

**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA PADA KURNIA SARI KATERING SEMARANG DAN
DITINJAU DARI SEGI BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Disusun guna Memenuhi sebagian persyaratan mencapai
derajat Sarjana Ekonomi (S.E)

Jurusan Ekonomi Islam (EI)



Oleh:

**KHUSNIATUL MAZIDUN NIKMAH
122411113**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2019**

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.
Jl. Tugu Lapangan No. H 40. Tambak Aji RT 05 RW 01, Ngaliyan, Semarang

Arif Efendi, SE, M.Sc
Poncoharjo RT 03 RW 02 Kec. Bonang, Kab. Demak

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lapm : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. KhusniatulMazidun Nikmah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara;

Nama : Khusniatul Mazidun Nikmah

NIM : 122411113

Judul : **Analisis Swot Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia**

Sari Katering Semarang Dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadikan maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 Juli 2019

Pembimbing I



Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.
NIP. 196908301994032003

Pembimbing II



Arif Efendi, SE, M.Sc.
NIP. 198505262015031002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/ Fax (024) 7601291, 7624691
Semarang Kode Pos 50185

PENGESAHAN

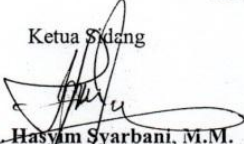
Skripsi Saudara : KHUSNIATUL MAZIDUUN NIKMAH
NIM : 122411113
Judul : ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA PADA KURNIA SARI
KATERING SEMARANG DAN DITINJAU DARI SEGI
BISNIS ISLAM

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat baik pada tanggal 24 Juli 2019 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2018/2019.

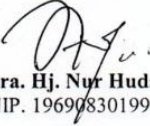
Semarang, 24 Juli 2019

Mengetahui,


Ketua Sidang


Drs. H. Hasyam Syarbani, M.M.
NIP. 195709131982031002

Sekretaris Sidang


Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.
NIP. 196908301994032003

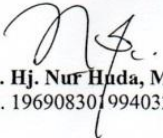
Penguji Utama I


Drs. H. Wahab, M.M.
NIP. 196909082000031001

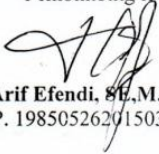
Penguji Utama II


Heny Yuningrum, S.E., M.Si.
NIP. 198106092007102005

Pembimbing I


Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.
NIP. 196908301994032003

Pembimbing II


Arif Efendi, S.E., M.Sc.
NIP. 198505262015031002

MOTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (10)

Artinya: “apabila telah ditunaikan shalat. Maka bertebarlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (QS. Jumuah: 10)” *

* *Alqur'an dan Terjemah Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Perca, 1983, hlm. 555.

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan mengarungi samudra Ilahi tanpa batas, dengan keringat dan air mata kupersembahkan karya tulis skripsi ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap keindahan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan ku khususnya buat:

- ❖ Bapak dan Ibuku (Bapak Ihsan dan Ibu Musdalifah) yang tercinta yang memberi motivasi dan semangat dalam hidupku. Ridlamu adalah semangat hidup ku.
- ❖ Adik-adikku tercinta (Fuada dan Afi) yang telah memberi semangat.
- ❖ Seluruh keluarga, semoga semuanya selalu berada dalam pelukan kasih sayang Allah SWT.
- ❖ Keluarga besar Pondok Pesantren Putri Uswatun Hasanah Bunyai Aisyatun dan Pakyai Mustaqim Husnan (Alm) serta teman-temanku mbk Eny, mbk Ibah, Azka, Indah dan masih banyak yang tak bisa aku tulis semuanya, terimakasih untuk ilmu motivasi dan dukungannya.
- ❖ Sahabat-sahabatku Rika, Mardiah, Laili, Akmalia, Umi dan seluruh angkatan 2012 terimakasih sudah memberikan

kenangan terindah yang kalian berikan dan sukses selalu untuk kalian semua.

- ❖ Teman-temanku yang tak dapat kusebutkan satu persatu yang selalu bersama dalam canda dan tawa yang senasib seperjuangan.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam daftar kepustakaan yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 24 Juli 2019



Khusniatul Mazidun Nikmah
NIM: 122411113

ABSTRAK

Kurnia Sari Katering merupakan usaha di bidang makanan (kuliner), yakni jasa yang memberikan pelayanan dalam penyediaan makanan sesuai dengan pesanan. Berupa nasi box, kue ulang tahun, selapanan, snack, jajan bal, dan masih banyak lainnya. Usaha Kurnia Sari Katering sulit berkembang yaitu, harga produk yang tinggi di kalangan masyarakat setempat, pemasaran yang masih menggunakan sistem mulut ke mulut, dan semakin banyaknya usaha-usaha Katering baru di Semarang. Kondisi demikian berimbas pada Katering usaha Kurnia Sari. Sebagai rumusan masalah, bagaimana hasil analisis strategi pengembangan Usaha pada Kurnia Sari Katering Semarang dalam meningkatkan omzet penjualan melalui analisis SWOT?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan yang memiliki kompetensi. Data sekunder adalah dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan permasalahan penelitian. Metode pengumpulan data dengan wawancara, telaah dokumen dan observasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan deskriptif analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam matrik IFAS menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2.99, hal ini mengidentifikasikan bahwa usaha Kurnia Sari Katering berada diposisi internal yang kuat, dimana usaha ini memiliki kekuatan baik dari segi produk. Selanjutnya didalam matrik Efas menunjukan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3.24 , hal ini mengidentifikasikan bahwa usaha Kurnia Sari Katering tersebut merespon diketahui setelah menggengkan kekuatan dengan peluang dan strategi SO, maka diperoleh untuk mempertahankan rasa yang enak dan penataan yang rapi. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran. Dan pada strategi ST diperoleh hasil Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan menambah tenaga kerja. Begitu pula dengan strategi WO diperoleh hasil

untuk meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial, menambah tenaga kerja.dan terakhir yaitu strategi WT yaitu mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan dan menetapkan harga sesuai pasar atau konsumen.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan Usaha, Kurnia Sari, Katering Semarang

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang maha pengasih dan penyayang, bahwa atas taufiq dan hidayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi yang berjudul: “ ***ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA KURNIA SARI KATERING SEMARANG DAN DITINJAU DARI SEGI BISNIS ISLAM***” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr Imam Taufiq MAg, selaku Rektor UIN Walisongo.
2. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
3. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag selaku pembimbing I dan Bapak Arif Efendi, SE, M.Sc. selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak pimpinan perpustakaan Institut yang telah memberikan izin dan layanan kepastakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Para Dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, beserta staf yang telah membekali berbagai pengetahuan
6. Orang tuaku yang senantiasa berdoa serta memberikan restunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah penulis berserah diri, dan semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Metode Penelitian.....	11
G. Sistematika Penulisan	15
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Strategi	18
1. Pengertian Strategi	18
2. Perumusan Strategi.....	30
3. Tipe-Tipe Strategi	31
4. Strategi dalam Islam.....	32

B. Pengembangan Usaha	37
1. Definisi Pengembangan Usaha	37
2. Tahapan Pengembangan Usaha	44
3. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha	47
4. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam	48
C. ...Manajemen IslamMatrix Efas dan Ifas	54
BAB III : GAMBARAN UMUM KURNIA SARI KATERING	
A. Letak Geografis Wilayah Penelitian	61
B. Struktur Organisasi	67
BAB IV : PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	69
B. Pembahasan.....	70
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	112
B. Saran-saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan usaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha.¹ Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik dimulai dari kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu dibutuhkan strategi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut.²

Menjadi seorang wirausahawan itu mudah, tetapi tidak gampang. Bukan hanya perlu modal, tetapi lebih utama memiliki tekad yang kuat disertai dengan mental yang tidak mudah menyerah serta kepandaian untuk membaca setiap peluang usaha.

¹ Robi Setyawan, *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil "AMAN-AMIN" Transport Tours and Travel Ambarketawang Sleman Yogyakarta*, Yogyakarta: 2015, hlm. 1

² Irpah Rambe, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Pada Hulu Tebing Tinggi*, Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018, hlm. 1

Prinsip yang tidak kalah penting dan harus ditanamkan dalam diri seorang pengusaha adalah keberanian dalam muncul. Persaingan dan tantangan inilah yang merupakan ujian bagi para usaha agar dapat bertahan, bahkan terus maju dan mengembangkan potensi yang ada.³

Salah satu usaha yang berkembang dalam bidang makanan yang berada di Semarang adalah Kurnia Sari Katering yang berlokasi di jalan Kebonharjo Rt 04/ Rw 03, Kelurahan Tanjungmas, Kecamatan Semarang Utara, Kota Semarang, usaha yang berawal dari menjual kue donat yang dititipkan ke warung setempat dan ada juga yang dibawa ke kantin sekolah, yang dapat dijadikan usaha oleh para konsumen maupun hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Islam adalah agama yang lengkap, mengatur seluruh aspek kehidupan, mulai manusia hidup sampai meninggal. Mulai manusia bangun tidur hingga tidur kembali. Mulai manusia memulai usaha hingga menggapai kesuksesan, bahkan juga memberikan wejangan manakali masih mengalami kegagalan. Aspek penting dalam Islam yang tidak dapat dilepaskan adalah ibadah dan muamalah. Ibadah dan muamalah merupakan dua hal penting yang akan selalu ada ketika kita mencoba menggali lebih

³ Bonafasius Aji Kuswiratmo, *Memulai Usaha itu Gampang! Langkah-langkah Hukum Mendirikan Badan Usaha Hingga Mengelolanya*, Jakarta Selatan: Visimedia, 2016, hlm iii

dalam mengenai agama Islam.⁴ Selain Islam mengatur dalam hal urusan sosial dan ekonomi. Islam juga mengalhalkan berbagai usaha seperti halnya perdagangan, perniagaan, atau jual beli yang didalamnya termasuk bisnis.⁵ Islam juga memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam menjalankan bisnis tersebut, yaitu Al-Qur'an dan sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan prinsip-prinsip umum mengenai penerapan didalam bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman.⁶ seperti firman Allah dalam Q.S Al-Jumu'ah: 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (10)

Artinya: “apabila telah ditunaikan shalat. Maka bertebarlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”⁷

Ayat di atas, menjelaskan bahwa sesudah mendirikan shalat, manusia diperintahkan mencari bekal untuk kehidupan dunia sebagai sarana untuk beribadah. Namun, tidak semata-mata mencari materi atau kekayaan sebagai tujuan utama, melainkan keseimbangan antara materi dan rohani. Bisnis merupakan segala

⁴ Nur Asnawi, Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*, Depok: Rajawali Pres, 2017, hlm. 1

⁵ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm. 81

⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, hlm. 7

⁷ *Alqur'an dan Terjemah Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Perca, 1983, hlm. 555

aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan untuk kehidupan masyarakat sehari-hari.⁸

Usaha makanan boleh dibilang tidak ada matinya. Selama manusia hidup, selama itu pula membutuhkan makanan. Apalagi dengan jumlah jutaan penduduk Indonesia, merupakan pasar besar dan tak ada habisnya.⁹

Penyediaan sumber makanan oleh Allah bagi manusia amatlah mengagumkan. Lebih dari enam miliar manusia sekarang, demikian juga manusia sebelumnya, dikaruniai persediaan makanan dari bumi yang tiada habis-habisnya. Sumber makanan terutama berasal dari tanah berupa tanaman didukung oleh keberadaan air dan sinar matahari melalui proses fotosintesis. Dari tumbuh-tumbuhan Allah menciptakan biji-bijian, sayur-sayuran, dan buah-buahan sebagai makanan bagi manusia. Allah berfirman,

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ (88)

Artinya “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya.”(QS. Al Maidah : 88).¹⁰

⁸ M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2013, hlm. 2

⁹ Yuyun A, *38 Inspirasi Usaha makanan dan Minuman untuk Home Industry*, Jakarta: AgroMedia Pustaka, 2010, hlm. v

¹⁰ Kementerian Agama RI, *Makanan dan Minuman dalam Prespektif Islam dan Sainns*, Jakarta: Lajnah Pentasihan Mushaf Litbang dan Diklat, 2013, hlm. 5

Dalam Islam, makanan halal sangat penting karena menjadi pintu awal diterimanya do'a dan keberkahan harta dan keluarga. Yang dimaksud dengan makanan halal adalah makanan yang diperbolehkan dan didapatkan dengan cara yang diperbolehkan dan didapatkan dengan cara yang diperbolehkan, dibeli dengan uang mubah tanpa proses yang merugikan.¹¹ Selain makanan yang halal, diwajibkan untuk mengonsumsi makanan yang *tayib*. Pengertian istilah *tayib* ini adalah makanan yang memiliki kandungan gizi dan nutrisi yang cukup sehingga bermanfaat bagi tubuh.¹² Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Q.S an-Nahl :114.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ (114)

Artinya: “maka makanlah yang halal lagi dari rezki yang telah diberika Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”.¹³

Dalam ayat ini Allah SWT menyuruh umat manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*tayib*). Mengonsumsi makanan tidaklah cukup yang halal saja. Namun

¹¹ Fahad Salim Bahamam, *Makanan dan Minuman dalam Islam (ILLUSTRATION): Penjelasan Tentang Topik Makan dan Minum dan Hukum yang Terkait dengannya Menurut Islam, Modern Guide*, hlm. 2

¹² Taufiqurrahman Rasyid, *Manajemen Bisnis Makanan Bakso Qolbu Berbasis Syari'at Islam dalam Perspektif Dakwah di Pasar Segar Kota Makassar*, Makassar: Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, 2016, hlm. 7

¹³ *Alqur'an dan Terjemah Bahasa Indonesia*, hlm. 281

juga harus baik. Halalnya makanan ditinjau dari tiga hal, yaitu halal wujudnya atau zatnya, halal cara memperolehnya dan halal cara pengelolaannya.

Jika dikaitkan dengan pengembangan usaha industry makanan yang akan dibahas dalam penelitian ini maka dapat ditemukan suatu titik antara strategi pengembangan bisnis dengan landasan-landasan islam tentang bisnis itu sendiri. Terlebih untuk bisnis makanan yang memiliki pangsa pasar yang banyak. Kehalalan dan kebaikan dari makanan yang dikonsumsi harus diperhatikan selain kreasi makanan itu sendiri.¹⁴

Kurnia Sari Katering merupakan usaha di bidang makanan (kuliner), yakni jasa yang memberikan pelayanan dalam penyediaan makanan sesuai dengan pesanan. Berupa nasi box, kue ulang tahun, selapanan, snack, jajan bal, dan masih banyak lainnya.

Melalui wawancara, apakah yang menjadi penyebab Usaha Kurnia Sari Katering sulit berkembang? Dari wawancara diketahui beberapa masalah mendasar yang menyebabkan usaha Kurnia Sari Katering sulit berkembang yaitu, harga produk yang tinggi di kalangan masyarakat setempat, pemasaran yang masih menggunakan sistem mulut ke mulut, dan semakin banyaknya usaha-usaha Katering baru di Semarang. Kondisi demikian berimbas pada Katering usaha Kurnia Sari. Sebagai contohnya

¹⁴ Irpah Rambe, hlm. 4

omzet Katering Kurnia Sari yang diperoleh pada tahun 2014-2018 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Omzet Penjualan Katering Kurnia Sari Semarang Tahun 2014-2018

Tahun	Omzet yang Dicapai	% Omzet yang Dicapai	% Target	Status
2014	Rp 1.128.000.000	100,3%	100%	+
2015	Rp 1.600.000.000	103,2%	100%	+
2016	Rp 1.930.000.000	92,3%	100%	-
2017	Rp 2.502.000.000	92,7%	100%	-
2018	Rp 3.356.000.000	85 %	100%	-

Sumber: Kurnia Sari Katering Semarang, 2018

Berdasarkan laporan omzet penjualan, terdapat gap pada tahun 2016, 2017 dan 2018 dimana realisasi omzet di bawah target yang diinginkan. Realisasi omzet yang tidak sesuai dengan yang diinginkan seperti yang dilihat di atas mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor yang menyebabkan omzet penjualan tersebut tidak sesuai dengan target yang diinginkan, sehingga usaha Kurnia Sari Katering sulit berkembang.

Melihat tentang pengembangan usaha dan masalah yang dihadapi oleh Kurnia Sari Katering melalui wawancara langsung yang dilakukan oleh penulis maka diperlukan strategi-strategi

pengembangan bisnis, yang mana strategi-strategi tersebut akan dianalisis menggunakan analisis SWOT, untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha pada Kurnia Sari Katering Semarang dan Ditinjau dari Segi Bisnis Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana hasil analisis strategi pengembangan Usaha pada Kurnia Sari Katering Semarang dalam meningkatkan omzet penjualan melalui analisis SWOT”.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha pada Kurnia Sari Katering Semarang dalam meningkatkan omzet penjualan melalui analisis SWOT.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan penulis dalam hal pengembangan usaha, tidak hanya di bidang kuliner saja.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat mengembangkan usaha dan memperluas pemasaran perusahaan.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan informasi dasar rujukan yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini bermaksud agar tidak terjadi plagiat dan pengulangan dalam penelitian. Berdasarkan studi pustaka yang digunakan, ada beberapa penelitian yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini, diantaranya :

Dalam penelitiannya, Sari (2015) dengan judul “*Strategi Pembangunan Bisnis Baby Buncis (Phaseolus vulgaris L.) di Baby Frech Farmer Group, Kabupaten Bandung Barat*” menggunakan Matrik IFE dan EFE untuk merumuskan faktor internal dan eksternal utama. Kekuatan utama yang diperoleh dari penelitian yaitu koordinasi yang baik dari ketua gapoktan selaku pimpinan dengan karyawan, kestabilan dan profitabilitas harga jual Baby Buncis dan ketersediaan sarana produksi, sedangkan kelemahan utama yaitu keterbatasan menemukan sumber keuangan yang stabil dan terpercaya serta lahan pertanian yang terbatas. Peluang utama yaitu daya beli konsumen Baby Buncis yang tinggi dan ancaman utama yaitu kebutuhan

memeroleh tenaga kerja harian dan pemutusan hubungan kerja oleh petani.¹⁵

Penelitian (skripsi 2016) Indira Gita Adelia dengan judul: “*Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih Bina Usaha Jamur Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor*”. Temuan penelitian sebagai berikut: kelompok usaha bina usaha jamur merupakan sebuah usaha budidaya jamur tiram yang beralokasi dikecamatan Dramaga Kabupaten Bogor. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor kunci internal dan eksternal usaha bina usaha jamur, merumuskan alternative strategi, dan meprioritaskan strategi yang dihasilkan. Responden penelitian ini berjumlah tiga orang yang berasal dari pihak internal dan eksternal usaha. Alat analisis yang digunakan adalah Matriks IFE, Matriks EFE, Matrik SWOT, dan Matrik QSP. Matriks IFE dan EFE menunjukkan bahwa usaha memiliki kondisi internal rata-rata dan usaha ini memiliki posisi yang baik untuk merespon lingkungan eksternal. Enam alternative strategi yang dihasilkan berdasarkan Matriks SWOT dan strategi prioritas utama yang dihasilkan melalui Matriks QSP yaitu meningkat kapasitas usaha.¹⁶

¹⁵ Mutiara Inestya Sari, *Strategi Pengembangan Bisnis Baby Buncis (Phaseolus vulgaris L.) di Baby French Farmer Group, Kabupaten Babdung Barat*, Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2015

¹⁶ Indira Gita Adelia, *Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih Bina Usaha Jamur Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor*, Bogor: Institut Prtanian Bogor, 2016

F. Metode penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kualitatif dan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian.¹⁷ Penelitian kualitatif merupakan jenis penellitian yang menghasilkan temuan tidak berdasarkan prosedur, biasanya merujuk kepada hidup seseorang, pengalaman hidup, perilaku, emosi dan perasaan, maupun tentang fungsi organisasi, gerakan sosial, fenomena interaksi budaya.¹⁸

Menurut Denzin 7 Lincoln (1994) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan sebagai metode yang ada.¹⁹ Pada penelitian kualitatif, teori dibatasi pada pengertian: suatu pernyataan sistematis yang berkaitan dengan seperangkat proposisi yang berasal dari data dan diuji kembali secara empiris.²⁰

¹⁷ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005, hlm. 34

¹⁸ Azuar Juliandi, Irfan, Saprihal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU PRESS, 2014, hlm. 11

¹⁹ Albi Anggito, Johan Setawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: CV Jejak, hlm 7

²⁰ Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitaif*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, hlm. 8

Di dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah actual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberika perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Variabel yang diteliti bisa tunggal (satu variabel) bisa juga lebih dari satu.²¹ Pendeskripsian penelitian tersebut berdasarkan pada usaha di Kurnia Sari Katering.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan dari orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut, dan data tersebut sebelumnya tidak ada.²² Data tersebut langsung diperoleh dari pihak Kurnia Sari Katering melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

²¹ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2015, hlm. 34-35

²² Azuar Juliandi, Irfan, Saprihal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis, Medan: Umsu Pres, 2014, hlm. 65*

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data aslinya tidak diambil peneliti tetapi pihak lain.²³ Data diperoleh dari website.

c. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari para responden dalam berbagai situasi dan konteks.²⁴ Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topic tertentu.²⁵

Metode yang dilakukan tanya jawab lisan pada pihak yang akan diteliti, yaitu pihak dari Kurnia Sari

²³ Azuar Juliandi, Irfan, Saprihal Manurung, hlm. 66

²⁴ Sumiaji Sarosa, *Penelitian Kualitatif: Dasar-dasar*, Jakarta Barat: PT INDEKS, hlm. 45

²⁵ Fenti Hikmawati, *Metodologo Penelitian*, Depok: Rajawali Pres, 2018, hlm. 83

Katering. Adapun jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tak berstruktur (*Unstructured interview*) yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.²⁶

2. Observasi

Observasi (*observation*) adalah pengamatan, perhatian, atau pengawasan. Metode pengumpulan data dengan observasi artinya mengumpulkan data atau menjangkau data dengan melakukan pencatatan secara seksama (cermat dan teliti) dan sistematis.²⁷ Observasi yang dilakukan peneliti adalah non partisipan dimana observasi atau peneliti benar-benar bertindak sebagai orang di luar kelompok subjek yang sedang diamati.²⁸

Observasi yang dilakukan dengan mengamati kejadian-kejadian yang terkait dengan usaha bisnis di Kurnia Sari Katering.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar

²⁶ Fenti Hikmawati, hlm. 83

²⁷ Supardi, hlm. 136

²⁸ Supardi, hlm. 138

atau karya-karya monumental dari seseorang.²⁹ Dokumen yang dimaksud adalah segala catatan baik berupa catatan dalam kertas (*hardcopy*) maupun elektronik (*softcopy*). Dokumen dapat berupa buku, artikel media massa, catatan harian, manifesto, undang-undang, notulen, blog, halaman web, foto, dan lainnya.³⁰ Dalam penelitian ini, dokumentasi didapat langsung dari pihak Kurnia Sari Katering.

d. Teknik Analisis Data

Hasil penelitian selain akan dianalisis secara kualitatif deskriptif juga akan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Analisis SOWT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunitis*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.³¹

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman, maka pembahasan disusun secara runtun dan sistematis sebagai berikut:

²⁹ Fenti Hikmawati, hlm. 84

³⁰ Samiaji Sarosa, hlm. 61

³¹ <http://id.m.wikipedia.org>wiki>. Searching pada tanggal 14 juli

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM ISLAM

Pada bab ini berisi tentang strategi meliputi pengertian strategi, perumusan strategi, dan tipe-tipe strategi. Pengembangan usaha meliputi definisi pengembangan usaha, tahapan pengembangan usaha, jenis-jenis pengembangan usaha, dan strategi pengembangan usaha dalam perspektif Islam. Pemasaran dan matrik EFAS dan IFAS.

BAB III GAMBARAN UMUM USAHA KURNIA SARI KATERING

Pada Bab ini memaparkan letak geografis wilayah penelitian, sejarah singkat pendiri usaha Kurnia Sari Katering, serta struktur organisasi Kurnia Sari Katering.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap strategi pengembangan Usaha Kurnia Sari Katering dan analisis SWOT.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian tersebut dan berakhir dengan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Menurut Abdul Halim Usman, strategi Islam berarti sesuatu yang dirancang dan disiasati secara cermat agar memberi hasil atau keuntungan berdasarkan al-Qur'an dan hadits. Dalam organisasi perusahaan, strategi selalu memberikan hasil yang lebih baik, sehingga jika proses manajemen pada perusahaan tidak memberikan hasil yang lebih baik maka proses manajemen tersebut tidak dapat disebut manajemen strategis.¹ Demikian pula menurut Basu Swastha dan Irawan, strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Jadi, strategi ini dibuat berdasarkan suatu tujuan.²

Dalam rangka pencapaian tujuan organisasi, telah umum diketahui bahwa istilah strategi semula bersumber dari

¹ Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Islam: Teori, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2015, hlm. 20.

² Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2009, hlm. 67.

kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan." Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, karena dalam arti yang sesungguhnya, manajemen puncak memang terlibat dalam satu bentuk "peperangan" tertentu.³

Pendapat lain menyatakan bahwa strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" yang secara bahasa dapat diartikan sebagai "*concerning the movement of organisms in response to external stimulus*" (suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar).⁴ Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.⁵

³ Sondang P. Siagaan, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi aksara, 2008, hlm. 15

⁴ Lewis Mulford Adams, dkk, *Websters World University Dictionary*, Washington: D.C. Publisher Company, Inc, 1965, hlm. 1019.

⁵ M. Arifin, *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008, hlm. 39.

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda: dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah "program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya.

Kata "program" dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, yang disadari, dan yang rasional, yang dimainkan oleh manajer dalam merumuskan strategi perusahaan/organisasi. Dari perspektif yang kedua, strategi adalah "pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu." Dalam definisi ini, setiap organisasi mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Artinya, setiap organisasi mempunyai hubungan dengan lingkungannya yang dapat diamati dan dijelaskan. Pandangan seperti ini mencakup organisasi di mana perilaku para manajernya adalah reaktif, artinya para manajer menanggapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan hanya jika mereka merasa perlu untuk melakukannya. Pembahasan mengenai strategi dalam tulisan ini akan menyangkut kedua definisi di atas, namun akan

menekankan pada peran aktif. Perumusan sebuah strategi secara aktif dikenal sebagai perencanaan strategis (*strategic planning*), yang fokusnya luas dan umumnya berjangka panjang.⁶

Dalam merumuskan suatu strategi, manajemen puncak harus memperhatikan berbagai faktor yang sifatnya kritikal. Pertama: Strategi berarti menentukan misi pokok suatu organisasi karena manajemen puncak menyatakan secara garis besar apa yang menjadi pembenaran keberadaan organisasi, filosofi yang bagaimana yang akan digunakan untuk menjamin keberadaan organisasi tersebut dan sasaran apa yang ingin dicapai. Yang jelas menonjol dalam faktor pertama ini ialah bahwa strategi merupakan keputusan dasar yang dinyatakan secara garis besar.

Kedua: dalam merumuskan dan menetapkan strategi, manajemen puncak mengembangkan profil tertentu bagi organisasi. Profil dimaksud harus menggambarkan kemampuan yang dimiliki dan kondisi internal yang dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan. Ketiga: pengenalan tentang lingkungan dengan mana organisasi akan berinteraksi, terutama situasi yang membawa suasana persaingan yang mau tidak mau harus dihadapi oleh organisasi apabila organisasi yang bersangkutan ingin tidak hanya mampu melanjutkan

⁶ James A.F. Stoner, *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait, Jakarta: Erlangga, 1992, hlm. 139

eksistensinya, akan tetapi juga meningkatkan efektivitas dan produktivitas kerjanya.⁷

Keempat: suatu strategi harus merupakan analisis yang tepat tentang kekuatan yang dimiliki oleh organisasi, kelemahan yang mungkin melekat pada dirinya, berbagai peluang yang mungkin timbul dan harus dimanfaatkan serta ancaman yang diperkirakan akan dihadapi. Dengan analisis yang tepat berbagai alternatif yang dapat ditempuh akan terlihat. Kelima: Mengidentifikasi beberapa pilihan yang wajar ditelaah lebih lanjut dari berbagai alternatif yang tersedia dikaitkan dengan keseluruhan upaya yang akan dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan dan sasaran organisasi. Keenam: menjatuhkan pilihan pada satu alternatif yang dipandang paling tepat dikaitkan sasaran jangka panjang yang dianggap mempunyai nilai yang paling strategik dan diperhitungkan dapat dicapai karena didukung oleh kemampuan dan kondisi internal organisasi.

Ketujuh: Suatu sasaran jangka panjang pada umumnya mempunyai paling sedikit empat ciri yang menonjol, yaitu: (a) sifatnya yang idealistik, (b) jangkauan waktunya jauh ke masa depan, (c) hanya bisa dinyatakan secara kualitatif, dan (d) masih abstrak. Dengan ciri-ciri seperti itu, suatu strategi perlu memberikan arah tentang

⁷ Sondang P. Siagaan, *Manajemen Strategik...* hlm. 16.

rincian yang perlu dilakukan. Artinya, perlu ditetapkan sasaran antara dengan ciri-ciri: (a) jangkauan waktu ke depan spesifik, (b) praktis dalam arti diperkirakan mungkin dicapai, (c) dinyatakan secara kuantitatif, dan (e) bersifat konkret. Kedelapan: Memperhatikan pentingnya operasionalisasi keputusan dasar yang dibuat dengan memperhitungkan kemampuan organisasi di bidang anggaran, sarana, prasarana dan waktu.⁸ Kesembilan: mempersiapkan tenaga kerja yang memenuhi berbagai persyaratan bukan hanya dalam arti kualifikasi teknis, akan tetapi juga berperilaku serta mempersiapkan sistem manajemen sumber daya manusia yang berfokus pada pengakuan dan penghargaan harkat dan martabat manusia dalam organisasi.

Kesepuluh: teknologi yang akan dimanfaatkan yang karena peningkatan kecanggihannya memerlukan seleksi yang tepat. Kesebelas: Bentuk, tipe dan struktur organisasi yang akan digunakan pun sudah harus turut diperhitungkan, misalnya apakah akan mengikuti pola tradisional dalam arti menggunakan struktur yang hierarkikal dan piramidal, ataukah akan menggunakan struktur yang lebih datar dan mungkin berbentuk matriks. Keduabelas: menciptakan suatu sistem pengawasan sedemikian rupa sehingga daya inovasi, kreativitas dan diskresi para pelaksana kegiatan operasional

⁸ *Ibid.*, hlm. 16.

tidak "dipadamkan." Ketigabelas: sistem penilaian tentang keberhasilan atau ketidakberhasilan pelaksanaan strategi yang dilakukan berdasarkan serangkaian kriteria yang rasional dan objektif. Keempatbelas: Menciptakan suatu sistem umpan balik sebagai instrumen yang ampuh bagi semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan strategi yang telah ditentukan itu untuk mengetahui apakah sasaran terlampaui, hanya sekedar tercapai atau mungkin bahkan tidak tercapai. Kesemuanya itu diperlukan sebagai bahan dan dasar untuk mengambil keputusan di masa depan.

Dari pembahasan di atas kiranya jelas bahwa pada dasarnya yang dimaksud dengan strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan manajemen organisasi bisnis khususnya ialah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.⁹

Robert H. Hayes dan Steven C. Wheelwright telah mengidentifikasi lima ciri utama strategi yang membedakannya dari jenis perencanaan umum:

⁹ *Ibid.*, hlm. 17.

1. Wawasan waktu (*time horizon*). Pada umumnya, kata strategi dipergunakan untuk menggambarkan kegiatan yang meliputi cakrawala waktu yang jauh di depan, yaitu waktu yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dan juga waktu yang diperlukan untuk mengamati dampaknya.
2. Dampak (*impact*). Walaupun hasil akhir dengan mengikuti suatu strategi tertentu tidak langsung terlihat untuk jangka waktu yang lama, dampak akhirnya akan sangat berarti.
3. Pemusatan upaya (*concentration of effort*). Sebuah strategi yang efektif biasanya mengharuskan pemusatan kegiatan, upaya, atau perhatian terhadap rentang sasaran yang sempit. Dengan memfokuskan perhatian pada kegiatan yang dipilih ini, secara implisit kita mengurangi sumber daya yang tersedia untuk kegiatan lainnya.
4. Pola keputusan (*pattern of decisions*). Walaupun sebagian perusahaan hanya perlu mengambil sejumlah kecil keputusan utama untuk menerapkan strategi pilihannya, kebanyakan strategi mensyaratkan bahwa sederetan keputusan tertentu harus diambil sepanjang waktu. Keputusan-keputusan tersebut harus saling menunjang, artinya mereka mengikuti suatu pola yang konsisten.

5. Peresapan (*pervasiveness*). Sebuah strategi mencakup suatu spektrum kegiatan yang luas mulai dari proses alokasi sumber daya sampai dengan kegiatan operasi harian. Selain itu, adanya konsistensi sepanjang waktu dalam kegiatan-kegiatan ini mengharuskan semua tingkatan perusahaan bertindak secara naluri dengan cara-cara yang akan memperkuat strategi.¹⁰

Kelima ciri ini jelas menunjukkan bahwa strategi perusahaan merupakan inti tempat semua kegiatan utama lainnya berputar. Strategi bersifat jangka panjang dan luas cakupannya. Ia meresapi dan mengendalikan semua tindakan penting organisasi, dan ia merupakan faktor penting, penentu keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi di kemudian hari.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenal strategi terus berkembang. Hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir. Untuk jelasnya, kita bisa melihat perkembangan tersebut berikut ini:

Chandler (1962) : strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

¹⁰ James A.F. Stoner, *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait, Jakarta: Erlangga, 1992, hlm. 140.

Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965): strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan alat untuk bersaing. Dengan demikian salah satu focus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.

Argyris (1985), Mintzberg (1979), Steiner dan Miner (1977): strategi merupakan respon – secara terus-menerus maupun adaptif – terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.

Porter (1985): strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

Andrew (1980), Chaffe (1985) : strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, deptholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima atau keuntungan yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Hamel dan Prahalad (1995) : strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus – menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa 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 kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.

Definisi strategi yang ditemukan oleh Chandler (1962: 13) menyebutkan bahwa “strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan. Konsep-konsep adalah sebagai berikut:

a. Distinctive Competence

Distinctive Competence, tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki “*Distinctive Competence*”. *Distinctive Competence* menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. Menurut Day dan Wensley (1998), identifikasi Distinctive Competence dalam suatu organisasi meliputi:

1. Keahlian tenaga kerja
2. Kemampuan sumber daya

Dua faktor itu menyebabkan perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan

membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing.

b. *Competitive Advantage*

Competitive Advantage, kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Menurut Porter, ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu:

1. *Cost leadership*
2. Diferensiasi
3. Focus

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah dengan nilai atau kualitas produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena dia memanfaatkan skala ekonomis, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya.¹¹

¹¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm. 3-6

2. Perumusan Strategi

Perumusan strategi sangat diperlukan setelah mengetahui suatu ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.

a. Misi

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan berdirinya suatu organisasi, pernyataan misi organisasi yang disusun dengan baik, mengidentifikasi tujuan dan yang membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani.

b. Tujuan

Tujuan merupakan hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan hal-hal yang akan diselesaikan, dan sebaiknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.

c. Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang cara perusahaan akan

mencapai misi dan tujuannya. Strategi memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan kemampuan.

d. Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan-kebijakan tersebut diinterpretasi dan diimplementasi melalui strategi dan tujuan divisi masing-masing. Divisi-divisi kemudian akan mengembangkan kebijakannya, yang akan menjadi pedoman bagi wilayah fungsional yang diikutinya.¹²

3. Tipe-Tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi, yaitu:

- a. Strategi manajemen, meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

¹² Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014, hlm. 30-32

- b. Strategi investasi, merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.
- c. Strategi bisnis, ini juga sering di sebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.¹³

4. Strategi dalam Islam

Kata “strategi dalam Islam” menurut Abdul Halim Usman berarti sesuatu yang dirancang dan di siasti secara cermat agar memberi hasil atau keuntungan berdasarkan al-Qur’an dan hadits. Dalam organisasi perusahaan, strategi selalu memberikan hasil yang lebih baik, sehingga jika proses manajemen pada perusahaan tidak memberikan hasil yang

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, hlm. 6-7

lebih baik maka proses manajemen tersebut tidak dapat disebut manajemen strategis.¹⁴

Proses menyusun strategi pada masa Rasulullah juga sering kali digunakan untuk berdakwah dan memperluas kekuasaan atau bahkan berperang. Salah satu konsep strategi perang yang diketahui adalah kisah Khalid bin Walid Radhiyallahu ‘anhu yang pada saat itu sangat sadar, tidaklah mungkin menandingi pasukan sebesar pasukan Romawi tanpa siasat yang jitu. Ia lalu mengatur strategi, ditebarkan rasa takut ke diri musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan setiap hari. Pasukan di barisan depan ditukar di belakang, dan yang di belakang berada di depan. Pasukan sayap kanan berganti posisi ke kiri begitupun sebaliknya. Tujuannya adalah agar pasukan romawi mengira pasukan muslimin mendapat bantuan tambahan pasukan baru. Selain itu, Khalid bin Walid mengulur-ulur waktu peperangan sampai sore hari karena menurut aturan peperangan pada waktu itu, peperangan tidak boleh dilakukan pada malam hari. Khalid memerintahkan beberapa kelompok prajurit kaum muslimin pada pagi harinya agar berjalan dari arah kejauhan menuju medan perang dengan menarik pelepah-pelepah pohon sehingga dari kejauhan terlihat seperti pasukan bantuan yang datang dengan membuat debu-debu berterbangan. Pasukan musuh yang menyaksikan

¹⁴ Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Islam: Teori, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2015, hlm. 20.

peristiwa tersebut mengira bahwa pasukan muslim benar-benar mendapatkan bala bantuan. Mereka berpikir, bahwa kemarin dengan 3000 orang pasukan saja merasa kewalahan, apalagi jika datang pasukan bantuan. Karena itu, pasukan musuh merasa takut dan akhirnya mengundurkan diri dari medan pertempuran.

Pasukan Islam lalu kembali ke Madinah, mereka tidak mengejar pasukan Romawi yang lari, karena dengan mundurnya pasukan Romawi berarti Islam sudah menang. Dari kisah tersebut dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung Islam telah mengajarkan umatnya untuk merangkai dan menjalankan sebuah strategi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Begitu pula strategi dalam sebuah organisasi pada dasarnya dimaksudkan sebagai suatu proses (aktivitas) penentuan dan pencapaian tujuan organisasi melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu *planning, organizing, actuating, dan controlling* dalam penggunaan sumberdaya organisasi. Karena itulah, aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi yang bersangkutan. Berkenaan dengan hal itu, Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridha Allah SWT. Hal ini seperti yang dikatakan Allah dalam Qur'an surat Al Mulk ayat 2 sampai 3 yang mensyaratkan dipenuhinya dua syarat sekaligus, yaitu niat yang ikhlas dan cara yang harus sesuai

dengan hukum syariat Islam. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu sekaligus, maka amal itu tergolong *ahsan (ahsanul amal)*, yakni amal terbaik di sisi Allah SWT.¹⁵

Dalam mencapai keberhasilan penjualan produk serta kemajuan perusahaan, di perlukan adanya suatu sistem manajemen yang baik. Perusahaan harus mampu melakukan semua fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan memecahkan masalah. Selain fungsi manajemen perlu adanya sebuah sistem manajemen strategik dalam mengatur strategi seperti apa yang harus perusahaan miliki untuk kemajuan perusahaannya

Apabila semua aspek fungsi manajemen serta manajemen strategik tersebut tidak dilaksanakan bisa di pastikan perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama. Adanya sistem manajemen tersebut juga di gunakan untuk kesejahteraan umat baik islam maupun non islam. Sistem manajemen sendiri telah di atur oleh islam dan tertera dalam landasan al-quran dan hadits. Namun sangat disayangkan pada saat ini nilai manajemen yang di terapkan oleh islam jarang di terapkan oleh perusahaan. Serta banyak masyarakat yang masih bingung mengenai perbedaan manajemen strategik syariah dengan manajemen strategik konvensional sehingga menyamakan antara manajemen strategik syariah dan

¹⁵ Muhammad Ismail Yusmanto, *Manajemen Strategis Perspektif Islam*, Jakarta: Khairul Bayan, 2003, hlm. 2

konvensional. Padahal sudah jelas terlihat perbedaan antara manajemen strategik Islam dan konvensional dalam sistem landasan dan prinsip yang di pakai.

Manajemen strategik merupakan sebuah manajemen yang di terapkan sebuah perusahaan yang tujuannya untuk mengatur strategi apa saja yang seharusnya di lakukan sebuah perusahaan untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan, dengan menggunakan manajemen strategik perusahaan bisa mengetahui titik kelemahan kelebihan ancaman serta peluang yang di miliki perusahaan tersebut dan mengatur strategi ke depannya.

Konsep manajemen strategik Islam adalah sebuah proses manajemen berupa pengelolaan, perencanaan, pengawasan dan pengimplementasian harus dilaksanakan sesuai dengan landasan syariah (berdasarkan al-Qur'an dan hadits). Beberapa proses dalam manajemen Islam bisa di bagi menjadi 4 yakni: *ahdaf* (perencanaan), *tatbiq* (pelaksanaan), *muhasabah* (pengevaluasian), dan *ar riqobah* (pengawasan). Konsep manajemen strategik Islam memiliki beberapa kesamaan terhadap konsep manajemen strategik konvensional. Sebelum melakukan keempat elemen di atas harus terlebih dahulu melakukan analisis SWOT, analisis pada lingkungan

internal eksternal perusahaan. Apabila semua aspek tersebut di analisis barulah di lakukan sebuah perencanaan.¹⁶

B. Pengembangan Usaha

1. Definisi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Di samping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen.

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan

¹⁶ Riski Fathul Ulum, "Perbedaan Konsep Manajemen Strategik Syariah dan Manajemen Strategik Konvensional", <https://www.kompasiana.com/riskif/a48623bda2083bc5cb/perbedaan-konsep-manajemen-strategik-syariah-dan-manajemen-strategik-konvensional>, diakses tgl 21 Mei 2019, jam 21.30 WIB.

kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. Strategi pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu: 1) Strategi manajemen; 2) Strategi investasi; 3) Strategi bisnis.¹⁷

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai *basic* pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi. Namun disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia, dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Permasalahan lain yang dihadapi UMKM yaitu keterkaitan dengan kurang jelasnya prospek usaha dan perencanaan, dan belum mantapnya visi dan misinya. Hal tersebut terjadi karena umumnya UMKM bersifat *income gathering* yaitu menaikkan pendapatan. Karakteristik tersebut dapat dilihat pada usaha mikro, kecil dan menengah sekarang ini, pada umumnya merupakan usaha

¹⁷ Muhammad Afridhal, “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen”, *Jurnal Pertanian 1* (3) : 223–233 (2017), Vol. 2, No. 2, Oktober 2017, hlm. 224.

milik keluarga, penggunaan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses permodalan (*bankable*), dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi.¹⁸

Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Beberapa temuan penelitian sebelumnya, Hamid dan Susilo, 2011; Sakur, 2011; Syahza, 2013; Irdayanti, 2012, menyatakan lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Kontribusi dan peran UMKM

¹⁸ Alyas dan Muhammad Rakib, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan” (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)”, *Jurnal Sosiohumaniora*, Volume 19 No. 2 Juli 2017 : 114 – 120, hlm. 114.

pada perekonomian nasional sangat berarti, namun dari sisi daya saing banyak kelemahan dan permasalahan bagi UMKM yang harus dibenahi untuk menghadapi persaingan baik di dalam negeri maupun secara global.¹⁹

Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan pengembangan.²⁰

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.²¹

Pada penelitian AY Lubis, menurut Hafsa pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan

¹⁹ Ariani Mohamad Nur Utomo, "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan", *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, September 2017, 99-118, 2017, h. 100.

²⁰ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 538

²¹ Marithot Tua Efendi Harianjda, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002, hlm. 168

kemampuan usaha-usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Sedangkan menurut Mangkuprawira menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan dimasa depan. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.²²

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha.

Sedangkan, Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu Negara.²³

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup

²² AY Lubis, *Pengembangan usaha*, repository.usu.ac.id.bitstream.pdf, hlm. 9

²³ Harmizar, *Menangkap peluang usaha*, Bekasi: CV Anugerah Prakasa, 2003, hlm. 14

kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan.

Adapun beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli, diantaranya:

1. Muhammad Mach Foedz “ pengembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.”
2. Brown dan Petrello “ pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.”
3. Steinfeld “ pengembangan usaha adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha.”
4. Hughes dan Kapoor “ pengembangan usaha ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan.”
5. Mussleman dan Jackson “pengembangan usaha adalah suatu aktifitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan

ekonomi masyarakat dan perusahaan diorganisasi untuk terlibat dalam aktifitas tersebut”.

6. Allan Affuah “ pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen”.
7. Glos, Steade dan Lawry, “pengembangan usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka.”
8. Huat, T Chwee, “menurut Huat, T Chwee pengertian pengembangan usaha itu ada dua yaitu:
 - a. Pengembangan usaha dalam arti yang luas adalah istilah umum menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.
 - b. Pengembangan usaha adalah sekumpulan uang kecil yang dikelola sekumpulan orang banyak sehingga berubah menjadi barang nyata.²⁴

Dari pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

2. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki Ide Usaha

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

b. Penyaringan Ide Atau Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha kedalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penelitian kelayakan ide usaha formal maupun yang dilakukan secara informal.

c. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

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

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 dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengarahkan berbagai sumber

daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.²⁵

Mengidentifikasi tahapan sangat penting dalam pengembangan usaha dan kapan hal tersebut terjadi. Kadang kita perlu membahas tahapan-tahapan yang sudah dilakukan, sehingga pengkaji memahami seberapa cepat usaha telah berkembang sampai pada titik persiapan rencana usaha.

Untuk keperluan perencanaan, menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu dan tindakan atau kalender implementasi adalah lebih baik. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan. Rincian ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis. Beberapa hal yang perlu di pertimbangkan adalah sebagai berikut:

- a. Kemajuan akan terjadi lebih lambat dari yang diantisipasi, khususnya ketika diperlukan kerja sama dari individu atau organisasi eksternal. Meski usaha mungkin dianggap paling penting bagi wirausahawan, tetapi bagi penanam modal usaha, pemberi pinjaman, pemasok atau pengacara mungkin tidak begitu penting. Oleh karena itu mungkin akan terjadi keterlambatan.
- b. Batas nyaman yang mencukupi harus selalu dimasukkan dalam perencanaan. Lakukan pendekatan kepada sumber

²⁵ Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009, hlm. 153

dana dengan baik sebelumnya, dan biarkan terjadinya keterlambatan dalam penyerahan dan pemasangan perlengkapan.

- c. Dalam menyiapkan jadwal tahapan yang penting, tawarkan jadwal yang ambisius tetapi dipenuhi atau dilampaui. Dengan cara ini, wirausahawan dapat membangun reputasi untuk mencapai sasaran, yang akan meningkatkan kredibilitas di masa mendatang.²⁶

3. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Fred R. David, strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu:

- a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Interegration Strategy*)

Strategi ini menhendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan/atau para pesainya, misalnya melalui merger, akuisis atau membuat perusahaan sendiri.

- b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

- c. Strategi Diversifikasi (*Diservication Strategy*)

²⁶ Brian R. Ford, Jay M. Bornstein dan Patrick T. Pruitt, *The Ernst 7 Young Business Plan*, Jakarta: PT Cahaya Insani, 2008, hlm. 227

Strategi ini dimasukkan untuk produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

d. Strategi Bertahan (*Defensife Strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.²⁷

4. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam

Sikap dan perilaku yang tergolong budaya kerja (etos kerja Islami) ini seyogianya dimiliki/menjadi bagian dari keseharian dalam aktivitas seorang usahawan yang islami.²⁸ Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggung jawab untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalfahannya, menjaga diri dari

²⁷ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 35

²⁸ M. Ma'rif Abdullah, *Manajemen Berbasis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, hlm. 111.

maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja. Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaaf: 19:

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَلِيُؤْتِيَهُمْ أَجْرَهُمْ وَهُمْ لَا يَظْلَمُونَ

Artinya: “Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.

Dalam surat tersebut, orang-orang Islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh. Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau

konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non materiil (mendapat ridha dari Allah SWT).²⁹ Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

Silaturahmi merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon pelanggannya (*future market*), dan bahkan dengan kompetitornya. Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Dzariyat (51): 56. Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu

²⁹ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, hlm. 84-85.

harus dimulai dengan niat yang suci (lillahi ta'ala), cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dengan demikian maka ia akan memperoleh garansi keberhasilan dari Allah SWT.

Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh hendaknya menjadi budaya pebisnis syariah. Menurut ajaran Islam harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkan menjadi tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga menyuburkan bisnis kita. Sebagaimana Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah: 261.

Dalam rangka mengemban tugasnya sebagai khalifah Allah di bumi, manusia dibekali kekuatan fisik dan fasilitas untuk memelihara kekuatan tersebut, yaitu makanan dan minuman. Memelihara kehidupan adalah wajib, sehingga mencari rejeki pun wajib. Rejeki tidak datang sendiri, tetapi harus dicari, baik secara langsung seperti bertani, maupun melalui usaha-usaha produktif seperti menggunakan berbagai keterampilan yang dapat mendatangkan rejeki, seperti berdagang.³⁰ Oleh karena itu islam mewajibkan setiap muslim untuk bekerja.

³⁰ Kementerian Agama RI, *Tafsir Qur'an Tematik: Kerja dan Ketenaga Kerjaan*, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2010, hlm. 63

Selain itu, dalam hal keharusan bekerja secara eksplisit Al-Qur'an menyatakan, seperti tercantum dalam Surah al-Mulk/67: 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ (15)

Artinya: “dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu. Maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

Dalam al-Qur'an dan tafsirnya terbitan departemen agama, dinyatakan bahwa dengan memahami ayat ini dapat dikemukakan dua hal:

- a. Allah memerintahkan agar manusia berusaha dan mengolah alam untuk kepentingan mereka guna memperoleh rezeki yang halal. Hal ini berarti bahwa tidak mau berusaha dan bersifat pemalas bertentangan dengan perintah Allah.
- b. Karena berusaha dan mencari rezeki itu termasuk perintah Allah, maka orang yang mencari rezeki adalah orang yang menaati Allah, dan hal itu termasuk ibadah. Dengan perkataan lain, berusaha dan mencari rezeki itu bukan mengurangi ibadah, tetapi memperkuat dan memperbanyak ibadah tetapi memperkuat dan memperbanyak ibadah itu sendiri.

Inilah ajaran Al-Qur'an berkaitan dengan dorongan agar umat islam bekerja dan berusaha, yaitu agar manusia berusaha mengais rezeki dengan cara yang halal. Umat islam pun dilarang meminta-minta, karena hal tersebut merupakan perbuatan tercela.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada ummatnya mengenai bisnis syari'ah. Sebelum memulai bisnis, pembisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu

1. Jujur
2. Ikhlas
3. Professional
4. Silaturahmi
5. Niat suci dan ibadah
6. menunaikan zakat
7. Infaq
8. Shodaqoh.³¹

Ada beberapa hal dalam mengembangkan usaha secara syari'ah, diantaranya adalah:

- a. Bangun motivasi dan bulatkan tekad
- b. Perkuat tawakal kepada allah

³¹ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin: Penerbit Antasari Press, 2011, Hlm. 40

- c. Saat berusaha jangan memaksakan diri untuk berbisnis sesuai gambaran ideal yang anda miliki
- d. Pilih bisnis yang paling dikuasai dengan cepat
- e. Tentukan diferensiasi produk
- f. Pilih focus dan bekerjalah secara focus
- g. Carilah teman atau partner
- h. Perkuat kesabaran, ketaqwaan dan tawakal
- i. Berbuat baiklah dan tinggalkan maksiat.³²

C. Manajemen Islam

Secara ilmiah, perkembangan manajemen muncul di awal terbentuknya negara industri pada pertengahan kedua abad ke-19.³³ Secara etimologi, dalam bahasa Indonesia belum ada keseragaman mengenai terjemahan terhadap istilah "*management*" hingga saat ini terjemahannya sudah banyak dengan alasan-alasan tertentu seperti pembinaan, pengurusan, pengelolaan ketatalaksanaan, manajemen dan *management*.³⁴ Dalam *Kamus Ekonomi*, *management* berarti pengelolaan, kadang-kadang ketatalaksanaan. Dalam *Kamus Besar Bahasa*

³² Mardani, Hukum Bisnis Syari'ah, Jakarta: Perneramedia Group, 2014, hlm. 76

³³ Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Islam: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 27.

³⁴ Harbangan Siagian, *Manajemen Suatu Pengantar*, Semarang: Satya Wacana, 2013, hlm. 8-9.

Indonesia, manajemen berarti penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.³⁵

Secara terminologi, bahwa istilah manajemen hingga kini tidak ada standar istilah yang disepakati. Istilah manajemen diberi banyak arti yang berbeda oleh para ahli sesuai dengan titik berat fokus yang dianalisis.³⁶ Hal ini dapat dilihat sebagai berikut: menurut Sofyan Syafri Harahap manajemen adalah proses tertentu yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan tertentu yang sudah ditetapkan dengan menggunakan manusia dan sumber-sumber lainnya.³⁷

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah serangkaian kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, mengendalikan dan mengembangkan segala upaya dalam mengatur dan mendayagunakan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Dalam bahasa Arab, manajemen disebut sebagai *idara* (berkeliling atau lingkaran). Dalam konteks bisnis bisa dimaknai

³⁵ Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2012, hlm. 708.

³⁶ Moekiyat, *Kamus Management*, Bandung: Alumni, 1980, hlm. 320.

³⁷ Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Pengawasan dan Manajemen dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 1992, hlm. 121.

sebagai “bisnis berjalan pada siklusnya”.³⁸ Perbuatan manusia menurut pendekatan syariah dapat berbentuk ibadah dan bisa berbentuk muamalah. Suatu perbuatan ibadah pada asalnya tidak boleh dilakukan kecuali ada dalil atau ketentuan yang terdapat dalam Al Qur'an dan/atau Hadits, yang menyatakan bahwa perbuatan itu harus atau boleh dilakukan. Sedang dalam muamalah pada asalnya semua perbuatan boleh dilakukan kecuali ada ketentuan dalam Al Qur'an dan/atau Hadits yang melarangnya.³⁹

Kaitannya dengan konsep manajemen Islam sebagai berikut:

1. Menurut Sofyan Syafri Harahap, manajemen Islam adalah sebagai suatu ilmu manajemen yang berisi struktur teori menyeluruh yang konsisten dan dapat dipertahankan dari segi empirisnya yang didasari pada jiwa dan prinsip-prinsip Islam.⁴⁰
2. Menurut Nana Herdiana Abdurrahman, manajemen Islam adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengawasan sumber daya manusia

³⁸ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, h. viii.

³⁹ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Alfabet, 2003, h 91.

⁴⁰ Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Pengawasan dan Manajemen dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 1992, h. 126.

untuk mencapai sasaran yang diinginkan sesuai dengan ajaran Islam.⁴¹

3. Menurut Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, manajemen syariah membahas perilaku yang diupayakan menjadi amal saleh yang bernilai abadi. Manajemen syari'ah membahas struktur yang merupakan sunatullah dan struktur yang berbeda-beda itu merupakan ujian Allah. Manajemen syari'ah membahas sistem, dimana sistem yang dibuat harus menyebabkan perilaku pelakunya berjalan dengan baik.⁴²
4. Menurut M. Ma'ruf Abdullah, manajemen Islam dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan manajer yang membuat bisnis berjalan sesuai rencana dalam rangka melaksanakan keridhaan Tuhan melalui orang lain berdasarkan ajaran Islam.⁴³

Sejalan dengan itu, menurut Adiwarmanto A. Karim bahwa manajemen Islam harus mencakup empat hal: *pertama*, manajemen Islami harus didasari nilai-nilai dan akhlak Islami. *Kedua*, kompensasi ekonomis dan penekanan terpenuhinya kebutuhan dasar pekerja. *Ketiga*, faktor kemanusiaan dan

⁴¹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Islam dan Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h. 22.

⁴² Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Islam dalam Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2003, h. 5 dan 9.

⁴³ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, h. viii.

spiritual sama pentingnya dengan kompensasi ekonomis. *Keempat*, sistem dan struktur organisasi sama pentingnya.⁴⁴

D. Matrik Efas dan Ifas

1. Matrik EFAS (eksternal faktor Analysis Summary)

Sebelum membuat matrik faktor eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan faktor strategi Eksternal:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan menggunakan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah

⁴⁴ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 171.

kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

- d. Kalikan bobot dengan kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
- e. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4.

2. Matrik IFAS (internal faktor analysis summary)

Setelah faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu table IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) perusahaan. Tahapnya adalah:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00.)

- c. Hitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4(sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industry atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industry, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industry, nilainya 4.
- 1). Kalikan bobot pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
 - 2). Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.⁴⁵

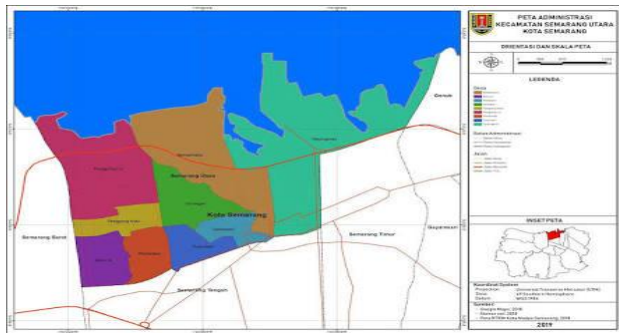
⁴⁵ Freddy Rangkuti, hlm. 25-28

BAB III

GAMBARAN UMUM KURNIA SARI KATERING

A. Letak Geografis Wilayah Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Kebonharjo Rt 04 Rw 03 Kelurahan Tanjungmas Kecamatan Semarang Utara, Kota Semarang. Terletak didataran rendah dengan ketinggian 25 m dpl. Secara geografis letak kecamatan semarang utara dapat dilihat dalam peta dibawah ini:



Gambar 3.1 Peta Kecamatan Semarang Utara¹

Kecamatan semarang utara mempunyai luas berkisar 1.135,275 ha. Dengan batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah Utara : Laut Jawa
2. Sebelah Timur : Kecamatan Semarang Timur
3. Sebelah Selatan : Kecamatan Semarang Selatan

1

<https://www.google.com/peta tematik kecamatan semarang utara>, diakses tanggal 14 Juli 2019, pukul 20.00 WIB

4. Sebelah Barat : Semarang Barat

Pembagian wilayah kecamatan semarang utara dapat dilihat dalam table sebagai berikut:

Table 3.1 Luas Wilayah Kecamatan Semarang Utara Menurut Kelurahan

No	Kelurahan	Luas (Ha)
1	Bulu Lor	60.00
2	Plombokan	60.00
3	Panggul Kidul	33.93
4	Panggul Lor	140.00
5	Kuningan	41.52
6	Purwosari	48.02
7	Dadapsari	46.89
8	Bandarharjo	342.68
9	Tanjungmas	323.78
Jumlah		1.096.82

Sumber Data: Bappeda Kota Semarang, Kecamatan Semarang Utara Dalam Angka 2012

Penduduk kecamatan semarang utara berjumlah 127.921 jiwa, terdiri dar laki-laki 62.339 jiwa dan perempuan 65.582 jiwa yang berdomisili pada 9 (Sembilan) kelurahan yang ada, yang dapat dilihat dari table berikut:

**Table 3.2 Populasi Penduduk Kecamatan Semarang Utara
Menurut Kelurahan**

No	Kelurahan	Jumlah Penduduk		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Bulu Lor	7.397	7.743	15.140
2	Plombokan	4.053	4.040	8.093
3	Panggal Kidul	2.680	2.669	5.149
4	Panggal Lor	6.813	7.368	14.181
5	Kuningan	7.142	7.265	14.407
6	Purwosari	4.222	4.368	8.860
7	Dadapsari	5.002	5.445	10.447
8	Bandarharjo	10.590	10.190	20.780
9	Tanjungmas	14.426	16.214	30.640

Sumber Data: Bappeda Kota Semarang, Kecamatan Semarang Utara Dalam Angka 2012

Populasi penduduk tersebut dapat dirinci sesuai komposisi menurut agama, secara rinci dapat dilihat dari table dibawah ini.

**Table 3.3 Komposisi Penduduk Semarang Utara
Menurut Agama**

No	Agama	Jumlah
1	Islam	103.402
2	Katholik	11.466

3	Protestan	10.216
4	Budha	2.399
5	Hindu	401
Jumlah		127.884

Sumber Data: Bappeda Kota Semarang, Kecamatan Semarang Utara Dalam Angka 2012

Di samping itu pula penduduk kecamatan semarang utara apabila ditinjau dari segi mata pencahariannya, maka pekerja sebagai pengusaha adalah jumlah yang terbesar sebagaimana table berikut:

Table 3.4 Komposisi Kecamatan Semarang Utara Menurut Jenis Mata Pencaharian

No	Mata Pencaharian	Jumlah
1	Nelayan	1.860
2	Industry/Kerajinan	8.597
3	Pengusaha	12.270
4	Angkutan	1.235
5	Buruh Industry	8.630
6	Buruh Bangunan	1.959
7	Pns/Abri	2.256
8	Pensiunan	2.265
9	Jasa-Jasa Lainnya	11

10	Perdagangan	4.476
Jumlah		

Sumber Data: Bappeda Kota Semarang, Kecamatan Semarang Utara Dalam Angka 2012

B. Sejarah Singkat Usaha Kurnia Sari Katering

Kurnia Sari Katering merupakan usaha di bidang kuliner, Katering ini berlokasi di jalan Kebonharjo Rt. 04 Rw. 03, Kelurahan Tanjungmas, Kecamatan Semarang Utara, Kota Semarang, yang memulai usaha pada tahun 1992 oleh pemilik ibu Hesti Sukesi. Berawal dari inginmenambah penghasilan dan kebetulan bu Hesti hobi memasak. Akhirnya beliau memutuskan untuk memulai usahanya dengan jualan donat dan beberapa snack. Bu Hesti Sukesi mengolah sendiri bahan mentah kemudian beliau setorkan ke warung-warung sekitar dan kantin-kantin sekolahan. Sampai sekarangpun bu Hesti masih menyetorkan kuenya ke warung sekitar.

Usaha Katering yang didirikan oleh ibu Hesti Sujkesi diberi nama Kurnia sari, Kurnia Sari sendiri berasal dari anak perempuan ke tiga dan keempat ibu hesti dan suaminya bapak Sape'i yang merupakan salah satu tokoh daerah di Kebonharjo. Pada awalnya bu Hesti mempunyai pekerja yang bertugas untuk mengambil barang untuk disetorkan ke warung-warung, tapi setelah satu minggu ditunggu tidak menyetorkan uang. Ternyata,

uangnya dipakai sendiri. Sejak itu bu Hesti memutuskan untuk menyetorkan sendiri.

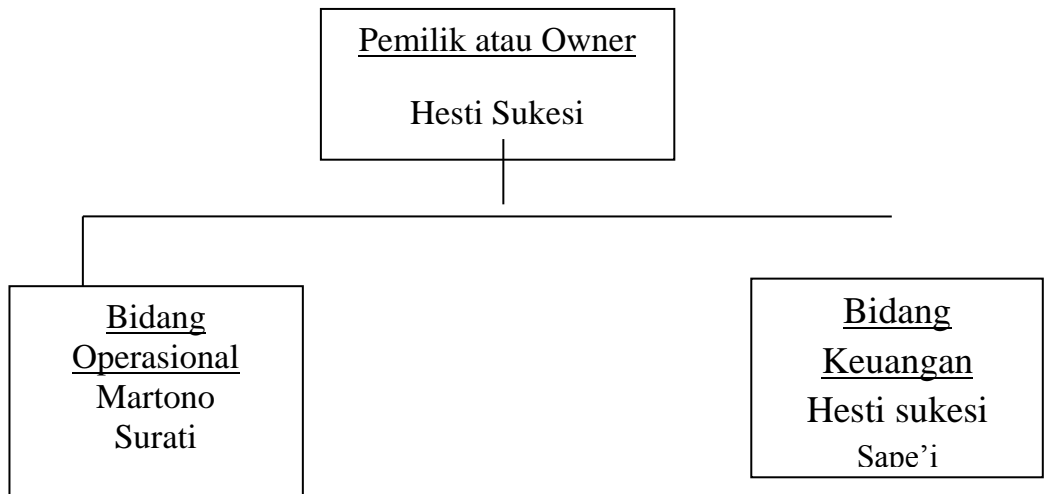
Seiring berjalannya waktu Kurnia Sari Katering ramai pesanan dari nasi box, kue ulangtahun, acara selapanan, snack, acara organisasi seperti di kelurahan dan untuk tambahan beliau juga menerima pesanan hantaran parcel untuk pernikahan, dan beberapa acara lainnya. Karena pesanan semakin banyak beliau memperkerjakan beberapa karyawan, dengan rasa yang lezat dan bahan baku yang selalu baru disetiap ada pemesanan jadi pilihan masyarakat sekitar untuk memesan di Kurnia Sari Katering dikala itu.

Dalam perjalanan sebuah bisnis, tidak akan selamanya berada pada posisi yang selalu menguntungkan. Bertambahnya tahun dan pesaing semakin banyak Kurnia Sari Katering tidak bisa mengimbangi perkembangan zaman, semakin lama usaha bu Hesti kalah dengan pesaing.

Sekarang bu Hesti Sukei masih menekuni usaha Kateringnya dibantu sang suami yaitu bapak Sape'i. Walaupun sudah tidak seramai dulu, tapi bu Hesti masih semangat untuk menjalankan usahanya tersebut. Dan sekarang Usaha Kurnia Katering sudah mendapat izin PIRT (Perizinan Pangan Industry Rumah Tangga).²

² Hasil wawancara dengan ibu Hesti Sukei (Pemilik Usaha Kurnia Katering), pada tanggal 11 juli 2019, pukul 10.00 WIB

C. Struktur Organisasi



a. Pemilik atau Owner

Pemilik atau owner dari Usaha Kurnia Sari Katering memiliki kedudukan tertinggi. Dimana pemilik atau owner adalah yang memiliki ide usaha Kurnia Sari Katering. Beliau juga yang bertanggung jawab pengambilan keputusan yang berkaitan dengan usaha. Pemilik usaha Kurnia Sari Katering memiliki wewenang untuk mengawasi semua kegiatan yang ada di dalam usaha.

b. Bidang Operasional

Bidang operasional usaha Kurnia Sari Katering memiliki tugas sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab dalam mengurus produksi
 2. Bertanggung jawab dalam alat peralatan yang digunakan
 3. Memperhatikan kualitas produk
 4. Memperhatikan kepuasan konsumen
 5. Melakukan tugas-tugas lainnya yang sehubungan dengan manajemen Operasional
- c. Bidang Keuangan

Tugas pada bidang keuangan usaha Kurnia Sari Katering adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pengelolaan keuangan usaha
2. Mencatat pengeluaran dan pemasukan
3. Melakukan penyusunan anggaran untuk bahan baku
4. Mencatat gaji karyawan perbulan
5. Bertanggung jawab untuk semua kegiatan keuangan pada Usaha Kurnia Sari Katering.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Pengelolaan Usaha Kurnia Sari Katering

Usaha Kurnia Sari Katering yang dikelola oleh Ibu Hesti Sukesti berawal dari ingin menambah pendapatan dan bu Hesti yang suka memasak. Tenaga kerja usaha kurnia sari Katering masih di daerah kebonharjo tidak ada yang dari luar daerah. Bahan baku yang digunakan sesuai dengan pesanan konsumen. Produknya macam-macam dari nasi box, snack, kue ulang tahun, kadang juga dapat pesanan dari acara seperti selapanan, pengajian jum'at, perkumpulan RT maupun RW.

2. Analisis Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan oleh Usaha Kurnia Sari Katering sesuai dengan pesanan konsumen.

3. Analisis Promosi

Usaha Kurnia Sari Katering di era teknologi yang berkembang saat ini belum memiliki website untuk

mempromosikan usahanya, promosi dilakukan dari mulut ke mulut. Dan memasang baliho didepan rumah.

4. Analisis Lokasi

Bagi sebuah bisnis lokasi merupakan salah satu hal yang penting, semakin bisa dijangkau oleh masyarakat semakin menguntungkan bagi pengusaha. Lokasi usaha Kurnia Sari Katering terletak di Kebonharjo Rt 04 Rw 03 kelurahan Tanjungmas Kecamatan Semarang Utara Kota Semarang.

B. Pembahasan

Bisnis menurut Islam adalah suatu yang diharamkan bahkan sangat dianjurkan oleh Islam. Bisnis bahkan dilakukan oleh Nabi dan Sahabat Rasulullah di zaman dahulu. Sangat banyak sekali sahabat-sahabat Nabi yang merupakan para pembisnis dan dari hartanya tersebut dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi perkembangan Islam.

Islam memperbolehkan bisnis asalkan bukan hal hal yang mengarah kepada riba, judi, penyediaan produk atau layanan yang mengandung barang-barang haram. Untuk itu di balik bisnis menurut Islam yang diharamkan ini tentu saja ada etika dan manfaat yang dapat diperoleh. Islam pun

mengharapkan agar bisnis yang dilakukan oleh seorang muslim tidak hanya memiliki keuntungan untuk diri sendiri melainkan juga dapat memberikan manfaat yang banyak kepada banyak orang. Hal ini sesuai dengan prinsip Islam yang rahmatan lil alamin.

Orientasi bisnis menurut Islam sejatinya tidak bertentangan dengan [tujuan penciptaan manusia](#), [proses penciptaan manusia](#), [hakikat penciptaan manusia](#), [konsep manusia dalam Islam](#), dan [Hakikat Manusia Menurut Islam](#) sesuai dengan [fungsi agama](#). Tentu saja bisnis Islam juga berorientasi pada keuntungan penjual dan pembeli, kemasalahatan masyarakat, hilangnya pengangguran dan bertambahnya lahan pekerjaan, mengoptimalkan sumber daya alam yang telah Allah berikan.

Orientasi dari bisnis islam bukan hanya sekedar menguntungkan satu orang saja apalagi pihak yang memiliki bisnis melainkan kepada orang-orang lain yang juga terlibat dalam bisnis baik secara langsung atau tidak. Tentu saja bisnis Islam harus sesuai dengan prinsip dalam [transaksi ekonomi dalam Islam](#), [ekonomi dalam Islam](#), dan [hukum ekonomi syariah menurut Islam](#). Selain itu, untuk dapat menjalankan bisnis sesuai orientasi Islam, juga harus mengetahui tentang [macam-macam riba, hak dan kewajiban](#)

[dalam Islam, fiqh muamalah jual beli](#), dan [Jual Beli Kredit dalam Islam](#) agar orientasi bisnis halal tetap terjaga.

Bisnis Islam tentu saja mengedepankan kepada keadilan dan kompetisi yang fair. Bisnis Islam bukanlah hal yang sekedar mendapatkan keuntungan namun juga mengedepankan nilai-nilai yang dimiliki oleh Islam.

1. Menjauhi Hal yang Samar

Dalam berbisnis menurut Islam, maka manusia harus menghindari hal-hal yang samar. Hal samar ini adalah hal yang masih belum jelas kelak ketika di jual. Misalnya saja membeli buah yang masih dalam pohon. Padahal bisa jadi buah tersebut belum jelas beratnya, rasanya, dan hasil akhirnya. Untuk itu, hal-hal yang samar dan berdampak kepada konflik atau kerugian di kemudian hari hendaknya dijauhi.

2. Menghindari Judi

Judi adalah hal yang jelas diharamkan oleh Allah. Judi juga dapat berakibat kepada terkurasnya harta dan kerugian yang besar. Dalam judi juga dipertaruhkan hal-hal yang tidak jelas dan juga tidak ada usaha untuk mengoptimalkan lahan dan modal alam yang Allah titipkan. Jika banyak yang berjudi justru tidak akan ada

kemajuan ekonomi karena harta yang digunakan adalah harta yang berputar itu-itu saja.

3. Menghindari Penindasan

Penindasan berarti membuat seorang menjadi lemah dan tidak berdaya. Bisnis yang kita lakukan tentu saja tidak boleh membuat seseorang menjadi tertindas. Bisnis yang kita lakukan haruslah dapat memberikan manfaat yang besar bukan malah menjadikan orang semakin miskin dan lemah atau berdampak buruk kepada sekitar kita. Islam mengajarkan manusia harus dapat memberikan rahmat bagi semesta alam, bukan justru merusaknya atau membuatnya menjadi lemah.

4. Menjauhi Riba

Islam melarang umatnya untuk melakukan bisnis atau memakan harta yang mengandung riba. Riba sendiri juga bisa termasuk kepada penindasan. Dengan riba, seseorang telah mencekik orang yang berhutang padahal bisa jadi mereka juga kesulitan untuk membayar dan menafkahi diri dengan harta yang ada.

5. Menjauhi Penipuan

Pelaksanaan bisnis menurut Islam adalah dengan etika harus berdasarkan kepada suka sama suka. Untuk itu membuka diri dan menjelaskan produk atau jasa

dalam bisnis dengan apa adanya adalah hal yang harus dilakukan. Melakukan penipuan tentu saja dapat merugikan di kemudian hari baik penjual ataupun pembeli.

6. Menjauhi Barang atau Produk Haram

Menjauhi barang atau produk haram adalah hal yang harus dilakukan. Produk haram seperti narkoba, alkohol, daging babi, jasa judi, dan lain sebagainya adalah hal yang haram untuk dikonsumsi. Untuk itu, sebelum manusia berbisnis hal tersebut tentu saja perlu diwaspadai apakah hal tersebut haram atau halal. Tentu saja hal ini juga sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Barang haram bukan hanya merugikan bagi pembeli, namun juga merugikan masyarakat secara luas. Barang haram dapat membuat seseorang rusak secara fisik dan mental. Tentu saja hal ini tidak pernah diharapkan oleh siapapun.

7. Menghindari Monopoli Bisnis

Bisnis yang baik hendaknya bisnis yang dapat mengembangkan dan memberikan lahan pekerjaan bagi manusia yang lain. Islam melarang untuk manusia melakukan monopoli seperti melakukan penimbunan

barang yang membuat orang lain mengalami kelangkaan atau kekurangan.

Islam mengatur peri kehidupan manusia secara menyeluruh, mencakup segala macam aspeknya. Hubungan manusia dengan Allah diatur dalam bidang ibadat dan hubungan manusia dengan sesamanya diatur dalam bidang muamalat dalam arti luas, baik yang bersifat perorangan maupun yang bersifat umum, seperti akad atau perjanjian jual beli (*al-ba'i*) dan sebagainya.¹

Islam memandang bisnis, berdagang, jual-beli merupakan sarana tolong menolong antar sesama manusia. Orang yang sedang melakukan bisnis, perdagangan, transaksi jual beli tidak dilihat sebagai orang yang sedang mencari keuntungan semata, akan tetapi juga dipandang sebagai orang yang sedang membantu saudaranya. Bagi penjual, ia sedang memenuhi kebutuhan barang yang dibutuhkan pembeli. Sedangkan bagi pembeli, ia sedang memenuhi kebutuhan akan keuntungan yang sedang dicari oleh penjual. Atas dasar inilah aktifitas jual beli merupakan

¹Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat, dan Bisnis Islam (Hukum Perdata Islam)*, Yogyakarta: UII Press, 2014, hlm. 6.

aktifitas mulia, dan Islam memperkenalkannya.² Demikian pula, aktivitas penyedia kuliner atau jasa penyedia makanan merupakan aktifitas yang mulia karena manusia saling membutuhkan makanan.

Kebutuhan dan permintaan akan jasa penyedia makanan terus meningkat disertai dengan bertambahnya minat masyarakat dan pengusaha untuk ikut berusaha dalam industri kuliner, antara lain dengan membuka usaha Katering. Usaha Katering ini harus direncanakan dan dikelola dengan baik, sehingga dapat maju dan berkembang sesuai dengan manajemen yang bagus dan akhirnya dapat menjadi salah satu andalan utama bagi konsumen. Fenomena penggunaan Katering dalam berbagai acara resepsi khususnya perkawinan di Kota Semarang semakin tinggi. Hal ini memunculkan semakin banyaknya usaha-usaha Katering baru di Semarang, sehingga dapat menjadi pesaing jasa Katering lama. Kondisi demikian berimbas pada Usaha Kurnia Sari Katering yang dikelola oleh Ibu Hesti Sukesti. .

² M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah, dan Ekonomi Islam, Implikasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Logung, 2012, hlm. 54.

Pada bisnis Katering, omzet penjualan dipengaruhi oleh jenis hajatan dan waktu (kalender jawa). Jenis hajatan dikategorikan dalam tiga kategori yaitu pernikahan, instansi, dan syukuran, yang masing-masing dari jenis hajatan tersebut memiliki omzet yang berbeda-beda. Demikian pula dengan waktu, waktu dalam konteks ini yaitu kalender jawa. Kalender jawa tersebut terbagi dalam 12 bulan, meliputi: Suro, Sapar, Mulud, Bakdo Mulud, Jumadil Awal, Jumadil Akhir, Rajab, Ruwah, Poso, Syawal, Selo, dan Besar. Masyarakat jawa memaknai setiap bulannya dengan berbeda-beda. Ada bulan-bulan tertentu yang mereka maknai dapat membawa berkah, ada pula yang mereka maknai dapat membawa dampak buruk. Tentunya itu dapat mempengaruhi masyarakat dalam menentukan waktu hajatan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis secara deskriptif kualitatif selain itu juga menggunakan analisis SWOT.

1. Analisis SWOT

Analisis SOWT adalah metode perencanaan strtegis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang

(opportunitis), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.³

1. Analisis lingkungan internal (IFAS)

a. Kekuatan (*strength*)

- Lokasi strategis dekat pasar dan pusat kota
- Bahan baku yang selalu baru
- Pesanan sesuai permintaan konsumen
- Sudah mempunyai izin PIRT
- Masakan yang enak dan penataan yang rapi

b. Kelemahan

- Tidak memiliki website
- Kurangnya ketenagakerjaan
- Menu kurang bervariasi
- Harga pesaing lebih murah
- Usaha belum sampai pasar luas, masih dikalangan tanjungmas

2. Analisis lingkungan eksternal (EFAS)

a. Peluang

- Memiliki pelanggan tetap
- Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran

³ <http://id.m.wikipedia.org/wiki>. Searching pada tanggal 14 juli 2019

- Bertambahnya jumlah penduduk
- Dekat dengan pemukiman (konsumen)
- Gaya hidup yang sudah berubah, masyarakat yang lebih suka pesan dari pada masak sendiri jika ada sebuah acara

b. Ancaman

- Meningkatnya pesaing
- Harga relative tinggi
- Kalah tren dengan pesaing
- Pemesan yang tidak terlalu ramai
- Konsumen dapat beralih ke produk pesaing

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sebagaimana tertera pada tabel sebagai berikut:

Analisis SWOT pada Usaha Kurnia Sari Katering
Semarang

Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lokasi strategis dekat pasar dan pusat kota ➤ Bahan baku yang selalu baru 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tidak memiliki website ➤ Kurangnya ketenagakerjaan

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pesanan sesuai permintaan konsumen ➤ Sudah mempunyai izin PIRT ➤ Masakan yang enak dan penataan yang rapi 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menu kurang bervariasi ➤ Harga pesaing lebih murah ➤ Usaha belum sampai pasar luas, masih dikalangan tanjungmas
Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Memiliki pelanggan tetap ➤ Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran ➤ Bertambahnya jumlah penduduk ➤ Dekat dengan pemukiman (konsumen) ➤ Gaya hidup yang sudah berubah, masyarakat yang lebih suka pesan dari pada masak sendiri jika ada sebuah acara 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meningkatnya pesaing ➤ Harga relative tinggi ➤ Kalah tren dengan pesaing ➤ Pemesan yang tidak terlalu ramai ➤ Konsumen dapat beralih ke produk pesaing

2. Matrik IFAS

No	Internal Faktor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strnght</i>)				

1	Lokasi strategis dekat pasar dan pusat kota	0,15	4	0.6
2	Bahan baku yang selalu baru	0.13	4	0.52
3	Pesanan bisa sesuai permintaan	0.08	3	0.24
4	Sudah mempunyai izin PIRT	0.20	4	0.8
5	Masakan yang enak dan penataan yang rapi	0.15	3	0.45
Subtotal		0.71		2.34
<i>Kelemahan (weakness)</i>				
6	Tidak mempunyai website	0.04	2	0.08
7	Kurangnya ketenaga kerjaan	0.10	2	0.2
8	Menu yang kurang bervariasi	0.09	3	0..27
9	Harga pesaing lebih murah	0.02	3	0.02
10	Usaha belum sampai pasar luas, masih dikalangan tanjungmas	0.04	2	0.08
Subtotal		0.29		0.65
Total		1		2.99

Dari hasil analisis pada tabel diatas IFAS faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,99. Karena total skor di atas 2,5 berarti ini mengidentifikasi posisi internal yang kuat.

3. Matrik EFAS

No	Eksternal Faktor	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunity)</i>				
1	Memiliki pelanggan tetap	0.09	3	0.27
2	Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran	0.08	3	0.24
3	Bertambahnya jumlah penduduk	0.15	4	0.6
4	Dekat dengan pemukiman (Konsumen)	0.12	4	0.48
5	Gaya hidup yang sudah berubah, masyarakat yang lebih suka pesan dari pada masak sendiri jika ada sebuah acara	0.15	4	0.6
Subtotal		0.59		2.19

Ancaman (<i>Threat</i>)				
6	Meningkatnya pesaing	0.12	2	0.24
7	Harga relative tinggi	0.05	3	0.25
8	Kalah tren dengan pesaing	0.07	2	0.14
9	Pesanan yang tidak terlalu ramai	0.08	3	0.24
10	Konsumen dapat beralih ke produk pesaing	0,09	2	0.18
Subtotal		0.41		1.05
Total		1		3.24

Dari hasil analisis table diatas Efas faktor peluang dan ancaman total skor

Selanjutnya nilai total skor masing dapat dirinci, *strenght 2,34, weakness 0,05, opportunity 2,19 , threa 1,05*. maka diketahui selisih total skor faktor *strenght* dan *weakness* adalah 2,29, sedangkan selisih total.

c. Matrik SWOT

	Streng	Weakness
IFAS	S1. Lokasi strategis dekat pasar dan pusat kota	W1. Tidak memiliki website
	S2. Bahan baku yang selalu baru	W2. Kurangnya ketenagakerjaan
	S3. Pesanan sesuai permintaan konsumen	W3. Menu kurang bervariasi
EFAS	4. Sudah mempunyai izin PIRT	W4. Harga pesaing lebih murah
	S5. Masakan	W5. Usaha belum sampai luas, masih

	yang enak dan penataan yang rapi	dikalangan tanjungmas
Opportunity	SO	WO
O1. Memiliki pelanggan tetap O2. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran O3. Bertambahnya jumlah penduduk O4. Dekat dengan	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan rasa yang enak dan penataan yang rapi. • Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial • Menambah tenaga kerja

<p>pemukiman (konsumen)</p> <p>O5. Gaya hidup yang sudah berubah, masyarakat yang lebih suka pesan dari pada masak sendiri jika ada sebuah acara</p>		
Threat	ST	WT
<p>T1. Meningkatnya pesaing</p> <p>T2. Harga relative tinggi</p> <p>T3. Kalah tren dengan pesaing</p> <p>T4. Pemesan yang tidakk</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan rasa yang enak dan penataan yang rapi • Mencoba mengikuti zaman atau trend 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan • Menetapkan harga sesuai

terlalu ramai		pasar
T5. Konsumen dapat beralih ke produk pesaing		

Berdasarkan analisis di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

a. Strategi SO (strength- Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari kekuatan dan peluang,

1. Mempertahankan rasa yang enak dan penataan yang rapi.
2. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran

b. Strategi WO

1. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial
2. Menambah tenaga kerja

c. Strategi ST

1. Mempertahankan rasa yang enak dan penataan yang rapi
2. Mencoba mengikuti zaman atau trend

d. Strategi WT

1. Mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan
2. Menetapkan harga sesuai pasar

Terkait dengan masalah strategi, bahwa dalam rangka pencapaian tujuan organisasi, telah umum diketahui bahwa istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan." Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, karena dalam arti yang sesungguhnya, manajemen puncak

memang terlibat dalam satu bentuk "peperangan" tertentu.⁴

Pendapat lain menyatakan bahwa strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" yang secara bahasa dapat diartikan sebagai "*concerning the movement of organisms in respons to external stimulus*" (suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar).⁵ Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.⁶

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda: dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya

⁴ Sondang P. Siagaan, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi aksara, 2008, hlm. 15

⁵ Lewis Mulford Adams, dkk, *Websters World University Dictionary*, Washington: D.C. Publisher Company, Inc, 1965, hlm. 1019.

⁶ M. Arifin, *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008, hlm. 39.

sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah "program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya.

Kata "program" dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, yang disadari, dan yang rasional, yang dimainkan oleh manajer dalam merumuskan strategi perusahaan/organisasi. Dari perspektif yang kedua, strategi adalah "pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu." Dalam definisi ini, setiap organisasi mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Artinya, setiap organisasi mempunyai hubungan dengan lingkungannya yang dapat diamati dan dijelaskan. Pandangan seperti ini mencakup organisasi di mana perilaku para manajernya adalah reaktif, artinya para manajer menanggapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan hanya jika mereka merasa perlu untuk melakukannya. Pembahasan mengenai strategi dalam tulisan ini akan menyangkut kedua definisi di atas, namun akan menekankan pada peran aktif. Perumusan sebuah strategi secara aktif dikenal sebagai perencanaan

strategis (*strategic planning*), yang fokusnya luas dan umumnya berjangka panjang.⁷

Dalam merumuskan suatu strategi, manajemen puncak harus memperhatikan berbagai faktor yang sifatnya kritical. Pertama: Strategi berarti menentukan misi pokok suatu organisasi karena manajemen puncak menyatakan secara garis besar apa yang menjadi pembenaran keberadaan organisasi, filosofi yang bagaimana yang akan digunakan untuk menjamin keberadaan organisasi tersebut dan sasaran apa yang ingin dicapai. Yang jelas menonjol dalam faktor pertama ini ialah bahwa strategi merupakan keputusan dasar yang dinyatakan secara garis besar.

Kedua: dalam merumuskan dan menetapkan strategi, manajemen puncak mengembangkan profil tertentu bagi organisasi. Profil dimaksud harus menggambarkan kemampuan yang dimiliki dan kondisi internal yang dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan. Ketiga: pengenalan tentang lingkungan dengan mana organisasi akan berinteraksi, terutama situasi yang membawa suasana persaingan yang mau

⁷ James A.F. Stoner, *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait, Jakarta: Erlangga, 1992, hlm. 139

tidak mau harus dihadapi oleh organisasi apabila organisasi yang bersangkutan ingin tidak hanya mampu melanjutkan eksistensinya, akan tetapi juga meningkatkan efektivitas dan produktivitas kerjanya.⁸

Keempat: suatu strategi harus merupakan analisis yang tepat tentang kekuatan yang dimiliki oleh organisasi, kelemahan yang mungkin melekat pada dirinya, berbagai peluang yang mungkin timbul dan harus dimanfaatkan serta ancaman yang diperkirakan akan dihadapi. Dengan analisis yang tepat berbagai alternatif yang dapat ditempuh akan terlihat. Kelima: Mengidentifikasi beberapa pilihan yang wajar ditelaah lebih lanjut dari berbagai alternatif yang tersedia dikaitkan dengan keseluruhan upaya yang akan dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan dan sasaran organisasi. Keenam: menjatuhkan pilihan pada satu alternatif yang dipandang paling tepat dikaitkan sasaran jangka panjang yang dianggap mempunyai nilai yang paling strategik dan diperhitungkan dapat dicapai karena didukung oleh kemampuan dan kondisi internal organisasi.

⁸ Sondang P. Siagaan, *Manajemen Strategik...* hlm. 16.

Ketujuh: Suatu sasaran jangka panjang pada umumnya mempunyai paling sedikit empat ciri yang menonjol, yaitu: (a) sifatnya yang idealistik, (b) jangkauan waktunya jauh ke masa depan, (c) hanya bisa dinyatakan secara kualitatif, dan (d) masih abstrak. Dengan ciri-ciri seperti itu, suatu strategi perlu memberikan arah tentang rincian yang perlu dilakukan. Artinya, perlu ditetapkan sasaran antara dengan ciri-ciri: (a) jangkauan waktu ke depan spesifik, (b) praktis dalam arti diperkirakan mungkin dicapai, (c) dinyatakan secara kuantitatif, dan (e) bersifat konkret. Kedelapan: Memperhatikan pentingnya operasionalisasi keputusan dasar yang dibuat dengan memperhitungkan kemampuan organisasi di bidang anggaran, sarana, prasarana dan waktu.⁹ Kesembilan: mempersiapkan tenaga kerja yang memenuhi berbagai persyaratan bukan hanya dalam arti kualifikasi teknis, akan tetapi juga berperilaku serta mempersiapkan sistem manajemen sumber daya manusia yang berfokus pada pengakuan dan penghargaan harkat dan martabat manusia dalam organisasi.

⁹ *Ibid.*, hlm. 16.

Kesepuluh: teknologi yang akan dimanfaatkan yang karena peningkatan kecanggihannya memerlukan seleksi yang tepat. Kesebelas: Bentuk, tipe dan struktur organisasi yang akan digunakan pun sudah harus turut diperhitungkan, misalnya apakah akan mengikuti pola tradisional dalam arti menggunakan struktur yang hierarkikal dan piramidal, ataukah akan menggunakan struktur yang lebih datar dan mungkin berbentuk matriks. Keduabelas: menciptakan suatu sistem pengawasan sedemikian rupa sehingga daya inovasi, kreativitas dan diskresi para pelaksana kegiatan operasional tidak "dipadamkan." Ketigabelas: sistem penilaian tentang keberhasilan atau ketidakberhasilan pelaksanaan strategi yang dilakukan berdasarkan serangkaian kriteria yang rasional dan objektif. Keempatbelas: Menciptakan suatu sistem umpan balik sebagai instrumen yang ampuh bagi semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan strategi yang telah ditentukan itu untuk mengetahui apakah sasaran terlampaui, hanya sekedar tercapai atau mungkin bahkan tidak tercapai. Kesemuanya itu diperlukan sebagai bahan dan dasar untuk mengambil keputusan di masa depan.

Dari pembahasan di atas kiranya jelas bahwa pada dasarnya yang dimaksud dengan strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan manajemen organisasi bisnis khususnya ialah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.¹⁰

Robert H. Hayes dan Steven C. Wheelwright telah mengidentifikasi lima ciri utama strategi yang membedakannya dari jenis perencanaan umum:

1. Wawasan waktu (*time horizon*). Pada umumnya, kata strategi dipergunakan untuk menggambarkan kegiatan yang meliputi cakrawala waktu yang jauh di depan, yaitu waktu yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dan juga waktu yang diperlukan untuk mengamati dampaknya.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 17.

2. Dampak (*impact*). Walaupun hasil akhir dengan mengikuti suatu strategi tertentu tidak langsung terlihat untuk jangka waktu yang lama, dampak akhirnya akan sangat berarti.
3. Pemusatan upaya (*concentration of effort*). Sebuah strategi yang efektif biasanya mengharuskan pemusatan kegiatan, upaya, atau perhatian terhadap rentang sasaran yang sempit. Dengan memfokuskan perhatian pada kegiatan yang dipilih ini, secara implisit kita mengurangi sumber daya yang tersedia untuk kegiatan lainnya.
4. Pola keputusan (*pattern of decisions*). Walaupun sebagian perusahaan hanya perlu mengambil sejumlah kecil keputusan utama untuk menerapkan strategi pilihannya, kebanyakan strategi mensyaratkan bahwa sederetan keputusan tertentu harus diambil sepanjang waktu. Keputusan-keputusan tersebut harus saling menunjang, artinya mereka mengikuti suatu pola yang konsisten.
5. Peresapan (*pervasiveness*). Sebuah strategi mencakup suatu spektrum kegiatan yang luas mulai dari proses alokasi sumber daya sampai dengan kegiatan operasi harian. Selain itu, adanya konsistensi sepanjang waktu

dalam kegiatan-kegiatan ini mengharuskan semua tingkatan perusahaan bertindak secara naluri dengan cara-cara yang akan memperkuat strategi.¹¹

Kelima ciri ini jelas menunjukkan bahwa strategi perusahaan merupakan inti tempat semua kegiatan utama lainnya berputar. Strategi bersifat jangka panjang dan luas cakupannya. Ia meresapi dan mengendalikan semua tindakan penting organisasi, dan ia merupakan faktor penting, penentu keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi di kemudian hari.

Kata “strategi dalam Islam” menurut Abdul Halim Usman berarti sesuatu yang dirancang dan di siasti secara cermat agar memberi hasil atau keuntungan berdasarkan al-Qur’an dan hadits. Dalam organisasi perusahaan, strategi selalu memberikan hasil yang lebih baik, sehingga jika proses manajemen pada perusahaan tidak memberikan hasil yang lebih baik maka proses manajemen tersebut tidak dapat disebut manajemen strategis.¹²

¹¹ James A.F. Stoner, *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait, Jakarta: Erlangga, 1992, hlm. 140.

¹² Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Islam: Teori, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2015, hlm. 20.

Proses menyusun strategi pada masa Rasulullah juga sering kali digunakan untuk berdakwah dan memperluas kekuasaan atau bahkan berperang. Salah satu konsep strategi perang yang diketahui adalah kisah Khalid bin Walid Radhiyallahu ‘anhu yang pada saat itu sangat sadar, tidaklah mungkin menandingi pasukan sebesar pasukan Romawi tanpa siasat yang jitu. Ia lalu mengatur strategi, ditebarkan rasa takut ke diri musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan setiap hari. Pasukan di barisan depan ditukar di belakang, dan yang di belakang berada di depan. Pasukan sayap kanan berganti posisi ke kiri begitupun sebaliknya. Tujuannya adalah agar pasukan romawi mengira pasukan muslimin mendapat bantuan tambahan pasukan baru. Selain itu, Khalid bin Walid mengulur-ulur waktu peperangan sampai sore hari karena menurut aturan peperangan pada waktu itu, peperangan tidak boleh dilakukan pada malam hari. Khalid memerintahkan beberapa kelompok prajurit kaum muslimin pada pagi harinya agar berjalan dari arah kejauhan menuju medan perang dengan menarik pelepah-pelepah pohon sehingga dari kejauhan terlihat seperti pasukan bantuan yang datang dengan membuat debu-debu berterbangan. Pasukan musuh yang

menyaksikan peristiwa tersebut mengira bahwa pasukan muslim benar-benar mendapatkan bala bantuan. Mereka berpikir, bahwa kemarin dengan 3000 orang pasukan saja merasa kewalahan, apalagi jika datang pasukan bantuan. Karena itu, pasukan musuh merasa takut dan akhirnya mengundurkan diri dari medan pertempuran.

Pasukan Islam lalu kembali ke Madinah, mereka tidak mengejar pasukan Romawi yang lari, karena dengan mundurnya pasukan Romawi berarti Islam sudah menang. Dari kisah tersebut dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung Islam telah mengajarkan umatnya untuk merangkai dan menjalankan sebuah strategi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Begitu pula strategi dalam sebuah organisasi pada dasarnya dimaksudkan sebagai suatu proses (aktivitas) penentuan dan pencapaian tujuan organisasi melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dalam penggunaan sumberdaya organisasi. Karena itulah, aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi yang bersangkutan. Berkenaan dengan hal itu, Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridha Allah SWT. Hal ini

seperti yang dikatakan Allah dalam Qur'an surat Al Mulk ayat 2 sampai 3 yang mensyaratkan dipenuhinya dua syarat sekaligus, yaitu niat yang ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan hukum syariat Islam. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu sekaligus, maka amal itu tergolong *ahsan (ahsanul amal)*, yakni amal terbaik di sisi Allah SWT.¹³

Dalam mencapai keberhasilan penjualan produk serta kemajuan perusahaan, di perlukan adanya suatu sistem manajemen yang baik. Perusahaan harus mampu melakukan semua fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan memecahkan masalah. Selain fungsi manajemen perlu adanya sebuah sistem manajemen strategik dalam mengatur strategi seperti apa yang harus perusahaan miliki untuk kemajuan perusahaannya

Apabila semua aspek fungsi manajemen serta manajemen strategik tersebut tidak dilaksanakan bisa di pastikan perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama. Adanya sistem manajemen tersebut juga di gunakan untuk kesejahteraan umat baik islam maupun non islam.

¹³ Muhammad Ismail Yusmanto, *Manajemen Strategis Perspektif Islam*, Jakarta: Khairul Bayan, 2003, hlm. 2

Sistem manajemen sendiri telah di atur oleh islam dan tertera dalam landasan al-quran dan hadits. Namun sangat disayangkan pada saat ini nilai manajemen yang di terapkan oleh islam jarang di terapkan oleh perusahaan. Serta banyak masyarakat yang masih bingung mengenai perbedaan manajemen strategik syariah dengan manajemen strategik konvensional sehingga menyamakan antara manajemen strategik syariah dan konvensional. Padahal sudah jelas terlihat perbedaan antara manajemen strategik Islam dan konvensional dalam sistem landasan dan prinsip yang di pakai.

Manajemen strategik merupakan sebuah manajemen yang di terapkan sebuah perusahaan yang tujuannya untuk mengatur strategi apa saja yang seharusnya di lakukan sebuah perusahaan untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan, dengan menggunakan manajemen strategik perusahaan bisa mengetahui titik kelemahan kelebihan ancaman serta peluang yang di miliki perusahaan tersebut dan mengatur strategi ke depannya.

Konsep manajemen strategik Islam adalah sebuah proses manajemen berupa pengelolaan, perencanaan,

pengawasan dan pengimplementasian harus dilaksanakan sesuai dengan landasan syariah (berdasarkan al-Qur'an dan hadits). Beberapa proses dalam manajemen Islam bisa di bagi menjadi 4 yakni: *ahdaf* (perencanaan), *tatbiq* (pelaksanaan), *muhasabah* (pengevaluasian), dan *ar riqobah* (pengawasan). Konsep manajemen strategik Islam memiliki beberapa kesamaan terhadap konsep manajemen strategik konvensional. Sebelum melakukan keempat elemen di atas harus terlebih dahulu melakukan analisis SWOT, analisis pada lingkungan internal eksternal perusahaan. Apabila semua aspek tersebut di analisis barulah di lakukan sebuah perencanaan.¹⁴

Terkait dengan masalah pengembangan usaha, bahwa Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Di samping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi

¹⁴ Riski Fathul Ulum, "Perbedaan Konsep Manajemen Strategik Syariah dan Manajemen Strategik Konvensional", <https://www.kompasiana.com/riskif/a48623bda2083bc5cb/perbedaan-konsep-manajemen-strategik-syariah-dan-manajemen-strategik-konvensional>, diakses tgl 21 Mei 2019, jam 21.30 WIB.

pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen.

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. Strategi pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu: 1) Strategi manajemen; 2) Strategi investasi; 3) Strategi bisnis.¹⁵

¹⁵ Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", *Jurnal Pertanian* 1 (3) : 223–233 (2017), Vol. 2, No. 2, Oktober 2017, hlm. 224.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai *basic* pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi. Namun di sisi lain, UMKM juga menghadapi banyak permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia, dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Permasalahan lain yang dihadapi UMKM yaitu keterkaitan dengan kurang jelasnya prospek usaha dan perencanaan, dan belum mantapnya visi dan misinya. Hal tersebut terjadi karena umumnya UMKM bersifat *income gathering* yaitu menaikkan pendapatan. Karakteristik tersebut dapat dilihat pada usaha mikro, kecil dan menengah sekarang ini, pada umumnya merupakan usaha milik keluarga, penggunaan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses

permodalan (*bankable*), dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi.¹⁶

Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Beberapa temuan penelitian sebelumnya, Hamid dan Susilo, 2011; Sakur, 2011; Syahza, 2013; Irdyanti, 2012, menyatakan lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga

¹⁶ Alyas dan Muhammad Rakib, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan” (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)”, *Jurnal Sosiohumaniora*, Volume 19 No. 2 Juli 2017 : 114 – 120, hlm. 114.

kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Kontribusi dan peran UMKM pada perekonomian nasional sangat berarti, namun dari sisi daya saing banyak kelemahan dan permasalahan bagi UMKM yang harus dibenahi untuk menghadapi persaingan baik di dalam negeri maupun secara global.¹⁷

Sikap dan perilaku yang tergolong budaya kerja (etos kerja Islami) ini seyogianya dimiliki/menjadi bagian dari keseharian dalam aktivitas seorang usahawan yang islami.¹⁸ Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalfahannya, menjaga diri

¹⁷ Ariani Mohamad Nur Utomo, "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan", *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, September 2017, 99-118, 2017, h. 100.

¹⁸ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, hlm. 111.

dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja. Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaaf: 19:

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَيُؤْتِيهِمُ أَجْرَهُمْ وَهُمْ لَا
يُظْلَمُونَ

Artinya: “Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.

Dalam surat tersebut, orang-orang Islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan

dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh.

1. Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

Kejujuran yang diterapkan oleh Kurnia Sari Katering adalah bahwa menu-menu tersebut sudah sesuai dengan harga yang ditentukan diawal, tanpa ada pengurangan kualitas dari menu tersebut.

2. Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non materiil (mendapat ridha dari Allah SWT).¹⁹

¹⁹ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, hlm. 84-85.

Kunai Sari Katering sudah bersikap ikhlas untuk tidak selalu mengutamakan keuntungan tapi juga untuk membantu sesama makhluk.

3. Profesional

Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

Kurnia Sari Katering sudah profesional, karena kurnia sari sudah berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu dan tidak mudah menyerah atau berputus asa.

4. Silaturahmi

Silaturahmi merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon

pelanggannya (*future market*), dan bahkan dengan kompetitorinya.

Kurnia Sari Katering selalu menjaga silaturahmi dengan pelanggan, dan selalu berusaha memahami keinginan pelanggan.

5. Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Dzariyat (51): 56. Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dengan demikian maka ia akan memperoleh garansi keberhasilan dari Allah SWT. Sudah jelas Kurnia Sari Katering merupakan usaha untuk mencukupi kehidupan keluarga adalah ibadah yang suci.

6. Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh

Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh hendaknya menjadi budaya pebisnis syariah. Menurut ajaran Islam harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkan

menjadi tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga menyuburkan bisnis kita.

Sesuai dengan ajaran Nabi, Kurnia Sari Katering Menunaikan zakat, infaq dan shadaqoh sesuai dengan ajaran islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dari analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa dalam matrik IFAS menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2.99, hal ini mengidentifikasi bahwa usaha Kurnia Sari Katering berada diposisi internal yang kuat, dimana usaha ini memiliki kekuatan baik dari segi produk.

Selanjutnya di dalam matrik Efas menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3.24 , hal ini mengidentifikasi bahwa usaha Kurnia Sari Katering tersebut merespon diketahui setelah menggunakan kekuatan dengan peluang dan strategi SO, maka diperoleh untuk mempertahankan rasa yang enak dan penataan yang rapi. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran. Dan pada strategi ST diperoleh hasil meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan menambah tenaga kerja.

Begitu pula dengan strategi WO diperoleh hasil untuk meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial, menambah tenaga kerja.dan terakhir yaitu strategi WT yaitu mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan dan menetapkan harga sesuai pasar atau konsumen. Adapun strategi

pengembangan usaha yang sudah diterapkan Kurnia Sari Catering Semarang adalah sabar, dan tawakal.

Kurnia sari catering juga melakukan strategi berdasarkan ajaran Nabi Muhammad SAW yaitu yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Kepada pemilik Kurnia Sari Katering agar lebih meningkatkan kualitas dan produk.
2. Usaha Kurnia Sari Katering hendaknya lebih meningkatkan promosi melalui, periklanan, Koran, majalah dan media sosial. Dengan jangkauan yang luas maka akan bertambahnya pelanggan. Dan hendaknya menambah mitra kerja dan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yuyun, *38 Inspirasi Usaha makanan dan Minuman untuk Home Industry*, Jakarta: AgroMedia Pustaka, 2010
- Abdullah, M. Ma'ruf, *Manajemen Berbasis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013
- , *Manajemen Bisnis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013
- , *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin: Penerbit Antasari Press, 2011
- Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Islam dan Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013
- Adams, Lewis Mulford, dkk, *Websters World University Dictionary*, Washington: D.C. Publisher Company, Inc, 1965
- Adelia, Indira Gita, *Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih Bina Usaha Jamur Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor*, Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2016
- Afridhal, Muhammad, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", *Jurnal Pertanian* 1 (3) : 223–233 (2017), Vol. 2, No. 2, Oktober 2017
- Alqur'an dan Terjemah Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Perca, 1983
- Alyas dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan" (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)", *Jurnal Sosiohumaniora*, Volume 19 No. 2 Juli 2017

- Anggito, Albi, Johan Setawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: CV Jejak,
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009,
- Arifin, M., *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Arifin, Zainul, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Alfabet, 2003
- Asnawi, Nur, Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*, Depok: Rajawali Pres, 2017
- Bahamam, Fahad Salim, *Makanan dan Minuman dalam Islam (ILLUSTRATION): Penjelasan Tentang Topik Makan dan Minum dan Hukum yang Terkait dengannya Menurut Islam, Modern Guide*,
- Budiarta, Kustoro, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009
- Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2012
- Ford, Brian R., Jay M. Bornstein dan Patrick T. Pruitt, *The Ernst 7 Young Business Plan*, Jakarta: PT Cahaya Insani, 2008
- Hafidhuddin, Didin, dan Hendri Tanjung, *Manajemen Islam dalam Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2003
- Harahap, Sofyan Syafri, *Akuntansi Pengawasan dan Manajemen dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 1992

Harmizar, *Menangkap peluang usaha*, Bekasi: CV Anugerah Prakasa, 2003

Hasil wawancara dengan ibu Hesti Sukei (Pemilik Usaha Kurnia Katering), pada tanggal 11 juli 2019, pukul 10.00 WIB

Hikmawati, Fenti, *Metodologo Penelitian*, Depok: Rajawali Pres, 2018

<http://id.m.wikipedia.org>wiki>. Searching pada tanggal 14 juli 2019

[http://www.academia.edu/86665059/Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli](http://www.academia.edu/86665059/Ada_beberapa_definisi_pengembangan_usaha_menurut_para_ahli). Diakses pada tanggal 13 Juli 2019, pukul 14.00 WIB

https://www.google.com_peta_tematik_kecamatan_semarang_utara, diakses tanggal 14 Juli 2019, pukul 20.00 WIB

Juliandi, Azuar, irfan, Saprinal Manurung

Juliandi, Azuar, Irfan, Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU PRESS, 2014

Karim, Adiwarmar A, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani, 2001

Kementerian Agama RI, *Makanan dan Minuman dalam Prespektif Islam dan Sainns*, Jakarta: Lajnah Pentasihan Mushaf Litbang dan Diklat, 2013

Kementerian Agama RI, *Tafsir Qur'an Tematik: Kerja dan Ketenaga Kerjaan*, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2010

Koontz, Harold, and Caryl O. Donnel, *Principles of Management, An Analysis of Managerial Functions*, Second Edition, Tokyo: Mc. Graw Hill Kogakusha, Ltd., 1984

- Kuswiratmo, Bonafasius Aji, *Memulai Usaha itu Gampang! Langkah-langkah Hukum Mendirikan Badan Usaha Hingga Mengelolanya*, Jakarta Selatan: Visimedia, 2016
- Lubis, AY, *Pengembangan usaha*, repository.usu.ac.id.bitstream,pdf,
- Manullang, M., *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2013
- Mardani, Hukum Bisnis Syari'ah, Jakarta: Pernadamedia Group, 2014
- Marithot Tua Efendi Harianjda, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002
- Moekiyat, *Kamus Management*, Bandung: Alumni, 1980
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004
- Noor, Juliansyah, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2015
- Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014
- Rambe, Irpah, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Pada Hulu Tebing Tinggi*, Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015
- Rasyid, Taufiqurrahman, *Manajemen Bisnis Makanan Bakso Qolbu Berbasis Syari'at Islam dalam Perspektif Dakwah di Pasar*

Segar Kota Makassar, Makassar: Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, 2016

Robbins, Stephen P., and Mary Coulter, *Management*, Thirteenth Edition, England: Pearson Education Limited Wdinburgh Gate Harlow Wsswx CM20 2JE, 1992

Sari, Mutiara Inesty, *Strategi Pengembangan Bisnis Baby Buncis (Phaseolus vulgaris L.) di Baby French Farmer Group, Kabupaten Babdung Barat*, Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2015

Sarosa, Sumiaji, *Penelitian Kualitatif: Dasar-dasar*, Jakarta Barat: PT INDEKS

Setyawan, Robi, *penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil "AMAN-AMIN" Transport Tours and Travel Ambarketawang Sleman Yogyakarta*, Yogyakarta: 2015

Siagaan, Sondang P., *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi aksara, 2008

Siagian, Harbangan, *Manajemen Suatu Pengantar*, Semarang: Satya Wacana, 2013

Sinn, Ahmad Ibrahim Abu, *Manajemen Islam: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006

Stoner, James A.F., *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait, Jakarta: Erlangga, 1992

Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005

Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasatan Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2009

Terry, George.R. *Principles of Management*, Richard D. Irwin (INC. Homewood, Irwin-Dorsey Limited Georgetown, Ontario L7G 4B3, 1977.

-----., *Prinsip-prinsip Manajemen*, Terj. J. Smith, Jakarta: Bumi Aksara, 1993

Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*

Ulum, Riski Fathul, “Perbedaan Konsep Manajemen Strategik Syariah dan Manajemen Strategik Konvensional”, <https://www.kompasiana.com/riskif/a48623bda2083bc5cb/perbedaan-konsep-manajemen-strategik-syariah-dan-manajemen-strategik-konvensional>, diakses tgl 21 Mei 2019, jam 21.30 WIB.

Umar, Husein, *Strategic Management in Action*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001

Usman, Abdul Halim, *Manajemen Strategis Islam: Teori, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2015.

Utomo, Ariani Mohamad Nur, “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan”, *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, September 2017

Yusmanto, Muhammad Ismail, *Manajemen Strategis Perspektif Islam*, Jakarta: Khairul Bayan, 2003

Yusmanto, Muhammad Ismail, *Manajemen Strategis Perspektif Islam*, Jakarta: Khairul Bayan, 2003.

TRANSKRIP PEDOMAN WAWANCARA

Judul: ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA KURNIA SARI CATERING SEMARANG

1. Bagaimana sejarah singkat Kurnia Sari Catering Semarang?
2. Bagaimana Visi, Misi, dan Tujuan Kurnia Sari Katering Semarang?
3. Bagaimana Struktur Organisasi Kurnia Sari Catering Semarang?
4. Apa strategi pengembangan usaha pada Kurnia Sari Catering Semarang?
5. Bagaimana pengelolaan Usaha pada Kurnia Sari Catering Semarang?
6. Bagaimana bahan baku yang digunakan oleh usaha Kurnia Sari Catering?
7. Bagaimana usaha promosi Kurnia Sari Catering?
8. Apakah strategis lokasi usaha Kurnia Sari Catering?
9. Apa saja yang menjadi kekuatan usaha Kurnia Sari Catering ?
10. Apa saja yang menjadi kelemahan usaha Kurnia Sari Catering?
11. Apa saja yang menjadi peluang usaha Kurnia Sari Catering?
12. Apa saja yang menjadi ancaman usaha Kurnia Sari Catering?

TRANSKRIP PEDOMAN WAWANCARA

Judul: ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA KURNIA SARI CATERING SEMARANG

2. Bagaimana sejarah singkat Kurnia Sari Catering Semarang?
1. Bagaimana Visi, Misi, dan Tujuan Kurnia Sari Catering Semarang?
2. Bagaimana Struktur Organisasi Kurnia Sari Catering Semarang?
3. Apa strategi pengembangan usaha pada Kurnia Sari Catering Semarang?
4. Bagaimana pengelolaan Usaha pada Kurnia Sari Catering Semarang?
5. Bagaimana bahan baku yang digunakan oleh usaha Kurnia Sari Catering?
6. Bagaimana usaha promosi Kurnia Sari Catering?
7. Apakah strategis lokasi usaha Kurnia Sari Catering?
8. Apa saja yang menjadi kekuatan usaha Kurnia Sari Catering ?
9. Apa saja yang menjadi kelemahan usaha Kurnia Sari Catering?
10. Apa saja yang menjadi peluang usaha Kurnia Sari Catering?
11. Apa saja yang menjadi ancaman usaha Kurnia Sari Catering?

Lampiran Foto



Contoh Foto Nasi Box



Contoh Kue Ulang Tahun



Contoh jajan Snack dalm Box



Contoh Aneka Jajanan Pasar

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khusniatul Mazidun Nikmah

NIM : 122411113

Tempat/ tanggal lahir : Batang, 25 September 1995

Alamat asal :Lutumgmati Rt 01 Rw 04, Yosorejo,
Gringsing, Batang

Email : Khusniamizan@gmail.com

Pendidikan :

1. MII Yosorejo 02, Yosorejo, Gringsing, Batang tahun 2006
 2. Mts IN, Banyurip Ageng, Buaran, Pekalongan tahun 2009
 3. MA Uswatun Hasanah, Mangkang Wetan, Tugu, Semarang tahun 2012
 4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo
- Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Semarang, 24 Juli 2019

Penulis

Khusniatul Mazidun Nikmah

NIM. 122411113