

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH MAKAN
MAS UNTUNG MALILI KAB. LUWU TIMUR**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk Melakukan
Penelitian Skripsi Dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana Pada Program
Studi Manajemen Bisnis Syariah*



IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH MAKAN
MAS UNTUNG MALILI KAB. LUWU TIMUR**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk Melakukan
Penelitian Skripsi Dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana Pada Program
Studi Manajemen Bisnis Syariah*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dinarni Pratiwi
NIM : 17 0403 0133
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2022
Yang membuat pernyataan








DINARNI PRATIWI

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Malili Kab. Luwu Timur yang ditulis oleh Dinarni Pratiwi Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0403 0133 mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 20 April 2022 Miladiyah bertepatan dengan 18 Ramadhan 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 27 Mei 2022


TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Ketua Sidang | () |
| 2. Fasiha, S.EI., M.EI. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Arsyad L., S.Si., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Nurfadilah, S.E., M.Ak. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
u.b. Wakil Dekan Bidang Akademik

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah


Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
NIP 19801004 200901 1007


Muzayyanah Jabani, ST., M.M.
NIP 19750104 200501 2003

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul:

Strategi pengembangan usaha rumah makan Mas Untung di Malili
yang ditulis oleh :

Nama : Dinarni Pratiwi

NIM : 17 0403 0133

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing

Nurfadilah, SE.,M. AK



Tanggal: 10 februari 2022

IAIN PALOPO

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :
Hal : skripsi Dinarni Pratiwi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Dinarni Pratiwi
NIM : 17 0403 0133
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi pengembangan usaha rumah makan Mas
Untung Malili

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian. Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. Wb.

IAIN PALOPO
Pembimbing



Nurfadilah, SE., M. AK.

Tanggal: 10 februari 2022

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Malili Kab. Luwu Timur” setelah melalui proses yang panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang manajemen bisnis syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus untuk kedua orang tua tercinta ayahanda Aswadi dan ibunda Rahmatia yang sangat luar biasa dalam memberi cinta, kasih sayang serta dukungan dalam keadaan apapun selama ini. Terim kasih kepada saudariku Adit Pratama yang telah memberikan dukungan dalam kepada penulis dalam menggapai cita-cita. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, selaku Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembang, Dr. H.Muammar Arafat, S.H.,M.H, Wakil Restor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E, M.M dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A,yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palopo.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Hj. Ramlah M.,M.M, beserta Wakil Dekan Dr. Muh. Ruslan Abdullah, SE.I., M.A., Wakil Dekan Tajjuddin, S.E., M. Si., Ak., CA., CSRS., CAMP., CAPF., CSRA. Dan Wakil Dr. Takdir S.H., M.H.
3. Ketua Prodi Studi Manajemen Bisnis Syariah, MuzzayyanahJabani,ST., M.M. beserta staf yang telah membant dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Nurfadilah, SE,M.AK, selaku pembimbingan yang telah memberikan bimbingan, masukann da arahan dalam proses ini.
5. Muzayyana Jabani, ST., M.M. dan Arsyad L,S.Si., M.Si selaku penguji I dan II, yang telah memberikan arahan untuk menyelesaikan Skripsi ini,
6. Nurdin Batjo, S.Pt., MM. Selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama ini sehingga dapat menyelessaikan tugas akhir Skripsi ini, serta seluruh staf yang telah membantu dalam pelayanan Akademik.
8. Kepala Perpustakaan Madehang, S.Ag., M.Pd. beserta Karyawan dan Karyaawati dalam lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu mengumpulkan literature yang berkaitan dengan pembahasan Skripsi.

9. Terkhusus kepada kedua orang tua kuter cinta almarhum Ayahanda Aswadi dan Ibunda Rahmatia yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya. Dan semua keluarga-keluarga yang selama ini membantu dan mendo'akanku. Mudah-mudahan Allah SWT mengumpulkan kita semua didalam Surga-Nya kelak.
10. Kepada semua temanseperjuangan, mahasiswa Program Studi ManajemenBisnis Syariah IAIN Palopo angkatan 2017 (khususnyakelas C), dan teman-teman yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kepada Sahabat-sahabatku UlummiatulMardiyah, Sari Widiastuti, Rahmi Alfiani, Lilis Haryani dan Lisda Hardiyanti yang selama ini selalu mendampingi, mensupport dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini meskipun banyak hambatan dan ketegangan namun dapat dilewati dengan baik, karena adanya dukungan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Aamiin ya Rabbal alamiin.

Palopo, 30 Maret 2022

IAIN PALOPO Peneliti



Dinarni Pratiwi

17 0403 0133

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya kedalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ :*kaifa*
 هَوَّلَ :*haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِي	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُو	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*
 رَمَى : *rāmā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha

رُوضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>udah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ع ber *-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ع transliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ē.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*
النَّوْءُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ	بِاللَّهِ
<i>dīnullāh</i>	<i>billāh</i>

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ
hum fi raḥmatilāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fihi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfi

Al-Maslahah fi al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

1. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang digunakan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Deskripsi Teori	9
C. Kerangka Pikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	25
B. Fokus Penelitian.....	25
C. Definisi Istilah	25
D. Desain Penelitian	26
E. Data dan Sumber Data	26
F. Instrumen Penelitian.....	27
G. Teknik Pengumpulan Data	27
H. Pemeriksa Keabsahan Data	27
I. Teknik Analisis Data	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Data	36
B. Hasil Penelitian.....	37
C. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Bobot	31
Tabel 3.2 Maktriiks SWOT	32
Tabel 4.1 Analisis SWOT pada usaha rumah makan Mas untung	40
Tabel 4.2 Maktriiks IFAS (internal factor analys is summary)	43
Tabel 4.3 EFAS (eksternal factor analysis summary)	46



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	34
Gambar 4.1 Diagram Carterius Analisis SWOT Rumah Makan Mas Untung.....	48



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Hasil Wawancara	62
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	68
Lampiran 3 Buku Kontrol	68
Lampiran 4 Kartu Kontrol	69
Lampiran 5 Halaman Persetujuan Pembimbing	69
Lampiran 6 Nota Dinas Pembimbing.....	70
Lampiran 7 Halaman Persetujuan Tim Penguji.....	70
Lampiran 8 Nota Dinas Tim Penguji.....	71
Lampiran 9 Keterangan Bebas Mata Kuliah	71
Lampiran 10 Sertifikat Ma'had Al-jamiah	72
Lampiran 11 Sertifikat PBAK/OSCAR.....	72
Lampiran 12 Keterangan PBAK.....	73
Lampiran 13 Transkrip Nilai Semester 1-7	73
Lampiran 14 Surat Keterangan Lunas SPP	74
Lampiran 15 Turnitin	74
Lampiran 16 Dokumentasi	75

IAIN PALOPO

ABSTRAK

Dinarni Pratiwi, 2022“Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Malili” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Nurfadillah

Skripsi ini membahas tentang strategi pengembangan usaha rumah makan mas untung Malili, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha rumah makan mas untung. Untuk menjawab persoalan tersebut, maka penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif ialah suatu analisa data yang bersifat penjelasan dan informasi data yang akan dikaitkan dengan teori-teori dan konsep yang akan dibahas dalam penelitian kualitatif dan memberikan kesimpulan dari penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, sumber data yang digunakan ialah data primer dan sekunder, selanjutnya analisis data yang terdiri dari pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Rumah makan mas untung Malili menggunakan konsep strategi pengembangan melalui analisis SWOT dengan penerapan ini dapat menarik sebagian besar masyarakat yang ada di Malili atau masyarakat diluar malili agara dapat berbelanja di rumah makan mas untung. Minat beli konsumen terhadap rumah makan mas untung dipengaruhi oleh beberapa alasan seperti, konsumen yang lebih memperhatikan kualitas produk dan citra rasa yang dijual, harga yang ditawarkan terjangkau,tempat yang strategis dan nyaman serta pelayanan yang baik diberikan di Rumah Makan Mas Untung Malili sehingga konsumen tidak bosan untuk berbelanja di rumah makan mas untung. Dari hasil penelitian dapat ditinjau dari penerapan strategi pengembangan melalui analisis SWOT dimana kekuatan pada rumah makan mas untung sangat kuat dan peluang dalam pengembangan usaha sangat besar dilahat dari hasil analisis SWOT.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Straregi, SWOT.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia yang memiliki kebutuhan yang setiap hari harus memiliki materi yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Bekerja dengan mendapatkan materi yang cukup akan meningkatkan taraf hidup manusia tersebut menjadi lebih baik. Untuk mendapatkan materi maka manusia harus bekerja baik secara formal maupun informal. Bekerja secara informal salah satunya dapat dilakukan dengan bisnis. Kehidupan sehari-hari manusia sangatlah berdekatan dengan kata bisnis. Bisnis adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa akan didistribusikan pada masyarakat yang membutuhkan, dari kegiatan distribusi inilah pelaku bisnis akan mendapatkan keuntungan atau *profit*.¹

Dengan berbisnis atau berwirausaha para pelaku usaha bisa mendapatkan penghasilan yang cukup meski hanya dengan sebuah usaha yang kecil, tapi bisa menghasilkan yang lumayan besar, itupun jika para wirausaha ini memiliki niat usaha yang bagus untuk memajukan sebuah usaha yang kecil menjadi besar. Dengan bermodalkan kemampuan dalam mengelolah sebuah usaha, maka mereka bisa mendapatkan profit yang cukup menjanjikan dari usaha tersebut. Salah satu jenis wirausaha yang saat ini banyak sekali dilakukan oleh para wirausahawan adalah usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan, baik itu berdagangan pakaian, makanan,

¹Zuhrinal M. Nawawi, *Kewirausahaan Islam*, (Medan:FebiUIN-SU Press: 2017) h.49.

souvenir, atau produksi lain yang yang bisa dijual dengan harga jual yang menjanjikan. Pengembangan suatu usaha tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi usaha besar.²

Tapi tidak semua bentuk usaha yang sudah berkembang dan sudah menjanjikan di kalangan masyarakat, bisa meningkat perekonomian wirausahawan tersebut. Maka perlu meneerapkan strategi pengembangan usaha yang baik, agar nantinya usaha, perekonomiannya bisa tercukupi tanpa ada kekurangan dan perlu dibarengi dengan penerapan praktek usaha baik yang sesuai dengan ketentuan islam.³Tujuan dari pengusaha dalam usahanya adalah ingin mendapatkan keuntungan. Selain itu para pengusaha juga ingin bisnisnya dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Banyakusaha yang awal mulanya berdiri dalam skala yang kecil, dengan omset yang kecil. Namun sering dengan berjalannya waktu perusahaan akan berkambang dan menjadi lebih baik dari sebelumnya. ⁴Dan perusahaan yang mampu menghadapi persaingan, akan menjadi perusahaan yang dalam skala yang lebih besar. Dalam perjalanannya perusahaan harus mengalami kemajuan di sistem usahanya, baik dari sistem didalam perusahaan atau sistem einternal perusahaan, dan kemajuan yang didukung oleh

² Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta:Salemba Empat, 2016), h.45.

³Wirasasmita, Yuyun, *Kewirausahaan: Buku Pegangan*.(Jatinangor : UPT-Pnerbitan IKOPIN, 2018), h.86.

⁴<https://media.neliti.com>

keadaan di lingkungan diluar perusahaan atau sistem eksternal perusahaan. Dalam kemajuan dalam sistem internal dan eksternal perusahaan mampu menghadapi persaingan yang adadi industri, dan hasil output dari perusahaan juga akan maksimal, serta pengeluaran atau biaya akan menjadi lebih sedikit dan efesien. Sehingga pendapat dari perusahaan akan meningkat dan biaya yang dikeluarkan juga semakin kecil. Pada usaha dalamskala yang masih kecil, sistem yangada belum sebaik perusahaan-perusahaan besar agar mencapai efisiensi dan efektifitas tersebut, oleh karena itu perusahan kecil perlu memperbaiki sistemnya agar dapat menjadi skala yang lebih besar.

Jika dikaitkan dengan dengan pengembangan usaha industri 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 di konsumsi harus diperhatikan selain kreasimakanan itu sendiri. Usaha pembuatan Bakso Tulang merupakan salah satu usaha yang mengandalkan daging sebagai produknya. Yang mana daging mentah dapat diolah menjadi bebagai olahan makanan yang dapat di jadikan usaha oleh para konsumen maupun hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari menjadi daya tarik sendiri untuk usaha pembuatan bakso tersebut.

Bakso tulang mas untung merupakan sebuah usaha yang terletak di jl. Soekarno Hatta, Desa Puncak Indah, Malili Luwu Timur. Bakso merupakan salah satu makanan khas sekaligus sebagai makan favorit masyarakat Indonesia. Banyak masyarakat mulai dari kalangan menengah atas hingga menengah bawah

menyukai makanan khas yang umumnya terbuat dari daging dan tulang yang berbentuk bulat. Dalam penyajiannya, Bakso biasanya disajikan dalam keadaan panas-panas. Bakso sangat populer sekali, bahkan dapat dengan mudah ditemukan dipinggir jalan, gerobak dorong. Hingga mall besar. Bakso memang makanan yang sangat lezat bagi penikmatnya. Untuk itu rumah makan Mas Untung berkreasi membuat bakso dengan memfariasi bahan baku yang umumnya dari daging saja dan menambahkan tulang. Dimana dengan bakso tulang ini banyak konsumen bahwa bakso tulang ini persis dengan konro, sehingga banyak masyarakat tertarik dengan bakso ini apalagi rasanya yang sangat lezat berbeda dengan bakso yang lainnya. Omset yang cukup besar didukung dengan keunggulan yang dimiliki pada warung ini, dimana warung makan ini berfokus pada citra khas Bakso tulang yang tetap terjaga. Banyaknya pelanggan yang datang ke tempat makanan ini merupakan salah satu faktor berhasilnya strategi yang dilakukan oleh rumah makan Mas Untung baik dalam menghadapi pesaing dan memahami kemauan pelanggan. Situasi yang aman, makanan yang enak serta murah memberikan sebuah gambaran bahwa rumah makan Mas Untung banyak dikunjungi, baik siang maupun malam hari. Terlebih ketika jam istirahat kerja maupun malam selepas jam kerja selesai.

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Bakso Tulang Mas Untung, adalah permasalahan mengenai kurangnya tenaga kerja dan permasalahan mengenai pemasaran atau kegiatan promosi mereka. Untuk mencari tenaga kerja cukup sulit dilakukan di malili, kurangnya semangat kerja dan ketidak disiplinan oleh para pekerja menjadi masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan-

perusahaan di Indonesia saat ini. Permasalahan lainnya yaitu permasalahan mengenai iklan yang saat ini mulai menggunakan perkembangan teknologi yang begitu pesatnya. Para pesaing di industri makanan, baik produk bakso atau produk pengganti mulai menggunakan media sosial untuk promosi dan iklan. Sedangkan pada rumah makan Mas Untung, masih belum terlalu menggunakan media sosial untuk mempromosikan usahanya. Banyak metode-metode pemasaran menggunakan media sosial yang akhir-akhir ini sedang populer bagi beberapa bisnis kuliner di kota Malili.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, bisnis Rumah Makan Mas Untung, masih perlu dikembangkan, baik dari sisi sumber daya manusianya, maupun pada bidang pemasaran perusahaan, karena pemasaran adalah ujung tombak dari bisnis. Penelitian ini ditunjukkan untuk menganalisa lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Dan merumuskan bagaimana pengembangan yang harus dilakukan dan strategi pengembangan alternatif apa yang tepat untuk digunakan di dalam rumah makan sesuai dengan kondisi rumah makan.

B. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang menjadi pokok penelitian yaitu, Strategi pengembangan usaha Rumah Makan Mas Untung dalam meningkatkan penjualan di Desa Puncak Indah, Malili kab. Luwu timur.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pengembangan

Usaha Rumah Makan Mas Untung Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Melalui Analisis SWOT?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi pokok tujuan penelitian yaitu, Untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Melalui Analisis SWOT?

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang menjadi pokok pembahasan adalah:

1. Aspek teoritis, hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah manfaat bagi keilmuan Administrasi Bisnis sebagai penerapan teori-teori yang didapatkan peneliti, dan memberikan manfaat bagi peneliti lain yang mengkaji tentang bisnis dalam hal ini bisnis usaha rumah makan mas untung.
2. Aspek praktis, hasil penelitian ini memberikan pemahaman baru terhadap pelaku bisnis terhadap bisnis usaha rumah makan mas untung yang dapat memberikan dampak terhadap peningkatan usaha bisnis dan daya saing.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian teori penelitian terdahulu yang relevan

Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan kajian ini diantara yaitu:

1. Penelitian yang di lakukan Wahyu Uniarso Tri D.S berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Kripik Di Dusun Karang Bolo Desa Lerep Kabupaten Semarang”.⁵ Menemukan bahwa dalam penelitiannya jenis-jenis produk yang dihasilkan industri kecil mulai dari tumpi (kacang hijau, kacang tanah, ubi, rempeyek, kripik tempe, kripik bayam daerah pemasaran industri kecil kripik di desa di mulai dari lokal kabupaten semarang sampai di luar provinsi, berdasarkan analisis SWOT strategi yang dapat dilakukan untuk memperdayakan industri kecil kripik di dusun karangbolo desa lerep kabupaten semarang adalah dengan memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal dan menciptakan teknologi tepat guna. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaanya terletak pada objek penelitian, kajian penelitian, dan tahun penelitian.
2. Penelitian yang dilakukan Fait Amiroh Panjaitan. Penelitian yang berjudul “Strategi Alternatif” Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Asin

⁵ Wahyu uniarso Tri D,S (2018), *manajemen pemasaran*, hal...9

Kelurahan Bagan Asahan Tanjung Balai”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT maka dapat diketahui strategi alternatif pengusaha pengolahan ikan asin Kelurahan Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai harus menjalankan strategi strength opportunities (SO) yaitu: Mempertahankan untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dan meningkatkan sarana dan prasarana dengan menggunakan teknologi yang canggih agar dapat menghasilkan ikan asin yang higienis. Dan hal ini akan dapat meningkatkan permintaan pasar terhadap ikan asin. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, kajian penelitian, dan tahun penelitian.

3. Oei, Stevanus Y.R.W yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Warung Makan “Tongkrongan Galantine” Berdasarkan Pendekatan Swot” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha makan “Tongkrongan Galantine” dalam menghadapi persaingan berdasarkan analisis SWOT. Obyek pada penelitian ini adalah warung “Tongkrongan Galantine” yang berlokasi Karangrejo, Semarang. Alasannya adalah Tongkrongan Galantine menghadapi persaingan yang semakin ketat sehingga dibutuhkan strategi pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah data primer. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif.⁶

4. Alexander Christian Agnefa “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Warmindo Wala Weleu Berdasarkan Analisis Swot” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) strategi pengembangan permodalan bagi UMKM Warmindo Wala Weleu berdasarkan analisis SWOT, (2) strategi pengembangan pemasaran bagi UMKM Warmindo Wala Weleu berdasarkan analisis SWOT. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Survei pada pemilik dan karyawan sebanyak 4 orang pada bulan Desember 2016. Data dikumpulkan dengan wawancara dan kuesioner yang kemudian diolah berdasarkan analisis SWOT.

Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, yaitu pada penelitian ini dilakukan di rumah makan mas untung malili.

B. Deskripsi Teori

Deskripsi teori adalah suatu rangkaian yang mengungkapkan suatu fenomena atau realitas tertentu yang dirangkum menjadi suatu konsep gagasan, pada dasarnya menguraikan nilai-nilai serta maksud dan tujuan tertentu yang terekam dari fenomena atau realitas tertentu.

⁶Oei, Stevanus Y.R.W, *Manajemen Pemasaran*, hal....12.

1. Pengertian strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos* dengan akar kata *stratos* dan *ag*, *stratos* berarti “militer” dan *ag* berarti “pemimpin”. Pada awalnya strategi diartikan generalisasi, sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan. Tidak mengherankan jika pada awalnya strategi-trategi selalu dikaitkan dengan siasat yang disusun untuk menghadapi perang pemasaran dan memenangkan pertarungan.⁷ Namundemikian, sesudah 1950-an maka strategi berubah. Dalam buku Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin tahun (2011), menyatakan bahwa strategi adalah visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pembuatan keputusan, dan akan tetap menjaga agar perusahaan bergerak pada arah yang benar. Dengan mengintegrasikan makna yang dikandung oleh pengertian di atas, maka strategi pada dasarnya merupakan penerjemahan visi perusahaan ke dalam rumusan kebijakan jangka panjang untuk dijadikan pedoman dalam mengerakkan perusahaan ke tujuan yang telah direncanakan dengan konsisten serta untuk membuat keputusan yang relevan mengenai pemberdayaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Stephanie K. Strategi dalam buku Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana suatu pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat di capai.

⁷Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin, *Manajemen Produksi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016) h.49

Menurut Johnson dan Scholes Dalam buku Sunarto (2004:88), strategi merupakan arah dan cakupan perorganisasian untuk jangka panjang yang lebih panjang, menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan yang berubah, dan secara khususnya dengan pasarnya, dengan pelanggan dan kliennya untuk memenuhi harapan stakeholder. ⁸Kay mengatakan strategi bisnis memperhatikan kesesuaian kapabilitas internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

Menurut Didin Hanifuddin dan Henri Tanjung strategi adalah respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi. ⁹Strategi terdapat pada berbagai tingkatan dalam sebuah organisasi. Tingkat strategi dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:¹⁰

1) Strategi Korporat

Suatu pertanyaan maksud perusahaan, arah pertumbuhan dan tujuan jangka panjang. Tujuan korporat perusahaan terpusat pada sebuah pertanyaan kunci: bisnis apa yang perlu digeluti perusahaan?. Strategi korporasi akan menentukan apakah bentuk kegiatan bisnis dari organisasi tersebut, perlukah sebuah perusahaan diintegrasikan dengan perusahaan lain atau baru berdiri sendiri dan bagaimana bisnis tersebut terhubung dengan masyarakat.

⁸Sunarto, *MSDM Strategik*, (Yogyakarta: Amus, 2017), h. 23

⁹Didin Hadifuddin dan Henri Tanjung, *Managemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2019), H. 29.

¹⁰Thomas Sumarsan, *sistem pengendalian manajemen*, (Jakarta: Indeks Permata Puri Media, 2018), h. 60

2) Strategi Bisnis

Pernyataan rinci definisi, misi, tujuan unit bisnis dan ancangan-ancangan yang akan digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Isu utama strategi pada level ini berkenaan dengan persaingan di suatu pasar oleh setiap unit bisnis, misalnya apa saja keuntungan terhadap pesaing, apa peluang yang dimanfaatkan, bagaimana perusahaan mengalokasikan sumber dayanya untuk mencapai posisi kompetitif yang diinginkan.

3) Strategi Operasional

Suatu pernyataan rinci tujuan jangka pendek dan metode yang akan digunakan oleh suatu bidang operasional untuk mencapai tujuan jangka pendek unit bisnisnya.

Dalam pengertian strategi juga dikenal istilah strategi perusahaan yaitu rumusan perusahaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuan strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.

2. Tipe-Tipe Strategi

Strategi dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu:

1) Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi makro, misalnya strategi pengembangan produk, penerapan harga, akuisisi, pengembangan pasar dan sebagainya.

2) Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru dan sebagainya.

3) Strategi bisnis

Strategi ini sering di sebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

3. Strategi Dalam Pengembangan Usaha

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi kemasa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.¹¹

¹¹Racmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: cv Pustaka Setia, 2019), h. 14

Dari strategi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu peoses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat Strategi telah diterapkan aka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi berikut.

a. Tahap-Tahap Pengembangan Usaha

Di dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha (business development), seorang wirausaha pada umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahapan-tahapan pengembangan usaha sebagai berikut.

1) Memiliki ide usaha

Usaha apapun yang akan dikembangkan oleh seseorang wirausaha, pada mulanya berasal dari satu ide, diman ide usaha yang dimiliki oleh seseorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain, sebagai contoh, pengusaha bakmi langgara bergerak untuk memasuki usaha bakmi setelah pemilik usaha ini melihat keberhasilan bisnis bakmi Gaja Mada.

Selain melalui pengamatan terhadap keberhasilan bisnis orang lain ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari wirausahawan. Sebagai Contoh, ide usaha untuk mendirikan *modern supermarket* telah mendorong seseorang untuk merealisasikan impiannya membuat supermarket matahari sebagai alternatif tempat belanja bagi

keluarga indonesia yang pada umumnya belanja di pasar tradisional (*traditional market*).

2) Penyaringan Ide/ Konsep Usaha

Ide usaha merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan. Pada tahap selanjutnya. Wirausahawan akan menerjemahkan ide usaha tersebut kedalam konsep usaha yang merupakan penerjemahan lebih lanjut ide usaha dalam matriks bisnis yang lebih spesifik.

3) Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha adalah orang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi (uang, tenaga kerja, material, dan lain sebagainya) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, komponen utama dari usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan proyeksi rugi-laba (*profit and loss statement*) dari bisnis yang akan dijalankan.

4) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Dalam kegiatan implementasi, rencana usaha seorang wirausahawan akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Melalui kegiatan usaha, seorang pengusaha justru akan memperoleh umpan balik (*feedback*) yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai perbaikan dalam kegiatan pelaksanaan kegiatan usaha, penetapan tujuan-

tujuan dan strategi-strategi usaha baru atau melakukan berbagai tindakan (*korrektive action*).

2. Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam pengembangan usaha yaitu:

a. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal):

- 1) Adanya niat dari perusahaan/wirausaha untuk mengembangkan untuk lebih besar.
- 2) Mengetahui teknik produksi barang seperti berapa banyak yang harus diproduksi, cara apa yang harus di gunakan untuk menggunakan barang/prodak, dan lain-lain.
- 3) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran prodak.

b. Unsur dari pihak luar (pihak eksternal)

- 1) Mengikuti perkembangan usaha dari luar usaha.
- 2) Mendapatkan dan tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
- 3) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik/kondusif untuk usaha.
- 4) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai untuk menghailkan barang berbiaya rendah dan menjualnya ddengan barang yang murah.
- 5) Cakupan jajaran prodak

Suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam suatu tempat saja. Hal ini bisa mendorong perekonomian yang pada gilirannya akan memberi untung pada konsumen.

3. Industri Makanan

Makanan adalah bahan biasanya berasal dari hewan atau tumbuhan yang diambil oleh makhluk hidup untuk mendapatkan tenaga dan nutrisi. Makanan yang dibutuhkan manusia biasanya diperoleh oleh hasil bertani atau berkebun yang meliputi sumber hewan, dan tumbuhan.¹²

4. Teori Fungsi Produksi

Banyak hal yang berhasilnya perkembangan ekonomi faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor ekonomi dan non ekonomi. Kapasitas produksi suatu perekonomian dapat dilihat dari fungsi produksi. Fungsi produksi yaitu hubungan dari input dan output. Input adalah barang-barang yang lain. Output adalah barang-barang yang dihasilkan dari kombinasi-kombinasi input tersebut. Fungsi produksi dapat dinyatakan dengan $Y = f(L, K, R, T, S)$. Dimana Y merupakan besarnya output. L, merupakan besarnya jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk keperluan produksi. K, adalah kapital yang tersedia untuk keperluan produksi. R, menunjukkan banyaknya sumber-sumber riil. T, menunjukkan banyaknya teknologi yang digunakan, sedangkan S, karakteristik sosial

¹²<http://blog-pinta.blogspot.co.id/kewirausahaan>.

budaya yang mempengaruhi. Faktor produksi di artikan sebagai benda-benda yang disediakan oleh alam atau yang di ciptakan oleh manusia yang dapat di gunakan untuk memproduksi barang dan jasa.

D. Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang peting dalam kelangsungan hidup usaha. Banyak wirausaha memahami pemasaran hanya sebatas memasarkan produk yang dihasilkan dalam arti penjualan. Kesuksesan dalam melakukan kegiatan usaha di tentukan oleh keberhasilan pemasaran perusahaan.¹³

Dalam buku Heru Kristanto, Menurut Philip Kotler mengungkapkan pemasaran sebagai sebuah falsafah bisnis yang mengungkapkan bahwa pemuasan kebutuhankonsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Marketing (pemasaran) adalah proses penciptaan dan penyampaian barang dan jasa yang diinginkan pelanggan meliputi semua kegiatan berkaitan dengan menarik dan mempertahankan pelanggan setia.

Dasar keberhasilan pemasaran adalah pemahaman yang mendalam akan disiplin pemasaran. Pemasaran adalah proses mengkonsentrasikan berbagai sumber yang ada dan sasaran dari sebuah bisnis pada kesempatan dan kebutuhan lingkungan.

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang di pengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Dan

¹³R. Heru Kristato, *Kewirausahaan Pendekatan Manajemen dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), h. 101.

pengaruh berbagai faktor tersebut, masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas. pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.

Sedangkan keinginan manusia (human want) adalah bentuk yang mendasar dari kebutuhan manusia yang di bentuk oleh budaya dan pribadi seseorang. Untuk tujuan pemasaran menurut Peter Drucker, adalah membuat agar penjual mengetahui serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk dan layanan cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya.

Pemasaran adalah kreasi dan realisasi sebuah standar hidup. Pemasaran mencakup kegiatan:

- a. Menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen
- b. Kemudian merencanakan dan mengembangkan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut
- c. Dan kemudian memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut.

Pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses pendefinisian pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan

konsumen akan produk dan jasa. Ada beberapa fungsi pemasaran (functions of marketing) pokok yaitu:¹⁴

a) Analisis konsumen

Analisis konsumen adalah pengamatan dan evaluasi kebutuhan, hasrat dan keinginan konsumen melibatkan pengadaaan survei konsumen, pengevaluasian, dan penentuan strategi segmentasi pasar yang optimal. Informasi yang di hasilkan oleh analisis konsumen bisa jadi sangat penting dalam pengembangan pernyataan misi yang efektif. profil konsumen memaparkan karakteristik demografis dari suatu konsumen dan suatu organisasi. Pembeli, penjual, distributor, tenaga penjualan, manajer, penjual grosir, peritel, pemasok, dan kreditor semuanya dapat berpartisipasi dalam proses pengumpul informasi untuk mengidentifikasi secara tepat kebutuhan konsumen.

b) Penjualan Produk/Jasa

Penerapan strategi yang berhasil umumnya bergantung pada kemampuan sebuah organisasi untuk menjual atau produk jasa tertentu. Penjualan meliputi banyak aktivitas pemasaran seperti iklan, promosi penjualan, publisitas, penjualan perorangan, manajemen tenaga penjualan, ubungan konsumen, dan hubungan diler. Aktivitas-aktivitas ini sangat penting ketika perusahaan menjalankan strategi penetrasi pasar. Keaktifan beragam alat penjualan untuk produk konsumen dan industri beragam.

¹⁴Fred R. David, *Manajemen strategis*, (Jakarta: Selemba Empat, 2019), h. 198

c) Perencanaan Produk dan Jasa

Perencanaan produk dan jasa meliputi berbagai aktivitas seperti uji pemasaran, pemosisian produk dan merek, memanfaatkan garansi, pengemasan, penentuan pilihan produk, fitur produk, gaya produk, dan kualitas produk, penghapusan produk lama, dan menyediakan layanan konsumen. Perencanaan produk dan jasa terutama penting jika sebuah perusahaan melakukan pengembangan produk.

d) Penetapan Harga

Limapemangku kepentingan (stakeholder) memengaruhi keputusan penetapan harga : konsumen, pemerintah, pemasok, distributor, dan pesaing. Terkadang perusahaan akan menjalankan strategi integrasi ke depan untuk meraih pengendalian yang lebih baik atas harga yang di bebankan kepada konsumen. Pemerintah dapat menetapkan larangan terkait penentuan harga, diskriminasi harga, harga minimum, penetapan harga unit, harga iklan, dan pengendalian harga.

e) Distribusi

Distribusi mencakup pengundangan, saluran-saluran distribusi, cakupan distribusi, lokasi tempat ritel, wilayah penjualan, tingkat dan lokasi persediaan, kurir transportasi, penjualan grosir, dan ritel. Kebanyakan produsen dewasa ini tidak menjual barang mereka langsung kepada konsumen. distribusi menjadi sangat penting tatkala sebuah perusahaan berusaha menerapkan strategi pengemangan pasar atau

integrasi ke depan. Perantara tumbuh subur dalam menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.¹⁵

Unsur-unsur utama pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga unsur utama yaitu:

1) Unsur strategi persaingan

Unsur strategi persaingan dapat di kelompokkan menjadi tiga yaitu:

- a. Segmentasi pasar, merupakan kegiatan mengidentifikasi untuk membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah.
- b. Targetting, adalah suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki
- c. Positioning, adalah penetapan posisi pasar

2) Unsur taktik pasar

Terdapat dua unsur pasar yaitu:

- a. Diferensiasi, yang berkaitan dengan cara membangun berbagai aspek di perusahaan kegiatan membangun strategi pemasaran yang membedakan diferensiasi yang di lakukan suatu perusahaan dengan perusahaan lain
- b. Bauran pemasaran, yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai, produk, harga, promosi dan tempat.

3) Unsur nilai pemasaran

Nilai pemasaran dapat di kelompokkan menjadi tiga, yaitu:

- a. Merk atau brand, nilai yang berkaitan dengan nama atau nilai yang di miliki atau melekat pada suatu perusahaan. Sebaiknya

¹⁵Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 101.

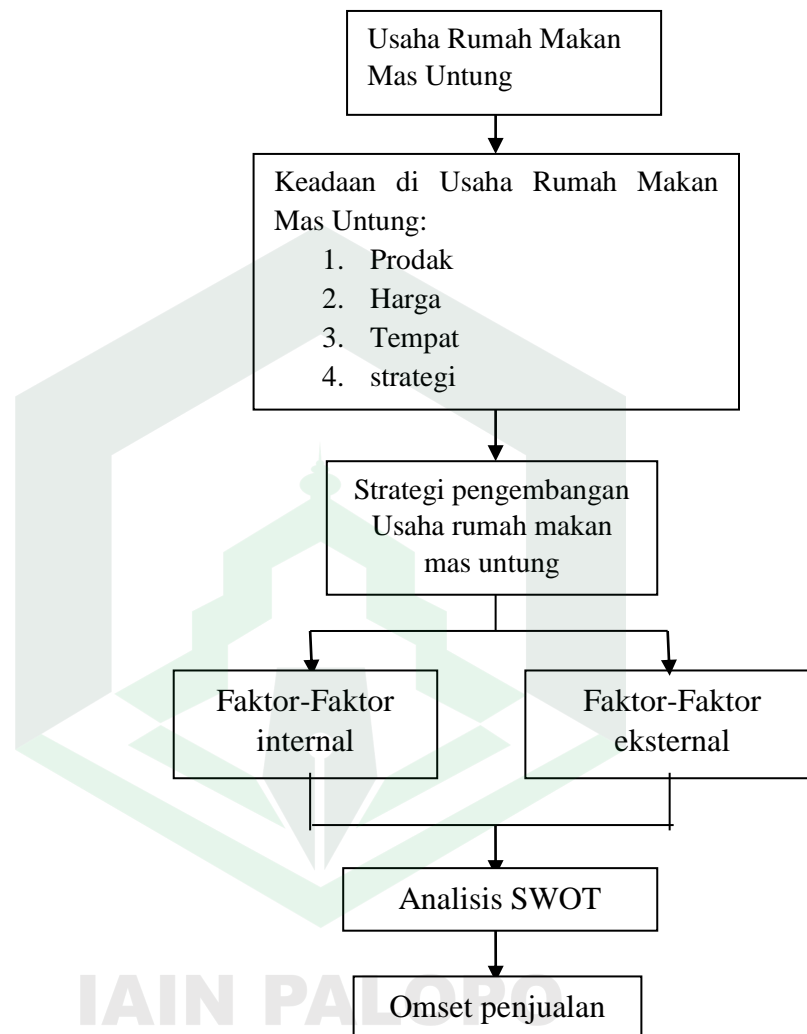
perusahaan senantiasa berusaha meningkatkan brand equitynya. Jika brand equitynya ini dapat dikelola dengan baik, perusahaan yang bersangkutan setidaknya mendapatkan dua hal. Pertama para konsumen akan menerima nilai produknya. Mereka dapat merasakan semua manfaat yang diperoleh dari produk yang mereka beli karena mereka merasa puas karena produk itu sesuai dengan harapan mereka. Kedua, perusahaan itu sendiri memperoleh nilai dari loyalitas pelanggan terhadap merek, yaitu peningkatan margin keuntungan, keunggulan bersaing dan efisiensi, secara efektifitas kerja khususnya pada program pemasarannya.

- b. Pelayanan atau service, yaitu nilai yang berkaitan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen. Kualitas layanan konsumen ini perlu terus menerus ditingkatkan, karena semakin baik pelayannya maka konsumen akan setia untuk berlangganan.
- c. Proses, yaitu nilai yang berkaitan prinsip perusahaan untuk membuat setiap perusahaan terlibat dan memiliki tanggung jawab dalam memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

C. Kerangka Pikir

Untuk mendekati masalah yang ada pada permasalahan penelitian, maka perlu dibuat kerangka teoritis sebagai dasar pemikiran penelitian ini, kerangka yang dimaksud akan lebih mengarahkan penulis untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian ini

guna memecahkan masalah yang telah di paparkan sebelumnya, kerangka teoritis pada penelitian ini dapat di jelaskan pada bagan berikut:



Kerangka berfikir dari penelitian ini di mulai dengan penggalian informasi dari empat keadaan di Usaha Rumah Makan Maas Untung yaitu, produk, tempat, harga, dan pemasaran. Keempat elemen itu yang akan menjadi acuan daftar pertanyaan yang akan di tanyakan sebagai sumber informasi utama dari penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah. Metode penelitian ini berjenis lapangan. Pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas tentang apa yang terjadi mengadakan penelitian mengenai beberapa masalah aktual yang kini telah berkecamuk dan mengekspresikan dalam bentuk gejala atau proses sosial.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian (Fokus Penelitian) :

Lokasi penelitian ini berada di Malili kab. Luwu timur, rencana penelitian akan dilakukan pada tanggal 28 juli 2021.

C. Definisi Istilah

Strategi Pengembangan Usaha adalah Strategi bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi kemasa depan. Sedangkan pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang

peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

D. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kualitatif studi kasus pada usaha mas untung, Fenomena pada rumah makan mas untung yaitu tempat rumah makan ini sangat strategis di mana rumah makan terletak di Jl. Soekarno Hatta, Desa Puncak Indah, Malili. Sehingga dalam mengembangkan lagi rumah makan ini supaya lebih maju lagi yaitu dengan cara menggunakan strategi pemasaran dimana mas untung melakukan pemasaran langsung terhadap masyarakat agar masyarakat diluar kota Malili mengetahui rumah makan mas untung dan memberikan petunjuk seperti brosur atau paplet sehingga masyarakat bisa mengetahui tempat rumah makan mas untung dengan ini masyarakat pasti akan lebih tertarik dengan bakso tulang karena bakso tulang ini belum ada yang jual di Malili selain rumah makan mas untung. Apa lagi citranya terhadap bakso tulang ini tidak diragukan lagi.

E. Data Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Peneliti menggunakan sumber data dari owner/pemilik usaha yang diperoleh dari hasil observasi yang menjadi tempat penelitian. Data tersebut bersifat kualitatif di peroleh dari wawancara, dokumentasi dan pengamatan secara langsung.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan Wawancara dimana cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab. Dimana peneliti bertanya kepada responden, kemudian responden menjawab dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang menyangkut karakteristik atau sifat permasalahan dari objek penelitian

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 metode dalam pengumpulan data yaitu:

- a. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab secara lisan untuk memperoleh informasi. bentuk informasi yang diperoleh ditanyakan dalam bentuk tulisan, atau rekaman secara audio, visual, atau audio visual.
- b. Observasi berarti memperhatikan dan mengamati. Kegiatan observasi bertujuan untuk memperoleh informasi tentang tingkah laku, keadaan, kondisi, atau situasi dari obyek yang diteliti.
- c. Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang dan sebagainya.

H. Pemeriksa Keabsahan Data

Dalam penelitian ini uji keabsahan data yang digunakan yaitu credibility atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yaitu:

a. Perpanjangan pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan berarti pengamatan berarti kembali kelapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih ¹⁶baru. Setelah dicek kembali ke lapangan data yang diperoleh sudah dapat di pertanggung jawabkan berarti kridebel, maka perpanjangan perlu diakhiri.

c. Triangulasi

Wiliam wiersam mengatakan trigulasi dalam pengujian krebilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat trigulasi sumber, trigulasi tehnik pengumpulan data, triangulasi waktu.

d. Menggunakan bahan referensi

Pengamatan bahan referensi untuk membuktikan bahwa data yang telah ditemukan oleh peneliti sudah sesuai yang ada dilapangan. Seperti data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara dan lain sebagainya.

I. Teknis Analisis Data

Hasil penelitian selain akan dianalisis secara deskriptif kualitatif penulis juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan *strategts* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang), namun secara bersamaan dapat memaksimalkan *weaknes*

¹⁶ Sugiyono, "Metode penelitian bisnis", (Bandung: Alfabeta 2017) hal 515

(kelemahan) dan *treath* (ancaman). *strategts* (kekuatan), *weaknes* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *treath* (ancaman). Merupakan faktor-faktor strategis perusahaan yang perlu dianalisis dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis SWOT.

1. Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS):

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting), bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh besar dalam kinerja organisasi harus sama dengan 1,0.
- c. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (ranting =1), kelemahan yang kecil (ranting = 2), kekuatan kecil (ranting = 3), dan kekuatan yang besar (ranting = 4). Jadi sebenarnya ranting mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rantingnya untuk mendapatkan *score*.
- e. Jumlah total skor masing-masing variabel.

2. Matriks EFAS (eksternal Factor Analysis Summary)

Menurut David, ada lima tahapan penyusunan matriks eksternal faktor Analisis Summary (EFAS):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3(respon diatas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1(respon diatas rata-rata), rating ini berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlah semua skor untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Faktor-faktor IFAS dan EFAS diatas merupakan gambaran secara umum yang diperoleh pada saat melakukan penelitian akan dapat disesuaikan dengan kondisi lapangan, di mana akan disesuaikan dengan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh objek atau organisasi atau perusahaan dimana penelitian tersebut dilakukan. Dalam penentuan bobot faktor berdasarkan pengaruh faktor terhadap posisi strategi perusahaan dengan skala 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (sangat tidak penting) dan semua bobot tersebut

jumlahnya tidak melebihi skor total 1,0. Bobot dan rating ditentukan berdasarkan pada isian kuesioner dimana acuan dari bobot dan rating tersebut.

Tabel 3.1 Bobot

Bobot	Keterangan
0,30	Sangat kuat
0,20	Diatas rata-rata
0,10	Rata-rata
0,05	Dibawah rata-rata

Dari pembobotan diatas setiap angka memiliki arti masing-masing mulai dari 0,10 yang berarti bahwa pengaruh dan kebijakan atau faktor yang diambil memiliki pengaruh yang sedikit (dibawah rata-rata) dan begitupula seterusnya.

3. Maktris SWOT

Maktriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategis perusahaan. Maktris ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Maktriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tabel3.2 Maktriiks SWOT

IFAS	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
	Tentukan Faktor	Tentukan Faktor
EFAS	Kakuatan Internal	Kakuatan Eksternal
<i>OPPORTUNITY (O)</i>	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal	Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>THREAT</i>	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 Faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

1) Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strenght*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini di buat berdasarkan pemikiran para eksekutui perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST (*Strenght-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Stenght*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini merupakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari liar.

3) Strategi WO (*Weaknes-Opportunity*)

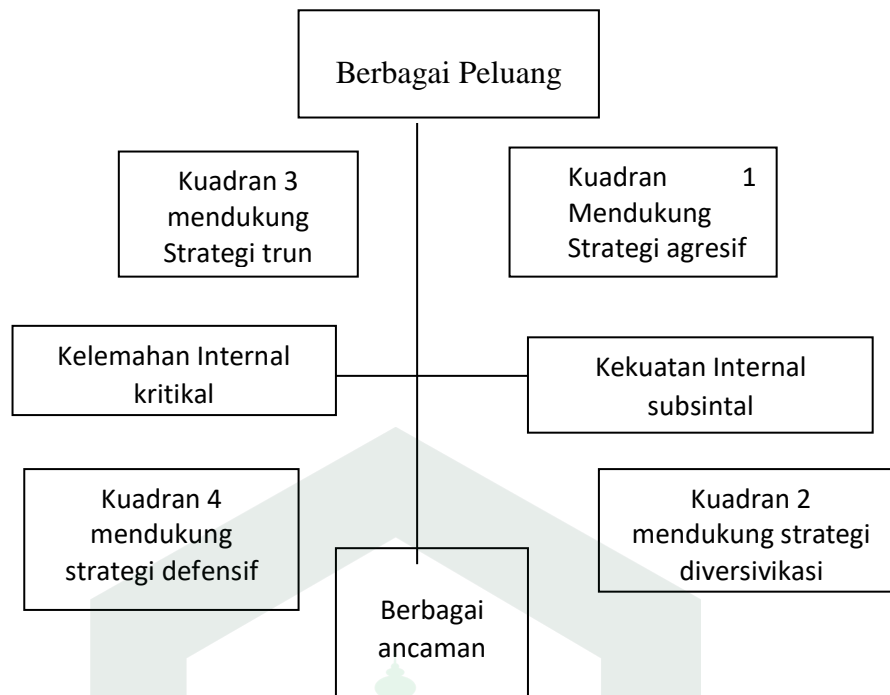
Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

4) Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya deensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan.

4. Diagram SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total streght dan total weakness, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat antara selisih antara total opportunity dan total threat.



Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kuadran 1:

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented strategy*).

Kuadran 2:

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produksi/pasar).

Kuadran 3:

Perusahaan memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih besar.

Kuadran 4:

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan memiliki berbagai ancaman dari luar dan kelemahan internal.



IAIN PALOPO

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi data

1. Gambaran Umum lokasi penelitian

Keadaan geografis kecamatan malili merupakan salah satu kecamatan malili di kabupaten luwu timur dengan luas wilayah 921,20 km², kecamatan yang merupakan ibu kota kabupaten luwu timur. Secara astronomis, kecamatan malili terletak di 2⁰29'24" - 2⁰51'33" lintang selatan dan 120⁰57'16" – 121⁰22'46" bujur timur. Kecamatan malili bertbatasan dengan kecamatan nuha di sebelah utara, kecamatan nuha dan towuti sebelah timur, sebelah selatan berbatasan dengan teluk bone dan provinsi Sulawesi tenggara. Dandi sebelah barat berbatasan dengan kecamatan angkona dan teluk bone. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian di malili dengan jumlah penduduk 296.741 jiwa.

Sejarah rumah makan mas untung berdiri pada tahun 1997 dimana usaha bakso pada tahun ini berlokasi disorowako jl. Hasanuddin yang menggunakan gerobak sering dengan berjalannya waktu bakso mas untung ini banyak digemari oleh masyarakat dimana kualitas dan citra rasanya sangat baik. Pada tahun 2017 mas untung membuka rumah makan bakso yang unik yang belum ada didaerah luwu timur, dimana bakso mas untung ini sudah dikenal banyak dan tidak herannya lagi pemasaran bakso mas untung dilalukan olehkonsumennya melalui media sosial dan mukut kemulut. Bakso mas untung ini bukan hanya unik saja tapi citra rasanya tidak beda dengan dulunya

masih tetap sama. Tidak heran jika banyak para konsumen memasarkan bakso mas untung karena dilihat dari kualitas, kebersihan rasanya sangat baik.

Rumah makan mas untung juga memberikan diskon pada hari jum'at kepada para konsumennya, rumah makan ini tidak memiliki karyawan luar dengan kata lainnya karyawannya hanya keluarganya saja. Mas untung juga berencana membuka cabang lagi jika kondisinya sudah membaik karena terhalang oleh pandemi covid_19. Jika situasi sudah membaik mas untung akan membuka cabang lagi karena banyak para konsumen di daerah Luwu Timur agar lebih muda lagi jika rumah makan mas untung ada dimana apa lagi dilihat dari omsetnya lumayan besar dan sudah banyak dikenal oleh banyak konsumen baik didalam daerah maupun diluar daerah.

2. Hasil Penelitian

a. Pengelolaan Usaha bakso tulang mas untung

Usaha bakso tulang yang dikelola oleh mas untung berawal dari keinginan beliau untuk membuat suatu usaha karena melihat adanya peluang usaha di daerah tersebut. Tenaga kerja usaha bakso mas untung yaitu keluarganya saja. Bahan baku yang di gunakan adalah daging sapi.

b. Analisis bahan baku

Bahan baku yang digunakan adalah daging sapi yang di pasok dari penjual sapi yang telah menjadi langganan tetap usaha bakso mas untung.

c. Analisis Promosi

Usaha bakso mas untung di era teknologi yang berkembang saat ini belum memiliki website untuk mempromosikan usahanya, promosi yang di

lakukan dengan memasang baliho di depan rumah produksi hanya manual dari mulut ke mulut masyarakat sekitar.

d. Analisis lokasi

Bagi sebuah bisnis lokasi merupakan salah satu hal yang penting, lokasi yang mudah dijangkau masyarakat akan menjadi keuntungan sendiri bagi pemilik suatu usaha. Lokasi usaha rumah makan mas untung berada di jl. Soekarno hatta, desa. Puncak indah lokasi tersebut tepat berada di persimpangan jalan yang mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar dan memiliki lokasi parkir untuk para pembeli.

Adapun hasil peneliti akan di analisis secara deskriptif kualitatif selain itu penulis juga menggunakan analisis SWOT.

a. Analisis SWOT

Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

1) Analisis lingkungan internal

a. Kekuatan (strength)

1. Mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas pada konsumen
2. Rasa bakso yang enak, dan memiliki keunikan tersendiri
3. Lokasi yang cukup strategis karena berada di tengah-tengah
4. Desain lokasi yang nyaman bagi konsumen
5. Bahan baku yang selalu tersedia

6. Pelayanan yang baik pada karyawan
7. Produksi yang efektif karena mesin dalam kondisi yang handal

b. Kelemahan

1. Ketergantungan bahan baku daging sapi
2. Hanya mengandalkan satu produk
3. Pembuatan bakso yang memakan waktu yang cukup lama
4. Di era teknologi yang canggih perusahaan tidak memiliki website untuk melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya.
5. Lokasi untuk produksi jauh dengan pusat pasar.

2) Analisis lingkungan eksternal

1. Peluang (opportunity)

- 1) Salah satu pilihan utama penyuka makan bakso di desa puncak indah
- 2) Memperluas usaha dengan membuka cabang
- 3) Meningkatkan usaha dengan memperluas pemasaran yang dilakukan oleh konsumen
- 4) Memiliki pelanggan yang tetap karena produk yang berkualitas

2. Ancaman (threat)

- 1) Banyaknya pesaing bisnis
- 2) Harga produk sama dengan pesaing.
- 3) Tidak ada bahan baku yang lain jika mengalami kenaikan harga daging sapi.

Setelah di lakukan analisis internal dan eksternal maka di ketahui hasil dari kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman. Sebagaimna tertera pada tabel berikut.

Tabel 4.1

Analisis SWOT pada usaha rumah makan mas untung

Kekuatan (<i>Stranght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1. Mengutamakan kualitas pada produk untuk mencapai loyalitas pada konsumen 2. Rasa bakso yang enak, dan memiliki keunikan tersendiri 3. Lokasi yang berada di tengah-tengah pusat kota 4. Desain pada lokasi yang nyaman bagi konsumen	1. Kergantungan bahan baku 2. Hanya mengandalkan satu produk saja 3. Pembuatan bakso yang cukup lama 4. Di era teknologi yang canggih perusahaan tidak memiliki website untuk melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya. 5. Lokasi untuk produksi jauh dari pusat pasar 6. pendemi covid-19 membuat omset sedikit menurun 7. proses produksi memakan waktu yang cukup lama
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threat</i>)
1. Salah satu pilihan utama penyuka makan bakso di desa puncak indah	1. Banyaknya pesaing bisnis

- | | |
|--|---|
| 2. Memperluas usaha dengan membuka cabang | 2. Harga produk sama dengan pesaing |
| 3. Meningkatkan usaha dengan memperluas pemasaran yang dilakukan oleh konsumen | 3. Tidak ada bahan baku yang lain jika mengalami kenaikan harga daging sapi |
| 4. Memiliki pelanggan yang tetap karena produk yang berkualitas | 4. pelanggan bosan dengan produk |
-

3. Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

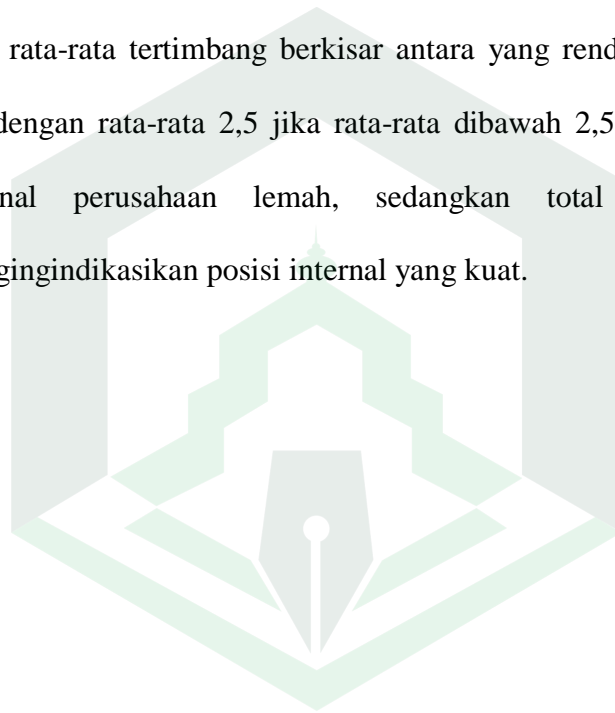
Menurut David, ada beberapa tahap penyusunan matriks internal factor analylis summary (IFAS) yaitu:

- a. Tentukan fakto-factoryang menjadi kekuatan dan kelemahan
- b. Berikan bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang suatu kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang sangat tinggi. jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1.0.
- c. Beikan ranting 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah fsktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (ranting=1), kelemahan yang kecil (rating=2), kekuatan yang kecil (rating =3) dan kekuatan yang besar (rating=4). Jadi sebenarnya rating

mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

- d. Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score
- e. Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

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



IAIN PALOPO

Tabel 4.2
Maktriiks IFAS (internal factor analysis summary)

No	Internal faktor	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan (strenght)				
1.	Mengutamakan kualitas pada produk untuk mencapai loyalitas pada konsumen	0,30	4	1,2
2.	Rasa bakso yang enak, dan memiliki keunikan tersendiri	0,30	4	1,2
3.	Lokasi yang berada di tengah-tengah pusat kota	0,20	3	0,6
4.	Desain pada lokasi yang nyaman bagi konsumen	0,20	3	0,6
Subtotal		1		3,6
Kelemahan (weakness)				
5.	Kergantungan bahan baku	0,15	2	0,3
6.	Hanya mengandalkan satu produk saja	0,15	2	0,3
7.	Pembuatan bakso yang memakan waktu	0,15	2	0,3
8.	Di era teknologi yang canggih perusahaan tidak memiliki website untuk melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya.	0,15	2	0,3

9.	Lokasi memproduksi jauh dari pasar	0,10	1	0,10
10.	Proses produksi yang memakan waktu yang cukup lama	0,15	2	0,3
11.	Pendemi covid-19 membuat omset menurun	0,15	2	0,3
Total			1	1,9

Dari hasil analisis pada tabel diatas faktor kekuatan yaitu total skor 3,6 dan kelemahan total skor 1,9 yang berarti posisi internal yang kuat karna kekuatan lebih besar dari kelemahan.

4. Matriks EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary)

Menurut David, ada lima tahapan penyusunan Matriks eksternal factor summary (EFAS) yaitu:

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

- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlah semua skor untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman dipasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternalnya.

Dalam EFAS Maktris, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dengan menghindari ancaman-ancaman dipasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Tabel 4.3
Maktris EFAS (eksternal factor analysis summary)

No	Eksternal faktor	Bobot	Rating	Skor
Peluang (opportunity)				
1	Salah satu pilihan utama penyuka makan bakso di desa puncak indah	0,30	4	1,2
2	Memperluas usaha dengan membuka cabang	0,20	3	0,6
3	Meningkatkan usaha dengan memperluas pemasaran yang dilakukan oleh konsumen	0,20	3	0,6
4	Memiliki pelanggan yang tetap karena produk yang berkualitas	0,30	4	1,2
Subtotal		1		3,6
Ancaman (Threat)				
5	Banyaknya pesaing bisnis	0,20	3	0,33
6	Harga produk sama dengan harga pesaing	0,15	2	0,18
7	Tidak ada bahan baku yang lain jika mengalami kenaikan harga daging sapi	0,15	2	0,12
8	Pelanggan bosan dengan produk	0,10	1	0,34
9.	Beberapa kompetitor berada dilokasi yang strategis	0,15	2	0,3
10.	Munculnya rasa iri dan dengki sesama kompetitor yang mempengaruhi usaha	0,10	1	0,10
11.	Adanya beberapa kompetitor baru yang muncul dikota malili	0,15	2	0,3
Total		1		2

Dari hasil analisis tabel 4.3 EFAS faktor peluang yaitu 3,6 dan ancaman yaitu 2 yang berarti mengidentifikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industri.

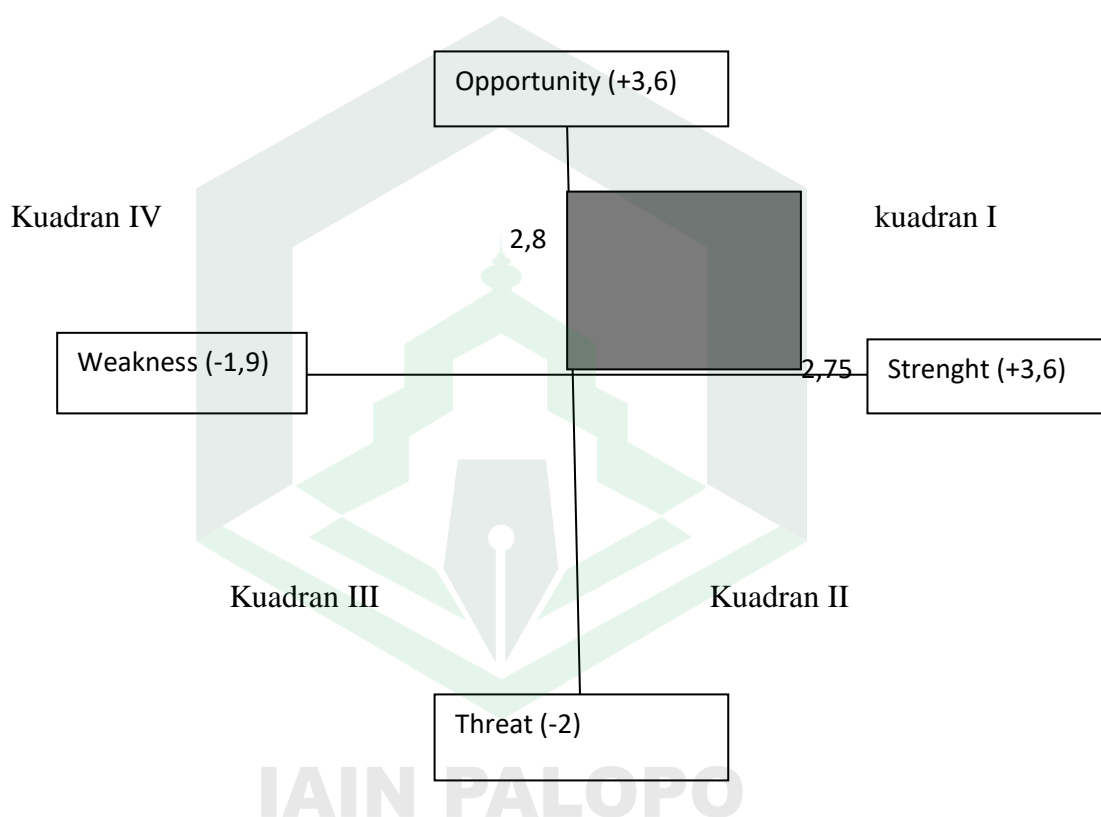
a. Hasil maktris internal eksternal (IE)

Berdasarkan tabel diatas hasil maktris IFAS diatas (tabel 4.2) dan tabel maktris EFAS (tabel 4.3). diketahui bahwa nilai IfAS nya adalah 3,6 dan nilai EFAS nya adalah 3,6 dengan demikian usaha rumah makan mas untung berada di nomor II yaitu suatu keadaan dimana organisasi berada pada masa pengembangan. Dengan demikian dapat diketahui strategi strategi yang dapat digunakan adalah strategi pertumbuhan melalui integrasi horisonal strategi adalah suatu kegiatan untuk memperluas usaha rumah makan bakso mas untung dengan cara mempertahankan kualitas bakso dan meningkatkan produksi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan konsumen/pelanggan.

Adapun daya tarik yang digunakan usaha rumah makan mas untung yaitu daya tarik sedang. Strategi yang diterapkan pada usaha rumah makan yaitu konsolidasi. Tujuan relatif lebih defensif yaitu menghindari kehilangan pelanggan. Usaha rumah makan mas untung yang berada di malili ini dapat memperluas pengembangan usaha yang baik, dan melalui pengembangan inernal dan eksternal.

b. Diagram SWOT

Selanjutnya, nilai total masing-masing skor dapat dipecahkan, kekuatan 3,6 Kelemahan 1,9 peluang 3,6 ancaman, 2 Maka diketahui selisih skor total faktor kekuatan dan kelemahan adalah (+) 2,75 peluang dan ancaman adalah (+) 2,8.



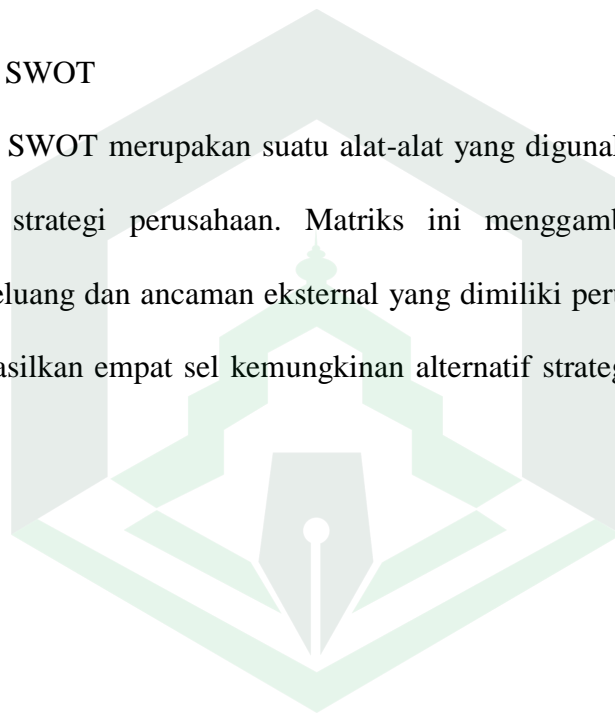
Gambar4.1 diagram kartesius analisis SWOT rumah makan mas untung

Dari gambar kartesius diatas bahmwa menunjukkan usaha rumah makan mas untung berada pada kuadran growt dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang harus diterapkan dalam kodisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang

agresif. Kebijakan suatu pertumbuhan yang agresif dapat disimpulkan bahwa suatu pemikiran yang logis, konseptualisasi hal-hal prioritas (dalam jangka panjang maupun pendek) untuk dijadikan acuan dalam menentukan langkah ataupun tindakan yang akan dilakukan. Strategi pertumbuhan agresif dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen serta memenuhi kebutuhan pelanggan.

c. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan suatu alat-alat yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki perusahaan . matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada gambar.



IAIN PALOPO

Tabel 4.4 Matriks SWOT

IFAS	STRENGTH	WEAKNESS
	<p>S1. Mengutamakan kualitas prodak demi pencapaian loyalitas konsumen</p> <p>S2. Rasa bakso yang enak, memiliki keunikan tersendiri</p> <p>S3. Lokasi yang strategis dekat dari pusat kota</p>	<p>W1. Ketergantungan bahan baku daging sapi</p> <p>W2. Hanya mengutamakan satu produk</p> <p>W3. Pembuatan bakso memakan waktu cukup lama</p> <p>W4. Di era teknologi yang canggih perusahaan tidak memiliki website untuk melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya.</p> <p>W5. Lokasi untuk produksi jauh dari pusat pasar</p>
EFAS	<p>S4. Desain pada lokasi yang nyaman bagi konsumen bahan baku yang didatangkan setiap dibutuhkan</p> <p>S5. Pelayanan yang baik dari karyawan</p> <p>S6. Proses produksi yang efektif karena mesin dalam kondisi yang handal</p>	
OPPORTUNIT Y	STRATEGI SO	STRATEGI WO
O1. Salah satu pilihan utama penyuka makanan bakso	<p>1. mempertahankan rasa bakso yang enak, aroma yang sedap dan tidak keras</p> <p>2. meningkatkan penjualan</p>	1. meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial

di puncak indah	dengan memperluas	2. menambah mitra
O2. Memperluas usaha dengan membuka cabang	pemasaran	kerja
03. meningkatkan usaha dengan memperluas pemasaran yang dilakukan konsumen		
04. memiliki pelanggan yang tetap karena produk yang berkualitas		
THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
T1. Banyaknya pesaing bisnis	1. Mempertahan rasa bakso yang enak,tadakkeras dan memiliki keunikan	1. Memberikan bahan baku yang segar dan benar-benar aman untuk dikonsumsi
T2. Harga produk sama dengan pesaing	2. Menetapkan harga pasar yang bersaing	2. Menjalin hubungan yang baik kepada pelanggan atau konsumen
T3. Tidak adanya bahan baku alternatif jika terjadi kenaikan harga daging sapi	3. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang baik dan enak	
T4. Pelanggan bosan dengan produk		

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa suatu kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kombinasi dari kedua faktor ditunjukkan dalam diagram analisis SWOT yaitu:

a. Strategi SO (strength opportunity)

Strategi ini adalah gabungan dari faktor internal (strength) dan faktor eksternal (opportunity), berdasarkan strategi ini memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan suatu peluang besar.

Strategi SO yang ditempuh Usaha Rumah Makan Mas Untung ada 2 yaitu:

1. Mempertahankan rasa bakso yang enak, tidak keras, dan memiliki keunikan tersendiri
2. Meningkatkan produksi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

b. Strategi ST (strength threat)

Strategi ini adalah gabungan dari faktor internal (strength) dan eksternal (threat), yang mana strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh Usaha rumah makan Mas Untung ada 3 yaitu:

1. Mempertahankan rasa bakso yang enak, tidak keras dan memiliki keunikan tersendiri
2. Menetapkan harga pasar yang bersaing
3. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang baik dan enak

c. Strategi WO (weakness-opportunity)

Strategi ini merupakan suatu gabungan dari faktor internal (weakness) dan eksternal (opportunity), strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang

dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang diterapkan Usaha Rumah Makan Mas Untung ada 2 yaitu:

1. Memanfaatkan promosi dan memanfaatkan media sosial
2. Menambah mitra kerja

d. Strategi WT (weakness-threat)

Strategi ini adalah gabungan dari faktor internal (weakness) dan eksternal (threat), strategi ini didasarkan aktivitas yang bersifat deensive dan berusaha menghindari adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WT yang ditempuh Usaha Rumah Makan Mas Untung ada 2 yaitu :

1. Memberikan bahan baku segar dan benar-benar aman dikonsumsi
2. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen.

B. Pembahasan

1. Hasil pembahasan

Adapun hasil pembahasan dari penelitian ini membahas tentang bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Malili. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti menggunakan data sampel dengan pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada beberapa responden. Lalu data yang didapatkan akan dianalisis menggunakan analisis SWOT agar memudahkan peneliti mengelola data penelitian.

Adapun hasil wawancara kepada responden yaitu: Mengutamakan kualitas produk pada usaha rumakan demi pencapaian loyalitas konsumen agar konsumen puas dengan produk yang disajikan dan Rasa bakso yang

enak serta memiliki keunikan tersendiri. Seperti yang disampaikan oleh Ayu azhari. Bahwa bakso mas untung mas memiliki citra rasa yang enak bukan hanya itu konsumen juga tertarik dengan keunikan bakso tulang yang belum ada didaerah malili.

Salah satu pilihan utama penyuka makan bakso di desa puncak indah,Memperluas usaha dengan membuka cabang,Harga produk sama dengan harga pesaing. Seperti yang dikatan oleh kak jumriani. Bahwa bakso tulang ini menjali salah satu bakso pilihan masyarakat karna keunikannya yang belum pernah ada di jual di rumah makan dimalili dan mampu bersaing dipasaran karna harga yang terjangkau.

meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial,Pelayanan yang baik dari karyawan,Proses produksi yang efektif karena mesin dalam kondisi yang handal. Seperti yang dikatan oleh kak sulfiani. Dengan memanfaatkan media sosial masyarakat diluar malili dapat dengan mudah mengetahui bakso tulang ini dan memberikan pelayanan yang baik juga ini membuat konsumen nyaman dalam berbelanja.

Dari hasil analisis pada tabel IFAS diatas faktor kekuatan yaitu total skor 3,6 dan kelemahan total skor 1,9 yang berarti posisi internal yang kuat.

Dari hasil analisis tabel 4.3 EFAS faktor peluang memiliki total skor 3,6 dan ancaman total skor 2 berarti mengidentifikasi bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industri.Adapun daya tarik yang digunakan usaha rumah makan mas untung yaitu daya tarik sedang. Strategi yang diterapkan pada

usaha rumah makan yaitu konsolidasi. Tujuan relatif lebih defensif yaitu menghindari kehilangan pelanggan. Usaha rumah makan mas untung yang berada di malili ini dapat memperluas pengembangan usaha yang baik, dan melalui pengembangan internal dan eksternal. Dari gambar kartesius menunjukkan bahwa usaha rumah makan mas untung berada pada kuadran growt dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Kebijakan suatu pertumbuhan yang agresif dapat disimpulkan bahwa suatu pemikiran yang logis, konseptualisasi hal-hal prioritas (dalam jangka panjang maupun pendek) untuk dijadikan acuan dalam menentukan langkah ataupun tindakan yang akan dilakukan. Strategi pertumbuhan agresif dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Dilihat dari peluang dan kekuatan Usaha Rumah Makan Mas Untung disini akan membuka cabang lagi di daerah malili agar lebih mempermudah masyarakat yang jauh dari pusat rumah makan. Lokasi untuk cabang baru ini berlokasi di jl. Poros kota malili-sorowako dimana lokasi cabang baru ini lebih sangat mudah didapatkan oleh masyarakat diluar malili dan semoga dengan cabang baru ini kedepannya bisa membuka cabang di luar daerah malili agar pencinta bakso bisa merasakan bakso tulang inyang enak ini bukan hanya menarik saja tapi keunikannya

juga yang menarik minat konsumen yang mendengar namanya dan bakso tulang ini belum ada di daerah manapun disekitaran Luwu Timur.



IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan pada Rumah Makan Mas Untung dapat disimpulkan dalam maktriks IFAS menjelaskan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki skor 2,75 bahwa Usaha Ruamah Makan Mas Untung berada pada posisi internal sangat kuat, yang mana usaha ini memiliki kekuatan internal yang baik dari segi produk dan strategi.

Selanjutnya dalam maktriks EFAS bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,8 dimana Usaha Rumah Makan Mas Untung, merespon peluang yang ada dengan cara luar biasa dan dapat menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Dimana perusahaan memiliki peluang untuk terus berinovasi sesuai dengan hasil yang telag dittaapkan dari berbagai analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya Usah Rumah Makan Mas Untung terbukti bahwa bisaberkembang dengan penelaahan dengan menggunakan analisisSWOT.

Berdasarkan pada Diagram cartesius bahwa Usaha Rumah Makan Mas Untung berada pada kuadran Growth dimana kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan ini memiliki peluang dan kekuatan yang baik sehingga dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam meningkatkan produksi yang alternatif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, seta mempertahankan kualitas Bakso Tulang Mas Untung.

Setelah menggabungkan kekuatan dengan peluang dan strategi SO maka faktor yang diperoleh untuk mempertahankan peluang yang ada, dimana memperatahankan kualitas pelanggan. Pada strategi ST, bahwa perusahaan harus mempertahankan rasa pada produk bakso yang enak, tidak keras dan memiliki keunikan tersendiri serta mempertahankan bahan baku yang berkualitas dan mempertahankan harga pasar.

Begitupun dengan gabungan antara kelemahan dan peluang atau strategi WO, diketahui bahwa meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan menambah mitra kerja baru. Penggabungan yang terakhir adalah strategi WT, yaitu memberikan bahan baku yang benar-benar aman dikonsumsi dan menjalin hubungan yang baik kepada pelanggan atau konsumen.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka penulis memberikan saran sebagai berikut.

1. Kepada pemilik/owner Usaha Rumah Makan Mas Untung agar dapat meningkatkan lagi kualitas pada produk dan memberikan logo untuk pada produk agar masyarakat mudah mengenal bakso tulang mas untung.
2. Usaha Bakso tulang mas untung lebih baiknya meningkatkan melalui,periklan,koran, majalah dan media sosial lainnya, sehingga jangkauan promosibisa lebih luas. Dengan jangkauan yang sangat luas makan akan menambah banyak calon

pelanggan yang mengenal Bakso Tulang. Seharus Usaha Rumah Makan Mas Untung menambah mitra kerja dan karya dengan hal ini dapat meningkatkan omset penjualan.

3. Untuk mahasiswa IAIN PALOPO dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam Pengembangan Usaha dalam dunia bisnis,serta pada peneliti selanjutnya tentang strategi pengembanganbisnis.



IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta dan Irwan, *“Manajemen Pemasaran Modren”*, Yogyakarta: Liberty, 1996.
- David Fred R., *“Manajemen strategis”*, Jakarta: Selemba Empat, 2009.
- Didin Hadifuddin dan Henri Tanjung, *“Managemen Syariah Dalam Praktik”*, Jakarta: Gema Insani Press, 2012.
- Ernie Trisnawati Sule dan Kurniawan Saifullah, *“Pengantar Manajemen”*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Freddy Rangkuti, *“Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis”*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Hasmiati, *“Strategi Pemasaran Dipasar Sentral Palopo Menurut Prespektif Islam”*, Skripsi IAIN Palopo, 2015.
<http://blog-pinta.blogspot.co.id/kewirausahaan>.
<https://media.neliti.com.id>
- Husein Umar, *“Desain Penelitian Manajemen Strategik”*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Mahmud Nurnajamiddin dan Murdiffin Haming, *“Manajemen Produksi”*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Namawi, Zuhri M. *Kewirausahaan Islam*, Medan: FebiUIN-SU Press: 2015.
- Oei, Stevanus Y.R.W, *“Manajemen Pemasaran”*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sugiyono, *“Metode Penelitian Bisnis”*, Bandung : Alfabeta 2017
- Sunarto, *“MSDM Strategik”*, Yogyakarta: Amus, 2004.
- Suryana, *“Kewirausahaan”*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Yuyun, Wirasmita, *“Kewirausahaan: Buku Pegangan. Jatinangor: UPT-Pnerbitan IKOPIN, 19994.*
- Thomas Sumarsan, *sistem pengendalian manajemen*, Jakarta: Indeks Permata Puri Media, 2013.
- Z. Hefflin Frinces, *“Persaingan Dan Daya Saing Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi”*, jogjakarta: Mida Puataka, 2011.



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Nama : Mas Untung

Usia : 57 tahun

Alamat : desa puncak indah malili

Nama Usaha : Bakso Tulang Mas Untung

Wawancara dengan pemilik/Owner

Faktor Internal

Strength-kekuatan

1. Apakah anda sangat mengutamakan kualitas pada prodak anda pada konsumen?
2. Apakah bakso yang enak dan memiliki keunikan sangat berpengaruh kepada konsumen?
3. Apakah lokasi anda ini sudah strategis?
4. Apakah desain pada rumah makan anda sudah nyaman buat konsumen anda?
5. Apakah bahan baku anda selalu tersedia?
6. Apakah karyawan anda sudah melayani konsumen dengan baik?
7. Apakah produksi dalam prodak anda sudah efektif?

Weakness-Kelemahan

1. Apakah bahan baku pada prodak anda hanya bergantung daging sapi saja?
2. Apakah prodak anda mengandalkan satu prodak saja? Mengapa?
3. Apakah pembuatan bakso tulang memakan waktu yang lama?
4. Apakah di era teknologi mas untung ini memiliki web. Untuk melakukan promosi?
5. Mengapa lokasi produksi anda jauh dari pasar?

Faktor Eksternal (opportunity-threat)

Wawancara dengan Informan

A. Identitas informan pertama

Nama : Ayu Fitria

Usia : 24 Tahun

- Alamat : balantang, malili
- Peneliti : Assalamualaikum kak, saya atas nama dinarni pratiwi mahasiswa akhir dari prodi manajemen bisnis syariah IAIN palopo.
- Informan : waalaikumsalam dek
- Peneliti : sebelumnya maaf saya mengganggu waktu ta, saya disini melakukan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Malili” dan saya disini sangat membutuhkan beberapa informan, apakah kak bersedia membantu saya dengan menjadikan kakak salah satu informan saya?
- Informan : iye dek, saya bersedia jadi informan pada penelitian ta
- Peneliti : Apakah bakso di puncak indah ini menjadi salah satu pilihan utama di puncak indah termasuk bakso tulang mas untung ini?
- Informan : iye, memang bakso menjadi salah satu makanan utama di puncak indah terutama bakso tulang mas untung ini sangat disukai oleh masyarakat dipuncak indah, bukan hanya masyarakat ouncak indah tapi masyarakat dari luar puncak indah banyak yang datang karena keunikan dan rasanya juga enak
- Peneliti :kira-kira penilaian kakak misalkan disini saya kasih angka 1-4 dimana angka 1 (sangat tidak setuju) 2(tidak setuju) 3 (setuju) 4 (sangat setuju) berapa kira-kira kakak memberikan penilaian kakak?
- Informan : disini saya kasih nilai 4 sangat setuju karna rumah makan mas untung ini menjadi salah satu pilihan utama dipuncak indah
- Peneliti : Apakah usaha rumah makan ini harus memperluas usahanya dengan membuka cabang?
- Informan :kalau menurut saya dek harus karna usaha rumahkan ini tidak diragukan lagi, terus mempermunah lagi para konsumen kalau usaha rumah makan mas untung membuka cabang lagi
- Peneliti : kira-kira penilaian kakak disini misalkan disini saya kasih angka 1-4 seperti penjelsan diatas tadi berapa kakak kasihpenilian ta?
- Informan : disini saya kasih 4 sangat setuju dek,karna banyak konsumen yang menginginkan supaya rumah makan mas untung ini membuka cabang

- Peneliti : untuk meningkatkan pemasaran disini dilakukan oleh konsumen?
- Informan : kalau dilihat-lihat memang konsumen biasa memasarkan prodak ini, tapi meski begitu pemilik yang lebih tahu lagi bagaimana cara memasarkan prodaknya
- Peneliti : terus berapa penilaian kakak disini?
- Informan : disini saya kasih 3 setuju saja dek karna tidak semua konsumen memasarkan prodak ini
- Peneliti : terus dilihat dari kualitas apakah betul memilikih pelanggan yang tetap?
- Informan : kalau saya dek, betul karna buktinya saya sendiri sudah menjadi pelanggan tetap disini karna memang kualitas produknya sangat bagus dek
- Peneliti : terus berapa penilaian kakak disini?
- Informan : disini saya kasih nilai 4 sangat setuju karna itu tadi kualitas sangat-sangat bagus
- Peneliti :Apakah betul bahwa mas untung memiliki banyak pesaing bisnis?
- Informan : kalau itu ya memang bisnis itu pasti ada pesaingnya baru dilihat juga dari sekitarnya banyak bisnis makanan
- Peneliti : kira-kira berapa penilaian kakak disini terhadap pesaing bisnis?
- Informan : saya kasih 3 setuju saja dek, karna kalau pesaing pasti adalah dalam dunia bisnis tapi pesaing bisnisnya tidak terlalu kuat ya diatas rata-rata
- Peneliti : Apakah harga produk sama dengan harga pesaing?
- Informan : menurut saya tidak setuju karna di setiap menu pasti ada harga tertentu
- Peneliti : berapa kakak kasih nilai disini?
- Informan : saya kasih 2 karena saya tidak setuju dengan harga sama karna setau saya setiap menu makanan memiliki harga yang berbeda
- Peneliti : kira-kira adakah bahan baku yang lain jika mengalami kenaikan harga pada daging sapi?
- Informan : setau saya dek tidak ada karna bakso tulang ini terbuat daging sapi
- Peneliti : jadi penilaian kakak disini berapa kira-kira?
- Informan : penilaian saya disini ya 2 dek karna itu tadi tidak ada bahan baku karna prodaknya hanya menggunakan daging sapi saja

Peneliti : Apakah pelanggan bosan dengan dengan prodak?
 Informan : kalau saya dek tidak bosan apalagi para pencinta bakso tidak ada bosannya dek
 Peneliti : kira-kira berapa penilaian ta?
 Informan : 2 saya tidak setuju dengan pelanggan bosan dengan prodak apalagi kita yang pencinta bakso tidak ada bosannya hehehe

Faktor Eksternal (opportunity-threat)

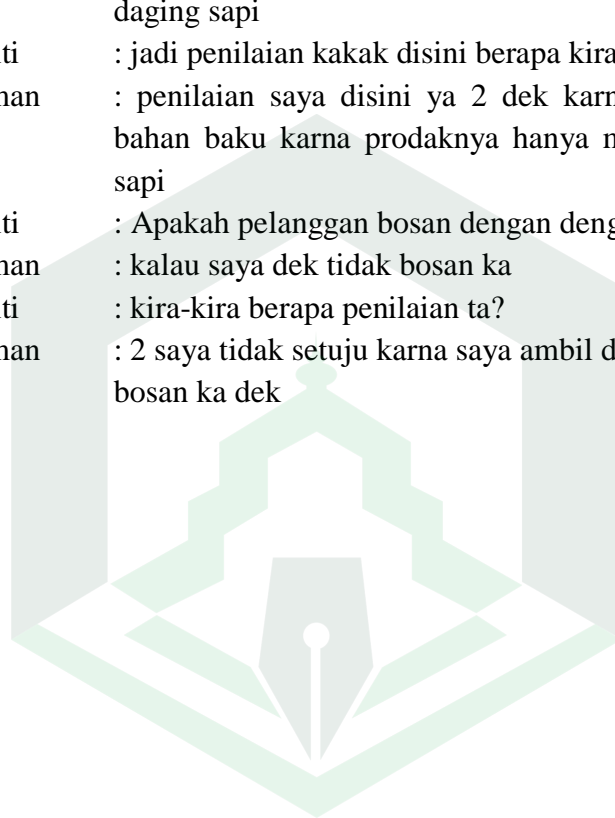
Wawancara dengan Informan

B. Identitas informan kedua

Nama : sintia
 Usia : 23 Tahun
 Alamat : ussu,kec.malili
 Peneliti : Assalamualaikum kak, saya atas nama dinarni pratiwi mahasiswa akhir dari prodi manajemen bisnis syariah IAIN palopo.
 Informan : waalaikumsalam dek
 Peneliti : sebelumnya maaf saya mengganggu waktu ta, saya disini melakukan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Malili” dan saya disini sangat membutuhkan beberapa informan, apakah kak bersedia membantu saya dengan menjadikan kakak salah satu informan saya?
 Informan : iye dek, saya bersedia jadi informan pada penelitian ta
 Peneliti : Apakah bakso di puncak indah ini menjadi salah satu pilihan utama di puncak indah termasuk bakso tulang mas untung ini?
 Informan : iye, bakso tulang mas untung ini memang menjadi salah satu makanan utama di puncak indah
 Peneliti : kira-kira penilaian kakak misalkan disini saya kasih angka 1-4 dimana angka 1 (sangat tidak setuju) 2(tidak setuju) 3 (setuju) 4 (sangat setuju) berapa kira-kira kakak memberikan penilaian kakak?
 Informan : disini saya kasih nilai 4 karna saya sangat setuju bahwa bakso tulang mas untung ini menjadi salah satu makanan utama yang disukai masyarakat puncak indah maupun diluar desa puncak indah ini

- Peneliti : Apakah usaha rumah makan ini harus memperluas usahanya dengan membuka cabang?
- Informan :kalau menurut saya dek harus karna mempermudah lagi para pembeli kalau ada mi cabangnya
- Peneliti : kira-kira penilaian kakak disini misalkan disini saya kasih angka 1-4 seperti penjelsan diatas tadi berapa kakak kasihpenilaian ta?
- Informan : disini saya kasih 4 sangat setuju mempermudah lagi karna biasakan full tidak ada mi tempat ta kalau ada mi cabangnya bisa maki kesana kalau full yang disini.
- Peneliti : untuk meningkatkan pemasaran disini dilakukan oleh konsumen?
- Informan : setau saya dek konsumen biasa na pasarkan melalui mulut kemulut ji
- Peneliti : terus berapa penilaian kakak disini?
- Informan : disini saya kasih 3 setuju saja dek karna tidak semua konsumen memasarkan cuman sebagian ji juga biasa na pasarkan di medsos
- Peneliti : terus dilihat dari kualitas apakah betul memiliki pelanggan yang tetap?
- Informan : kalau saya dek, betul karna buktinya setiap saya kesini pasti tidak asing mi itu orang saya liat
- Peneliti : terus berapa penilaian kakak disini?
- Informan : disini saya kasih nilai 4 sangat setuju karna kalau kualitasnya tidak bagus tidak muungkin kita-kita ini disini terus makan dek
- Peneliti :Apakah betul bahwa mas untung memiliki banyak pesaing bisnis?
- Informan : kalau saya liat banyak memang pesaingannya tapi tidak terlalu berpengaruh ji karna pelanggannya tidak berlarian ji baru na tau ji juga pelanggannya kualitasx bakso mas untung
- Peneliti : kira-kira berapa penilaian kakak disini terhadap pesaing bisnis?
- Informan : saya kasih 3 setuju saja dek, karna kalau pesaing pasti adalah dalam dunia bisnis tapi pesaing bisnisnya tidak terlalu kuat ji
- Peneliti : Apakah harga produk sama dengan harga pesaing?
- Informan : menurut saya tidak setuju sama tadi na bilang kak ayu karna di setiap menu pasti ada harga tertentu

- Peneliti : berapa kakak kasih nilai disini?
Informan : saya kasih 2 karena saya tidak setuju dengan harga sama karna setau saya setiap menu makanan ada harganya tertera karna menunya juga berbeda-beda
- Peneliti : kira-kira adakah bahan baku yang lain jika mengalami kenaikan harga pada daging sapi?
Informan : setau saya dek tidak ada karna bakso tulang ini terbuat daging sapi
- Peneliti : jadi penilaian kakak disini berapa kira-kira?
Informan : penilaian saya disini ya 2 dek karna itu tadi tidak ada bahan baku karna prodaknya hanya menggunakan daging sapi
- Peneliti : Apakah pelanggan bosan dengan dengan prodak?
Informan : kalau saya dek tidak bosan ka
- Peneliti : kira-kira berapa penilaian ta?
Informan : 2 saya tidak setuju karna saya ambil dari saya sendiri tidak bosan ka dek



IAIN PALOPO

Surat izin penelitian

Pemerintah Kabupaten Luwu Timur
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Soekarno-Hatta HR 08 12345 777 56
 email : kppt@luwutimurkab.go.id | website : dmppt.kabluwu-timurkab.go.id
M A L I L I, 92081

Maliu, 7 Oktober 2021

Nomor : 272/DPMPPTSP/K/2021
 Lampiran :
 Perihal : **Surat Penelitian**

Kepada
 Yth Kepala Desa Puncak Indah
 Di
 Kab. Luwu Timur.

Beribaskan Surat Rekomendasi Tim Teknis Tanggal 7 Oktober 2021 Nomor 272/KesbangPal/K/2021 tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **DINARNI PRATIWI**
 Alamat : **Desa Beringin Ds. Tampina Kec. Angkona**
 Tempat / Tgl Lahir : **Angkona / 3 Desember 1999**
 Pekerjaan : **Mahasiswa**
 Nomor Telepon : **08525889628**
 Nomor Induk Mahasiswa : **17 6025 01 58**
 Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
 Lembaga : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

Bermaksud melakukan Penelitian di daerah/instansi Bapak/Ibu sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan Judul:
"STRATEGI PENGEMBANGAN USHAHA RUMAH MAKAN MAS UNTUNG DESA PUNCAK INDAH KEC. MALIU KAB. LUWU TIMUR"

Mulai : **7 Oktober 2021 s.d. 7 November 2021**

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan penelitian, kepala yang bersangkutan harus melapor kepada pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Menaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar copy hasil "Laporan Kegiatan", selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Luwu Timur.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.

A.n Bupati Luwu Timur
 DPMPPTSP

 NIP. 1970109 200 501 2 008

QR Code: 

Terlampir : 1. Disampaikan kepada Pih
 2. Bupati Luwu Timur (Salinan Laporan) di Maliu
 3. Kepala Desa Puncak Indah di Angkona
 4. Kepala Malili di Tampina
 5. Ketua Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo di
 Tempat
 6. dan (5) DINARNI PRATIWI di Tempat.

buku kontrol

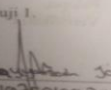
24

Buku Kontrol Penulisan Skripsi
LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, _____ Hari Tanggal, _____


Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	perbaikan kata kunci: abstrak
2	Footnote diperbaiki
3	lampirkan hasil wawancara
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji I,

Muzakkiyah Sitani, S.Pd, M.M
 NIP. 1970109 200 501 2 008





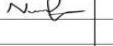

IAIN PALOPO
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Kartu kontrol

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Binti Kota Palopo 91 914 Telepon 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id Website: <http://febi.iainpalopo.ac.id/>

KARTU KONTROL
SEMINAR HASIL
SKRIPSI

Nama : Dinarni Pratiwi
NIM : 17 0403 0133
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

N O	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	07 Januari 2022	Mineliani Putri Daming	Analisis Perbedaan keputusan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo		
2	20 Januari 2022	Hasnila	Respon Masyarakat Terhadap Keberadaan Bank Syariah Indonesia Setelah Merger di Kota Palopo		
3	26 Januari 2022	Nasyithah Andi Kunna	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, pendapatan dan Latar Belakang Keluarga Terhadap Minat Wirausaha pada kalangan Remaja di Kota Palopo		
4	14 Februari 2022	Arka Damayanti	Peran Pemerintah Daerah (PEMDA) Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di kabupaten Luwu Utara		
5	23 Februari 2022	Rahmi Alfiani	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pedagang Kak Limas Di Salobulo		
6	11 Maret 2022	Amalia Chaeidir	Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan UMKM Studi Kasus di Kecamatan Wotu		
7					
8					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM


IAIN PALOPO Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 1961020811994032001

NB.:
- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian

Persetujuan pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul:
Strategi pengembangan usaha rumah makan Mas Untung di Mabili yang ditulis oleh :
Nama : Dinarni Pratiwi
NIM : 17 0403 0133
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian.
Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing
Nurfadilah, SE.,M., AK

Tanggal: 10 Februari 2022

Nota dinas pembimbing

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :
Hal : skripsi Dinarni Pratiwi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO
Di
Palopo

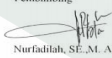
Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Dinarni Pratiwi
NIM : 17 0403 0133
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi pengembangan usaha rumah makan Mas Untung Malili

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian. Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing

Nurfadhah, SE, M. AK.
Tanggal: 10 februari 2022

Dipindai dengan CamScanner

Nota dinas tim penguji

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :
Hal : skripsi Dinarni Pratiwi

Yth. **Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo**
Di
Palopo

IAIN PALOPO


Assalamu 'alaikum wr. wb.


Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahan maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini :


Nama : Dinarni Pratiwi
NIM : 17 0403 0133
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Malili Kab. Luwu Timur

maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*. Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

1. Muzayyanah jabani, ST., M.M
(Penguji I) 

2. Arsyad L, S.Si.,M.Si
(Penguji II) 

3. Nurfadhah, SE, M, AK
(Pembimbing Utama) 

Ket.bebas mata kuliah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
 Jalan Bitt Kota Palopo 91914 Telepon (0471) 22076
 Email: febi@iainpalopo.ac.id Webster: https://febi.iainpalopo.ac.id/

SURAT KETERANGAN

NOMOR: B 037 /n.19/FEBI.04/KS.02/MBS/4/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Dinardi Pratiwi
 NIM : 17 0403 0133
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi Manajemen Bisnis Syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2019/2020 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 14 April 2022
 Ketua Prodi
 Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M
 NIP. 19750104.200501.2.003

Transkrip nilai mahad al-jami'ah

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 TRANSKRIP NILAI
 MAHASISWA PROGRAM MA'HAD AL-JAMI'AH

NAMA : DINARDI PRATIWI
 NIM : 17 0403 0133
 FAK/PRODI : MBS C

NO	MATA KULIAH	SEMESTER	NILAI	
			ANGKA	HURUF
1	FIQH HUDAHA	I	75	B
2	AQIDAH AKHLAK	I	80	B+
3	PENGAMALAN SUNNAH	II	90	A
4	MEMBACA TULIS DAN AL-QUR'AN	II	77	B
5	TEORI DAN PRAKTIK HUDAHA	II	63	B-
Jumlah			405	
RATA-RATA			81,00	

Predikat Kelulusan : ~~Amat Baik~~ / Baik / ~~Amat Baik~~ / ~~Kategori~~

Palopo, 2 Juli 2018
 Kepala Institut Agama Islam Negeri Palopo
 Dr. Nurul Fauziah, M.HI
 NIP. 19680501198031305

Sertifikat Pbak/oscar



Keterangan MBTA

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Binti Kota Palopo 91914 Telepon (0471) 22076
 Email: febi@iainpalopo.ac.id, website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen penguji dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dengan ~~kurang/baik~~ lancar dan menulis Al-Qur'an dengan kurang/baik/lancar.

Nama : Dinarni Pratiwi
 Nim : 17 0403 0133
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui:
 Ketua prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.Pd
 Nip: 19750104200501 2 003


Palopo, 6 Januari 2022

Dosen Penguji

Nurdin Batjo, S.Pt., M.M
 NIDN: 0903 027601

*Coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa

Transkrip nilai

 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK DIBERIKAN KEPADA:						
NAMA : DINARINI PRATIWI NIM : 17 0403 0135			FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PRODI : Manajemen Bisnis Syariah			
No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	N x K	Ket	
1	BAHASA ARAB	3,25	2	6,50	B+	
2	BAHASA INDONESIA	3,25	2	6,50	B+	
3	BAHASA INGGRIS	4,00	2	8,00	A+	
4	PENSIKSIAN KEWARGAAN	3,50	2	7,00	A-	
5	MATA	3,75	2	7,50	A	
6	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	3,25	2	6,50	B+	
7	PENGANTAR FIKH DAN USHUL FIKH	3,00	2	6,00	B	
8	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	3,75	2	7,50	A	
9	PENGETAHUAN KOMPUTER	4,00	2	8,00	A+	
10	TEORI DAN PRAKTEK DARWAH	3,25	2	6,50	B+	
11	PENGANTAR FILSAFAT	3,50	2	7,00	A-	
12	FALSAFAH	3,00	2	6,00	B	
13	PENGANTAR AKUNTANSI	2,75	2	5,50	B-	
14	DASAR-DASAR EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	3,00	3	9,00	B	
15	ULUMUL QURAN	3,75	2	7,50	A	
16	BAHASA INGGRIS EKONOMI	3,25	2	6,50	B+	
17	PENGANTAR MANAJEMEN	2,50	2	5,00	C+	
18	ULUMUL HADIST	3,00	2	6,00	B	
19	PENGANTAR ILMU EKONOMI	4,00	2	8,00	A+	
20	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	2,75	2	5,50	B-	
21	APLIKASI KOMPUTER	3,00	2	6,00	B	
22	APLIKASI KOMPUTER	3,00	2	6,00	B	
23	EKONOMI WILAYAH DAN KEARIFAN LOKAL	3,50	2	7,00	A-	
24	MAGANG I	3,25	2	6,50	B+	
25	SHARAH AYAT DAN HADIS EKONOMI DAN BISNIS	3,25	3	9,75	B+	
26	SEJARAH PEMERINTAH EKONOMI ISLAM	3,75	2	7,50	A	
27	EKONOMI MIKRO ISLAM	3,75	2	7,50	A	
28	EKONOMI MIKRO ISLAM	3,75	2	7,50	A	
29	KEWIRAUSAHAAN	2,75	2	5,50	B-	
30	ASPEK HUKUM BISNIS	3,00	2	6,00	B	
31	MANAJEMEN PEMERINTAH SYARIAH	3,00	3	9,00	B	
32	MATEMATIKA BISNIS	3,25	3	9,75	B+	
33	BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	3,25	2	6,50	B+	
34	PENGENDAIAN INDONESIA	3,75	2	7,50	A	
35	MAGANG II	3,25	3	9,75	B+	
36	MANAJEMEN SUMBER DAYA INSAANI	3,25	3	9,75	B+	
37	AKUNTANSI BIAYA	3,25	3	9,75	B+	
38	BISNIS INTERNASIONAL	3,50	3	10,50	A+	
39	STUDI KELAYAKAN BISNIS	2,50	3	7,50	C+	
40	MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH	3,00	3	9,00	B	
41	FIQH ISLAMALAY	3,00	3	9,00	B	
42	KOMUNIKASI PEMALANGAN	3,80	3	11,40	A+	
43	AKUNTANSI MANAJEMEN	3,50	3	10,50	A+	
44	MANAJEMEN STRATEGIS	3,25	3	9,75	B+	
45	MANAJEMEN ZISWAF	3,75	2	7,50	A	

46	STATISTIK BISNIS	3,50	3	10,50	A-	
47	PENGANGGARAN PERUSAHAAN	3,50	3	10,50	A-	
48	ETIKA DAN HUKUM BISNIS ISLAM	3,25	3	9,75	B+	
49	PERPAJAKAN	3,50	2	7,00	A-	
50	EKONOMETRIKA	4,00	3	12,00	A+	
51	PROFESI PASAR MODAL	4,00	2	8,00	A+	
52	EKONOMI KREATIF	4,00	2	8,00	A+	
53	MANAJEMEN MUTU	3,50	3	10,50	A-	
54	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	3,75	3	11,25	A	
55	MANAJEMEN OPERASIONAL	3,50	3	10,50	A-	
56	KEWIRAUSAHAAN DIGITAL	3,00	3	9,00	B	
57	METODE PENELITIAN BISNIS	3,50	3	10,50	A-	
58	KULIAH KERJA NYATA	4,00	-4	16,00	A+	
59	KOMPREHENSIF	3,50	2	7,00	A-	
				141	475,50	

Indeks Prestasi Kumulatif : 3,37
 Jumlah Kredit : 141

Palopo, 14 April 2022
 Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

Surat keterangan lunas spp



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Btiti Kota Palopo 91914 Telepon/VHP 085243175771
 Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Saepul, S.Ag., M. Pd.I
 NIP : 19720715 200604 1 001
 Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha
 Unit Kerja : FEBI IAIN Palopo

menerangkan bahwa:

Nama : DINARNI PRATIWI
 NIM : 17 0403 0131
 Semester/Prodi : X / MBS
 Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester I s/d X.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

21 Maret 2022
 Kepala Bagian Tata Usaha

 Saepul, S.Ag., M. Pd.I
 NIP. 19720715 200604 1 001

Lembar turnitin

Strategi pengembangan usaha rumah makan Mas Untung
Malili kab. Luwu timur

ORIGINALITY REPORT

21% SIMILARITY INDEX
21% INTERNET SOURCES
7% PUBLICATIONS
12% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsu.ac.id Internet Source	7%
2	123dok.com Internet Source	2%
3	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uncp.ac.id Internet Source	1%
5	text-id.123dok.com Internet Source	1%
6	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
8	anzdoc.com Internet Source	1%
9	rijalstiebima.blogspot.com Internet Source	<1%

10	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
11	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1%
12	blog.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1%

DOKUMENTASI





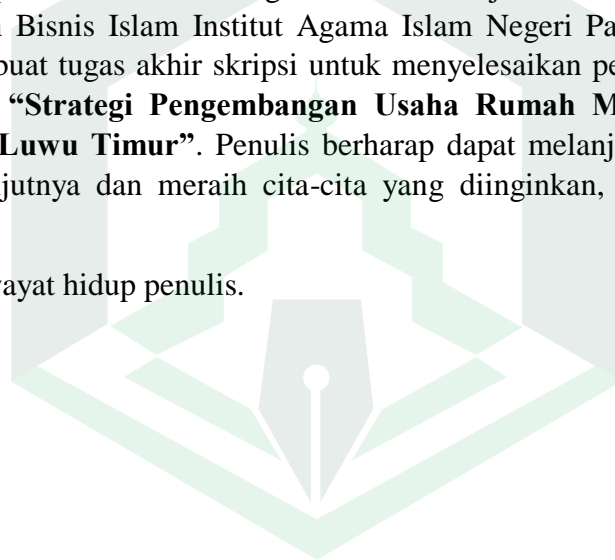
IAIN PALOPO

RIWAYAT HIDUP



Dinarni Pratiwi, lahir di Angkonapada tanggal 03 Desember 1999. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah yang bernama Aswadi dan ibu Rahmatia. Penulis berasal dari Tampinna kec. Angkona kab. Luwu Timur. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di MI Al-Falah DDI Angkona, kec. Angkona kab. Luwu Timur. Kemudian ditahun yang sama penulis menempuh pendidikan di SMPN 3 Angkona hingga 2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Angkona hingga tahun 2017. Pada saat menempuh pendidikan di SMA, penulis aktif di ekstrakurikuler yaitu bidang olahraga dan tata boga. Setelah lulus di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan S1 di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Pada akhirnya penulis membuat tugas akhir skripsi untuk menyelesaikan pendidikan S1 dengan judul skripsi **“Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Mas Untung Malili Kab. Luwu Timur”**. Penulis berharap dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya dan meraih cita-cita yang diinginkan, Aamiin Allahumma Aamiin.

Demikian riwayat hidup penulis.



IAIN PALOPO