Kue Bunda. Dalam pembayaran gaji karyawan Usaha Kue

[59]Wawancara Pribadi dengan Nadya Putri, Manajer Usaha Kue Bunda di Toko, 14 Novem ber 2018 Jam 14.30 WIB

Bunda, untuk karyawan harian gajinya di bayarkan mingguan atau bulanan (belum Upah Minimum Regional) selain itu bagi karyawan yang sudah senior atau karyawan kontrak dan karyawan tetap gajinya UMR (Upah Minimum Regional.[60]

b) Menu beragam dan Halal

produk-produk yang tersedia pada Usaha Kue Bunda berbeda-beda, sehingga banyak pilihan. Bahan-bahan yang digunakan pada Usaha Kue Bunda ini halal dan tidak pakai pengawet dan ada batas pemakaian atau penjualan kue yaitu hanya sampai 3 atau 4 hari saja lebih dari itu tidak di jual lagi.. Masakan yang diahasilkan diperoleh dengan cara yang halal, sehingga masakan yang dijual juga halal untuk dikonsumsi oleh masyarakat atau para pelanggan.

c). Cita rasa yang tidak berubah

Usaha Kue Bunda selalu menjaga cita rasa terhadap masakan yang dihasilkan dari mulai usaha ini dibangun sampai sekarang sehingga para pelanggan bisa bertahan pada Usaha Kue Bunda ini.

d) Harga produk yang terjangkau

[60]Wawancara Pribadi dengan Nadya Putri, Manajer Usaha Kue Bunda di Toko, 14 Novem ber 2018 Jam 14.30 WIB

Pada Usaha Kue Bunda ini harga produk yang dihasilkan terjangkau oleh masyarakat, harga yang ditawarkan oleh Usaha Kue Bunda juga beragam mulia dari harga RP 2000 – ratusan sesuai dengan produknya.

e) Melayani pembuatan produk sesuai permintaan costumer.

Pembeli adalah raja, dengan istilah ini Usaha Kue Bunda membuktikan dengan mengikuti ingin contumer dalam pembuatan Cake dan Bakery. Misalnya, ada pesanan costumer untuk pernikahan costumer ingin cakenya banyak telur agar lebih enak dan lembut. Usaha Kue Bunda memberikan dan melayani Costumer sesuai selera mereka dengan harga yang di sepakati.

2) Faktor Kelemahan

Faktor kelemahan merupakan faktor yang mempengaruhi perusahaan dan menghambat perkembangan usaha. Beberapa kelemahan yang dapat dilihat dari Usaha Kue Bunda dalam mengembangkan usahanya adalah:

a) Tidak menggunakan jasa promosi atau iklan

Dalam pengembangan dan pemasaran Usaha Kue Bunda ini belum menggunakan jasa promosi atau iklan seperti di media sosial, radio, surat kabar, ataupun TV Lokal. Sehingga Usaha Kue Bunda kurang dikenal dan hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.

b) Sistem manajemen yang masih berbentuk kekeluargaan.

Pada Usaha Kue Bunda ini menggunakan sistem kekeluargaan dan salah satu kelemahan dari sistem ini adalah tingginya toleransi kerja sehingga kurangnya kedisiplinan kerja pada karyawan yang berdampak pada pendistribusian produk dan produksi produk.

c) Minimnya penyediaan fasilitas untuk costumer yang berkunjung.

Pada Usaha Kue Bunda ini minim sekali menyediakan fasilitas untuk costumer berkunjung misalnya saja seperti : tempat parkir kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat, tempat duduk costumer jika menunggu pesanan dan lainnya.[61]

d) Pengemasan produk yang tidak berubah dan kurang menarik costumer.

Pada pengemasan produk Usaha Kue Bunda masih terbilang standard. Karena pada masa kini salah satu untuk menarik kesan dan perhatian costumer adalah dari kemasan produk itu sendiri selain rasa produknya.

Tabel 4.4

Hasil Matrik IFAS Usaha Kue Bunda

[61]Wawancara Pribadi dengan Nadya Putri, Manajer Usaha Kue Bunda di Toko, 14 Novem ber 2018 Jam 14.30 WIB

No	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan (*Streghts*)				
1	Karyawan yang loyal	0.10	3	0.30
2	Menu beragam dan Halal	0.15	4	0.60
3	Cita rasa yang tidak berubah	0.15	4	0.60
4	Harga produk yang terjangkau	0.10	4	0.40
5	Melayani pembuatan produk sesuai permintaan costumer	0.10	4	0.40
Jumlah		**0.60**		**2.30**
Kelemahan (*Weaknesses*)				
1	Tidak menggunakan jasa promosi atau iklan	0.10	4	0.40
2	Sistem manajemen yang masih berbentuk kekeluargaan	0.10	4	0.40
3	Minimnya penyediaan fasilitas untuk costumer yang berkunjung	0.10	4	0.40
4	Pengemasan produk yang tidak berubah dan kurang menarik costumer	0.10	4	0.40
Jumlah		**0.40**		**1.60**

Total	**1.00**		**3.90**

Sumber: Penelitian Lapangan (data diolah) 2018

Pemberian bobot yaitu 0.01 (sangat rendah), 0.05 (rendah), 0.10 (sedang), 0.15 (tinggi). Jumlah seluruh bobot baik pada masing-masing bagian internal dan ekternal harus berjumlah 1.00 atau 100 persen. Dalam menetukan peringkat diberikan poin sebagai berikut : 4 (sangat penting), 3(penting), 2 (cukup penting), dan 1 (tidak penting). Secara keseluruhan nilai ini merupakan hasil perkalian bobot dengan peringkat yang akan diberikan besaran jumlah total pada empat faktor baik kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Berdasarkan hasil analisis matrik IFAS pada tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa pada posisi internal ini jumlah nilai dari masing-masing elemen kekuatan adalah 2.30 dan kelemahan 1.60 dengan total nilai 3.90. hal ini menunjukkan bahwa Usaha Kue Bunda cukup unggul dalam menggunakan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang ada.

b. Matrik EFAS

EFAS (External Fakctors Analysis Strategic) adalah suatu bentuk analisis strategi dari faktor-faktor eksternal organisasi atau perusahaan. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potret peluang dan ancaman organisasi atau perusahaan. Dengan demikian potret eksternal ini diperlukan

untuk mengetahui tingkat kesiapan dan kesigapan organisasi di dalam menghadapi kekuatan fan tekanan dari eksternal organisasi atau perusahaan, lebih-lebih tekanan dari pesaing.[62] Lingkungan ekternal perusahaan merupakan ruang lingkup diluar kendali perusahaan yang dapat memeberikan pada kinerja usaha. Keberhasilan suatu usaha terletak pada kemampuannya menghadapi dan beradaptasi dalam lingkungan yang selalu berubah, hal ini menentukan bagaimana bertindak untuk menentukan kapan saat yang tepat untuk bertahan dan berkembang.

1) Faktor peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan salah satu celah untuk menuju perkembangan kearah lebih baik, dimana peluang adalah situasi penting yang berada diluar lingkungan perusahaan yang jika dimanfaatkan dengan baik dapat memberikan keuntungan bagi pengembangan Usaha Kue Bunda :

a) Permintaan pasar yang terus menerus.

Dengan ketetapan rasa yang konsisten dan tidak berubah-rubah pada produk Usaha Kue Bunda membuat para costumer balik lagi kepada produknya, kualitas pelayanan yang membuat nyaman costumer dan di tambah dengan

[62]Siti Suryati *"Strategi Pengembangan Bisnis pada Diva cake and cokiesdi (Analisis SWO T)"*, (Sumedang : Jurnal Strategi Pengembangan Bisnis, 2015), Hal 36

kualitas produk yang membuat costumer merasa puas.

b) Dukungan keluarga dan kepercayaan masyarakat.

Keluarga adalah faktor terpenting dan motivasi dalam menjalankan usaha. Sedangkan masyarakat adalah tujuan berdirinya suatu usaha dan dalam mengembangkan usaha, karena kalau usaha yang kita jalankan mempunyai nilai yang positif atau memiliki citra yang baik dimata masyarakat maka hal ini akan menjadi sarana bagi perkembangan usaha agar berjalan positif pula dengan adanya dukungan dan kepercayaan dari masyarakat. Usaha Kue Bunda akan berdampak baik bagi perekonomian masyarakat sekitar salah satunya bentuk dampak positif yang diberikan oleh Usaha Kue Bunda adalah menyediakan lapangan kerja, memberi kesempatan anak-anak yang sedang kuliah kesempatan untuk bekerja dan mandiri serta memberikan arahan dalam melayani pelanggan yang baik.

c) Wilayah Pemasaran yang luas

Wilayah pemasaran Usaha Kue Bunda tidak hanya terfokus di daerah Jln.Sutan SyahrirNo.16A Bukittinggi saja tetapi juga di beberapa tempat dan bekerja sama dengan berbagai toko lainnya. Adanya kerja sama dengan

toko lain hal ini merupaka salah satu peluang bagi Usaha Kue Bunda untuk mengembangkan usahanya.

2) Faktor Ancaman (*Theats*)

Ancaman merupakan situasi yang datang dari luar perusahaan dan tidak menguntungkan bagi pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Adapun ancaman bagi pengembangan Usaha Kue Bunda antara lain:[63]

a) Tingkat persaingan tinggi

Pada kegiatan ekonomi dan bisnis akan sangat erat kaitannya dengan persaingan. Maka dari itu salah satu dampak potisif dari persaingan adalah membuat pembisnis merasa mempunyai tantangan dalam usaha dan di paksa oleh keadaan untuk melakukan lebih kreatif dan inovasi pada produk. Mengingat kegiatan ini dilakukan oleh banyak pihak untuk menunjang kelangsungan bisnis atau usahanya. Tingkat persaingan pada Usaha Kue Bunda cukup tinggi dan Usaha Kue Bunda bisa mengatasinya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga cita rasa dari produk yang dihasilkan serta meningkatkan fasilitas yang akan diberikan kepada

[63]Wawancara Pribadi dengan Nadya Putri, Manajer Usaha Kue Bunda di Toko, 14 Novem ber 2018 Jam 14.30 WIB

costumer.

b) Kondisi ekonomi yang tidak stabil

Kondisi perekonomian mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Faktor ekonomi suatu masyarakat mencerminkan pada strategi dan langkah perusahaan, kestabilan perusahaan juga memepengaruhi pemerintahan daerah setempat. Hal ini berarti antara pemerintahan setempat dan perusahaan terjalin hubungan yang saling bersinergi. Salah satunya kenaikan bahan pokok di kalangan masyarakat. Hal ini berdampak kepada Usaha Kue Bunda yang sulit mendapatkan bahan baku akibat terjadinya kenaikan bahan cake dan bakery dan langsung berpengaruh terhadap produk yang dihasilkan Usaha Kue Bunda yang juga menaikan harga pada produknya.

c) Selera konsumen yang berubah-ubah

Terjadinya perubahan selera konsumen menjadi salah satu ancaman sekaligus tantangan terhadap Usaha Kue Bunda, Usaha Kue Bunda harus *up date* terhadap costumer dan mengerti apa yang di butuhkan costumernya. Karena memenuhi kebutuhan dan keinginan costumer merupakan tujuan utama perusahaan untuk menjadi perusahaan yang berhasil.

d) Banyaknya peniruan yang terjadi pada produk usaha.

Adanya usaha lain yang membuat produk menyerupai produk Usaha Kue Bunda dengan harga lebih murah. Hal ini merupakan ancaman bagi Usaha Kue Bunda, takutnya konsumen Usaha Kue Bunda akan beralih pada Usaha lain dengan produk yang sama.

Tabel 4.5

Hasil Matrik EFAS Usaha Kue Bunda

No	**Faktor Ekternal**	**Bobot**	**Peringkat**	**Nilai**
Peluang (*Opportunities*)				
1.	Permintaan pasar yang terus menerus	0.15	4	0.60
2.	Dukungan keluarga dan kepercayaan masyarakat	0.15	3	0.45
3.	Wilayah pemasaran yang luas	0.15	4	0.60
	Jumlah	**0.45**		**1.65**
Ancaman (*Threats*)				
1.	Tingkat persaingan tinggi	0.10	1	0.10
2.	kondisi ekonomi yang tidak stabil	0.15	3	0.45
3.	Selera konsumen yang berubah-ubah	0.15	3	0.45

4.	Banyaknya peniruan yang terjadi pada produk usaha.	0.15	4	0.60
	Jumlah	**0.55**		**1.45**
	Total	**1.00**		**3.10**

Sumber: Penelitian Lapangan (data diolah) 2018

Matrik EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor ekternal perusahaan. Berdasarkan hadil dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa sisi ekternal peluang dengan nilai 1.65 dan ancaman 1.45 dengan nilai total 3.10. hal ini menunjukkan bahwa Usaha Kue Bunda unggul dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman yang ada.

3. Matrik SWOT

Setelah dianalisis serta ditentukan analisis bobot dari peringkat masing-masing faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan ekternal yang mempengaruhi strategi pengembangan Usaha Kue Bunda, maka semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matriks SWOT.

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matrik ini dapat mengambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal

serta peluang dan ancaman ekternal Usaha Kue Bunda, maka dapat disusun suatu strategi berdasarkan matriks SWOT.

Pendekatan matriks SWOT memberikan alternatif strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T. Matrik SWOT tentang strategi pengembangan Usaha Kue Bunda dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.6

Matrik SWOT Usaha Kue Bunda

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal	Karyawan yang loyal 1. Menu beragam dan Halal 2. Cita rasa yang tidak berubah 3. Harga produk yang terjangkau 4. Melayani pembuatan produk sesuai permintaan costumer	1. Tidak memperdulikan dalam penggunaan jasa promosi atau iklan 2. Sistem manajemen yang masih berbentuk kekeluargaan. 3. Minimnya penyediaan fasilitas untuk costumer yang

Faktor Ekternal		berkunjung. 4. Pengemasan produk yang tidak berubah dan kurang menarik costumer.
Peluang (O) 1. Permintaan pasar yang terus menerus 2. Dukungan keluarga dan kepercayaan masyarakat 3. Wilayah	**Strategi S-O** 1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan (S1,O3) 2. Menciptakan produk-produk baru yang disesuaikan dengan	**Strategi W-O** 1. Meningkatkan kegiatan promosi sehingga permintaan pasar meningkat (W1,O1) 2. Meningkatkan

pemasaran yang luas	permintaan konsumen (S5,O1) 3. Mempertahakan cita rasa produk (S3,O1) 4. Menyusuaikan kualitas dan harga pada produk (S4,O1)	fasilitas costumer yang berkunjung (W3,S2) 3. Mengoptimal kan sistem manajemen perusahaan (W2,O1) 4. Meningkatkan inovasi pengemasan pada produk (W4,O1)
Ancaman (T) 1. Tingkat persaingan tinggi 2. kondisi ekonomi	**Strategi S-T** **1.** Menginovasi produk sesuai kebutuhan pasar (S5,T4) **2.** Mempertahankan	**Strategi W-T** 1. Meningkatkan kegiatan promosi agar mencapai keunggulan

yang tidak stabil 3. Selera konsumen yang berubah -ubah 4. Banyaknya peniruan yang terjadi pada produk usaha.	kualitas pelayanan dan cita rasa produk yang dihasilkan (S3,T3) **3.** Harga produk yang terjangkau sesuai kondisi ekonomi (S4,T2)	dalam bersaing (W1,T1) 2. Membuat kemasan produk yang spesifik agar mengurangi peniruan oleh usaha lain (W4,T4) 3. Meningkatkan daya saing dengan membentuk sistem manajemen yang lebih baik (W2,T1) 4. Meningkatkan penyedian fasilitas untuk

		kosumen dalam meningktakan persaingan (W3,T1)

Sumber : Penelitian Lapangan diolah 2018

Matrik SWOT dapat mengambarkan dengan jelas bagaimana Usaha Kue Bunda menyusun strategi berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang ada. Matrik ini akan menghasilkan empat jenis alternatif strategi yaitu strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T diantaranya:

1) Strategi *Strenghts – Opportunities* (S-O)

Strategi yang disusunkan dengan menggunakan kekuatan internal untuk memanfatkan peluang ekternal dalam mengembangkan Usaha Kue Bunda ada beberapa strategi S-O yang dikemukakan sebagai berikut:

a) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Dalam mengharapkan costumer yang terus meningkat tentunya perusahaan harus mampu memuaskan costumer dengan meningkaatkan pelayanan terhadap costumer tersebut, Usaha Kue Bunda harus sigap dalam melayani costumer agar costumer merasa di perhatikan dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

b) Menciptakan produk-produk baru yang disesuaikan dengan permintaan konsumen.

Setiap costumer tentunya mempunyai selera yang berbeda-beda, baik itu dari segi rasa, bentuk, warna maupun dari segi kebutuhan lainnya. Usaha Kue Bunda harus sigap dalam melakukan inovasi produk dan melakukan penambahan menu agar banyak pilihan yang membuat costumer senang.

c) Mempertahakan cita rasa produk.

Dalam menjaga kepuasan costumer setiap produk yang di hasilkan oleh Usaha Kue Bunda harus menjaga cita rasa yang konsisten atau tidak berubah-rubah. Sebab jika cita rasa produk Usaha Kue Bunda berubah-ubah maka costumer akan merasa kecewa dan tidak akan datang mengkonsumsi produk Usaha Kue Bunda lagi.

d) Menyusuaikan kualitas dan harga pada produk

Dalam bisnis kuliner merupakan salah satu usaha yang memperhatikan kualitas produk dan harga pada produk. Usaha Kue Bunda harus menjaga kualitas produk untuk mengurangi resiko berpindahnya costumer pada usaha cake & bakery lain. Selain menjaga kualitas produk Usaha Kue Bunda juga harus memperhatikan harga pada setiap produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.

2) Strategi *Weaknesses – Opprtunities* (W-O)

Bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi tersebut adalah:

a) Meningkatkan kegiatan promosi sehingga permintaan pasar meningkat.

   Promosi merupakan ujung tombak perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Dengan promosi Usaha Kue Bunda dapat memberitahukan atau mengenalkan produk yang di hasilkan sehingga permintaan akan produk menjadi meningkat. Promosi dapat dilakukan dengan salah satu cara yaitu membuat iklan di media cetak, radio serta televisi bisa juga memanfaatkan sosial media untuk melakukan promosi terhadap produk yang dijual.

b) Meningkatkan fasilitas costumer yang berkunjung.

   Salah satu membuat costumer Usaha Kue Bunda nyaman adalah terpenuhinya kebutuhan costumer tersebut salah satunya merupakan tersedianya fasilitas usaha yang di kunjungi costumer seperti tempat untuk menunggu pesanan, tempat parkir costumer roda 2 maupun roda 4 dan lainnya.

c) Mengoptimalkan sistem manajemen perusahaan.

   Sebuah perusahaan atau usaha yang dijalankan hendak mempunyai sistem manajemen agar program kerja pada Usaha Kue Bunda terstruktur dan lebih memudahkan dalam bekerja. Manajemen yang baik dapat meningkatkan daya

guna dan hasil semua potensi yang dimiliki serta dapat mengantisipasi ancaman pada usaha.

d) Meningkatkan inovasi pengemasan pada produk.

Dalam dunia usaha melakukan inovasi merupakan suatu hal yang harus dilakukan untuk kelangsungan usaha. Maka dari itu salah satu inovasi yang harus dilakukan Usaha Kue Bunda adalah mempunyai kemasan produk yang spesifik agar mudah di kenal oleh costumer dan mempunyai ciri khas.

3) Strategi *Strenghts - Threats (S-T)*

a) Menginovasi produk sesuai kebutuhan pasar.

Dengan kebutuhan costumer yang berubah-rubah Usaha Kue Bunda harus mampu berinovasi sesuai kebutuhan cake & bakery costumer yang sesuai di pasaran dan sesuai pada waktunya.

b) Mempertahankan kualitas pelayanan dan cita rasa produk yang dihasilkan.

Adanya istilah yang tidak asing lagi di dengar adalah pembeli itu adalah raja. Untuk membuat costumer nyaman dan berharap datang lagi ke Usaha Kue Bunda harus di layani dengan semestinya. Begitu juga dengan produk yang di hasilkan tentunya dengan cita rasa yang enak dan konsisten.

c) Harga produk yang terjangkau sesuai kondisi ekonomi.

Usaha Kue Bunda harusnya memproduksi Cake & bakery

dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan seperti, pelajar, mahasiswa,pekerja dan lainnya karna mengingat kondisi ekonomi yang terkadang tidak stabil.

4) Strategi *Weaknesses – Threats* (W-T)

Teknik mempertahankan yang diarahkan pada pengurangan kelemahan dan menghindari ancaman, strategi yang dapat dilakukan adalah:

a) Meningkatkan kegiatan promosi agar mencapai keunggulan dalam bersaing.

Promosi yang lakukan dengan maksimal akan dapat mengenalkan produk Usaha Kue Bunda di pasaran.

b) Membuat kemasan produk yang spesifik agar mengurangi peniruan oleh usaha lain.

Kemasan pada produk bukan di lihat manfaatnya sebagai kemasan saja tapi lain halnya adalah mempermudah costumer mengenali produk dengan kemasan tersebut. Maka dari itu Usaha Kue Bunda harus mempunyai kemasan produk yang spesifik atau kemasan yang unik yang mudah di kenal costumer dan juga menghindari peniruan oleh usaha lain.

c) Meningkatkan daya saing dengan membentuk sistem manajemen yang lebih baik.

Manajemen yang baik bisa meningkatkan daya saing dalam

usaha, dari manajemen yang baik seorang pengusaha dapat mengendalikan pesaing.

d) Meningkatkan penyedian fasilitas untuk konsumen dalam meningktakan persaingan.

Persaingan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Menyediakan fasilitas yang di butuhkan costumer sudah merupakan cara membuat costumer nyaman yang belum tentu dilakukan oleh usaha lain.

4. Tabel Bobot Skor Usaha Kue Bunda

Setelah melakukan beberapa tahap yaitu: indikasi faktor internal dan ekternal, pembuatan matrik IFAS dan EFAS, serta matrik SWOT maka dapat ditentukan strategi pengembangan Usaha Kue Bunda yang dapat dilihat dari perhitungan jumlah total skor masing- masing strategi.

Dimana strategi dengan skor tertinggi akan dipakai oleh perusahaan dalam membuat kajian dan keputusan yang mempengaruhi performaUsaha Kue Bunda, seperti yang diuraikan pada tabel beriku:

Tabel 4.7

Tabel Bobot Skor Usaha Kue Bunda

Internal / **Ekternal**	***Strenght*** **(kekuatan)**	**Weaknesses** **(kelemahan)**

Opportunities **(Peluang)**	**Strategi S-O** Total Skor 2.30 + 1.65 = 3.95	**Strategi W-O** Total Skor 1.60 + 1.65 = 3.25
Threat **(Ancaman)**	**Strategi S-T** Total Skor 2.30 + 1.45 = 3.75	**Strategi W-T** Total Skor 1.60 + 1.45 = 3.05

Sumber data : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel bobot skor diatas, dilakukan pengamatan dan pengembangan semua faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan Usaha Kue Bunda, maka dapat dilihat bahwa strategi S-O memiliki skor tertinggi yaitu 3.95 dibandingkan dengan strategi lain.

C. Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Sperfektif Ekonomi Islam

Bisnis dalam islam bertujuan untuk mencapai empat hal, yaitu sebagai berikut:

1. Target Hasil.

Tujuan bisnis tidak selalu mencari profit atau keuntungan materi saja tetapi juga harus memberikan keuntungan dan manfaat non materi. Misalnya,menciptakan suasana persaudaraan, kepedulian sosial, dan sebagainya.

Usaha Kue Bunda menyadari bahwa materi saja tidak cukup dalam memenuhi kebutuhan perusahaan tanpa di dasari sistem kekeluargaan dan menjalin hubungan silaturahmi. Jika perusahaan sudah menciptakan suasana persaudaraan, maka konsumen akan merasa nyaman untuk datang lagi ke Usaha Kue Bunda.

2. Pertumbuhan.

Upaya pertumbuhan tentu dalam koridor syariah. Misalnya dalam meningkatkan jumlah produksi, seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menghasilkan produk baru dan sebagainya. Tanpa adanya kecurangan-kecurangan dalam produksi maupun distribusi. Yang dijelaskan pada ayat berikut ini:

3. Keberlangsungan.

Pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungan kurun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu dalam koridor syariat islam.

4. Keberkahan.

Faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi

bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridhaan Allah.[64]

Usaha Kue Bunda percaya bahwa reski itu datangnya dari Allah SWT. Bersyukur itu membuat rasa lelih tergantikan dengan hasil yang didapatkan. Maka sedikit atau banyaknya keuntungan yang di dapat Usaha Kue Bunda harus di syukuri agar menjadi berkah.[65]

Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah:172 sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُلُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا رَزَقۡنَٰكُمۡ وَٱشۡكُرُواْ لِلَّهِ إِن كُنتُمۡ إِيَّاهُ تَعۡبُدُونَ ١٧٢

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.(Q.S Al-Baqarah:172)*

[64]Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Edisi Pertama (Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP,2 014) hal 11

[65]Wawancara Pribadi dengan Nadya Putri, Manajer Usaha Kue Bunda di Toko, 14 Nove mber 2018 Jam 14.30 WIB

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan strategi pada Usaha Kue Bunda yaitu dengan tertinggi strategi *Strenghs – Opportunities* (SO) dengan nilai 3.95

Strenghs – Opportunities (SO) merupakan strategi yang menggunakan kekuatan dan peluang untuk melakukan pengembangan pada Usaha Kue Bunda. Ada beberapa strategi yang digunakan oleh Usaha Kue Bunda diantaranya:

1. Memaksimalkan kualitas produk sehingga dengan mudah produk Usaha Kue Bunda di terima di pasaran.
2. Menyesuaikan interior dan fasilitas tempat usaha sesuai dengan kebutuhan dan keinginan costumer dengan melakukan inovasi tempat usaha ataupun menyediakkan di tempat yang baru.
3. Mempertahankan kualitas pelayanan dan cita rasa produk

yang dihasilkan

B. Saran

1. Saran Untuk Akademis
    1) Saran bagi akademis adalah lebih mempelajari dan menggali lagi mengenai strategi pengembangan usaha melalui paktek usaha dan dengan cara membaca buku mengenai strategi pengembangan usaha. Kerena paktek saja kurang cukup jika tidak menguasai teori dan juga sebaliknya menguasai teori saja tidak cukup jika tidak di lengkapi dengan praktek.
    2) Saran bagi akademis lainnya adalah lebih mempelajari mengenai tahapan pelaksanaan strategi pengembangan dengan menggunakan analisis SWOT. Karena dalam penelitian ini analisis SWOT mampu memberikan solusi untuk kelangsungan usaha yang di butuhkan oleh perusahaan.
2. Saran Untuk Praktisi

    Dari hasil penelitian penulis hal yang dapat disarankan kepada Usaha Kue Bunda adalah:

    1) Cobalah mempererat hubungan dengan pihak luar untuk mengantisipasi kerugian yang terjadi apabila ada kendala pada usaha yang di lakukan di tempat usaha.
    2) Menambah jaringan usaha di luar tempat usaha atau di luar kota utama usaha (Bukittinggi) misalnya, Payakumbuh, padang panjang, solok dan lainnya. Agar produk Usaha Kue Bunda ini

juga di kenal oleh banyak orang.

3) Segera melibatkan sistem informasi dalam mempromosikan produk Usaha Kue Bunda seperti sosial media, radio, internet dan lainnya. Agar cara ini lebih efektif dan efesien menyampaikan informasi tentang cake dan bakery yang ada pada Usaha Kue Bunda. Bukan hanya mengharapkan promosi mulut ke mulut saja karena cara ini kurang menginformasikan secara efektif dan efesien.
4) Memperbaiki sistem manajemen dan cara kerja karyawan agar Usaha Kue Bunda bukan meningkatkan kualitas produk saja tetapi juga kualitas karyawan yang sangat berpengaruh pada kelangsungan Usaha Kue Bunda.

DAFTAR PUSTAKA

Ayuningtyas, Dumilah, 2013. *Perencanaan Strategi Untuk Organisasi Pelayanan Kesehatan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Abdullah, Ma'ruf, 2011. *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antarsari.

Bakhri Mokh Syaiful & Abdussalam, 2012. *Sukses Berbisnis Ala Rasurullah SAW*. Penerbit Erlangga.

Candra, Ahmadi, & Dadang Hermawan,2013. *E-Busines & E-Commerce*, Yogyakarta : ANDI.

Dapartemen Pendidikan & Kebudayaan Republik Indonesia,2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Jakarta: balai pustaka.

Dapartemen Pendidikan & Kebudayaan Republik Indonesia, 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: balai pustaka.

Fahmi, Irham, 2014. *Manajemen*, Bandung: ALVABETA.

Gunawan, Sumidingrat, 2002. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*, Jakarta : Gramedia.

Hariandja, Efendi, Mariot Tua, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Hery, 2014. *Pengendalian Akuntansi dan Manajemen*, Jakarta : Kencana.

Hasibuan, S.P Melayu, 2003. *Program Pengembangan Usaha Kecil Menengah dan Pekoperasian*, Jakarta : Rineka Cipta.

Hak, Nurul, 2011. *Ekonomi Islam dan Hukum Bisnis Syariah*, Depok Slemba Yogyakarta.

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

Jamilah, Fitrotin, 2014. *Strategi Penyelesaian Sengketa Bisnis*, Yogyakarta : Pustaka Yustisia

Kamaludin, 2010. *Etika Manajemen Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia

Kasmir, 2011. *Kewirausahaan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Kustoro, Budiarta, 2009. *Pengantar Bisnis*, Jakarta : Mitra Wacana Media.

Kementerian, Agama RI Al-Qur'an

Muslich, 2007. *Bisnis Syariah*, Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn.

Muljono, 2012. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, Yogyakarta : ANDI.

Muhammad & Lukman Fauroni,2002. *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniah.

Mardani, 2014. *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenadaedia Group.

Muhammad,2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Maleong,Lexy.J, 1995. *Metedologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Novati Rian, 2015. *Strategi Perkembangan Budidaya Ikan Hiyas "Life Fish"*, Bogor : Skripsi : Kampus IPB Darmaga.

Pusat Pengkajian & Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2008. *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Purwadi Hendri, 2014. *Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Kerapu,*Skripsi: Universitas Mulawarman.

Rahmawati, 2016. *Bisnis Kecil Menengah*, Yogyakarta : Ekuilibra.

Rangkuti, Freddy, 1997. *Analisis SWOT (Teknik Membedah Kasus Bisnis),* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sukardi, Paulus & Evi Thelia Sari,2007. *Bisnis Internasional*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suwiknyo, 2010. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Shihab, M.Quraish,2001. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera hati.

Suryati, Siti, *Strategi Pengembangan Bisnis pada Diva cake and cokies di Analisis SWOT*, Jurnal, Dikutip tanggal 27/04/2019 09:17

Usman, Abdul Halim, 2015. *Manajemen Strategi Syariah*, Jakarta : Zikrul Hakim.

Yusanto, Muhammad Ismail,2002. *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Gema Insani Press.