EKSISTENSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DAPUR KUE GAMBUNG PADA MASA PANDEMI DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo



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

EKSISTENSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DAPUR KUE GAMBUNG PADA MASA PANDEMI DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo



RESKY WINALDA 16 0401 0016

Pembimbing:

- 1. Dr. Hj. Ramlah, M.M.
- 2. Dr. Fasiha, M.EI.

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ReskyWinalda

Nim : 16 0401 0016

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

 Skripisi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,

 Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekekliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnnya 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, 21 Agustus 2022 Yang membuat pernyataan,

Resky Winalda NIM 16 0401 0016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung Pada Masa Pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu yang ditulis oleh Resky Winalda, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0016, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat tanggal 25 Maret 2022 bertepatan dengan 22 Sya'ban Rajab 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo,19 Agustus 2022

TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H..

Ketua Sidang

2. Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Sekretaris Sidang

3. Muzayannah Jabani, ST., M.M.

Penguji I

4. Hamida, SE.Sy., ME.Sy.

Penguji II

5. Dr. Hj. Ramlah M,M.M.

Pembimbing I

6. Dr. Fasiha, M.EI.

Pembimbing II

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dr. Fastha, M.

NIP 19810213206042002

Or. Takor, S.H., M.H.

PRAKATA

بِسۡمِٱللَّهِٱلرَّحۡمَٰنِٱلرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى اَشْرَفِ الْانْبِيَاءِ والْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى الشَّرَفِ الْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اللهِ وَ اصْحَابِهِ الْجُمَعِيْنِ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul, Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung pada Masa Pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW dan kepada para keluarga, sahabat-sahabat dan pengikut beliau yang setia hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi, guna memperoleh gelar Sarjana atau Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah pada Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena bimbingan, bantuan, dorongan darikedua orang tua tercinta Ayahanda Sofyan (almarhum), Ibunda Mispa, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang.

Oleh karena itu, dengan penuh keikhlasan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada.

 Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H.,M.H, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan, dan Keuangan Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,

- M.M, serta Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Muhaemin, M.A.
- 2. Dr. Hj. Ramlah M.M. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak.,CA. CSRS., CAPF., CSRA. serta Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Takdir, S.H., M.H.
- 3. Dr. Fasiha, M.EI. sebagai Penasehat Akademik dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
- 4. Abdul Kadir Arno, St.Sy., M.SI. sebagai Sekretaris Prodi Studi Ekonomi Syariah, beserta para Staf yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis semenjak perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
- 5. Dr. Hj. Ramlah, M.M. sebagai pembimbing I, dan Dr. Fasiha, M.EI. sebagai pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
- Muzayyannah Jabani, ST., M.M. sebagai penguji I dan Hamida, SE. Sy.,
 ME. Sy. Sebagai penguji II, yang telah memberikan bimbingan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
- 7. Madehang, S.Ag., M.Pd. sebagai Kepala Unit Perpustakaan IAIN Palopo beserta segenap staf yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur berkaitan dengan skripsi ini.

8. Hj. Salmah sebagai pemiliki Dapur Kue Gambung di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, karyawan dan konsumen Dapur Kue Gambung yang telah membantu dalam penelitian, mengizinkan melakukanobservasi dan wawancara, menjadi responden yang dapat bekerja sama dalampenelitian, serta pemberi informasi yang dibutuhkan penulis sesuai dengan kebutuhan penelitian.

9. Kepada Suami tercinta Achmad Sholihin A.Md Tra ANT II, yang telah memberi motivasi, membimbing, mengarahkan, dan yang selalu sabar menemani dalam penyusunan skripsi. Kepada Anak tercinta bernama Kiano Maliq Achmad, kepada Kakek Muh. Nasir Pahrun (almarhum), dan Nenek Syamsiah, yang mendampingi, memberi motivasi kepada penulis.

10. Tersayang, teman-teman seperjuangan mahasiswa Program Study Ekonomi IAIN Palopo 2016 (khususnya kelas E) yang selama ini membantu dan selalu mensupport dan memberikan saran dalam penyusunan skrpsi ini, serta semua teman-teman KKN di Desa Maramba Kecamatan Wotu.

Seiring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah Swt.

Palopo, 02 Juni 2022

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A.Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf Latin dapat dilihat pada table berikut:

1. Konsonan

HurufArab	Nama	HurufLatin	Nama
1	Alif	-	-
ب	Ba"	В	Be
ث	Ta"	T	Te
ث	Ża"	Ś	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa"	Ĥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Kadan ha
7	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet dengan titik di atas
ر	Ra"	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
m	Sin	S	Es
m	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şad	Ş	Es dengan titik di bawah
ض	Даḍ	Ď	De dengan titik di bawah
ط	Ţa D	AITOP	Te dengan titik di bawah
ظ	Żа	Ż	Zet dengan titik di bawah
ع	"Ain	,,	Koma terbalik di atas
غ غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
[ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ی	Nun	N	En

و	Wau	W	We
្វ	Ha"	Н	На
۶	Hamzah	**	Apostrof
ي	Ya"	Y	Ye

Hamzah (*) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah tau di akhir, maka ditulis dengan tanda (").

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ĺ	fatḥah	a	a
1	kasrah	i	i
Í	ḍammah	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ئ	fatḥah dan yā'	ai	a dan i
ٷ	fatḥah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ

:kaifa

هَوْ لُ

: haula

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا ا	fatḥah dan alif atau yā'	ā	a dan garis di atas
یی	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
<u>*</u> و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

: māta

: rāmā

: qīla

yamūtu : يَمُوْتُ

4. Tā' marbūtah

Transliterasi untuk $t\bar{a}$ " $marb\bar{u}tah$ ada dua, yaitu $t\bar{a}$ " $marb\bar{u}tah$ yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].Sedangkan $t\bar{a}$ " $marb\bar{u}tah$ yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan $t\bar{a}$ " $marb\bar{u}tah$ diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka $t\bar{a}$ " $marb\bar{u}tah$ itu ditransliterasikan dengan ha (h)

Contoh:

: raudah al-atfāl : al-madīnah al-fādilah : al-hikmah

5.Syaddah (Tasydīd)

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

Contoh:

: rabbanā زَبِّسَناً : najjainā : al-haqq : nu"ima : مُكِّسِّمَ : يُعُسِّمَ Jika huruf & ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī.

Contoh:

عَرَبِيٌّ

6.Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf $J(alif\ lam\ ma"rifah)$. 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:

: al-syamsu(bukan asy-syamsu)

: al-zalzalah (bukan az-zalzalah)

: al-falsafah

: 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:

: syai "un تأَمُّرُوْنَ : syai "un تأَمُّرُوْنَ : umirtu : ta "murūna أُمِرْثُ : al-nau "

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 dtulis 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

9. Lafz al-Jalālah

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

Contoh:

Adapun *tā''marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz aljalālah*, diteransliterasi dengan huruf [*t*]. Contoh:

10. Huruf Kapital

Walau system tulisan Arab tidak mengenal huruf capital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf capital 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 capital 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 judu lreferensi 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 fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī 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)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū

B.Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = Subhanahu wa ta,, ala

SAW. = Sallallahu ,, Alaihi wa sallam

AS = Alaihi Al-Salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = SebelumMasehi

1 = 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

HALAM	AN SAMPUL	
HALAM	AN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAM	AN PENGESAHAN	iii
	ΓΑ	
PEDOM	AN TRANLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR	R ISI	xiii
DAFTAR	RAYAT	XV
DAFTAR	R HADIS	xvi
DAFTAR	R TABEL	cvii
DAFTAR	R GAMBAR	kviii
DAFTAR	R LAMPIRAN	xiv
DAFTAR	R ISTILAH	XX
ABSTRA	K	xxi
BAB I	PENDAHULUAN	1
	A. Latar Belakang	1
	B. Batasan Masalah	9
	C. Rumusan Masalah	9
	D. Tujuan Penelitian	9
	E. Manfaat Penelitian	9
BAB II	KAJIAN TEORI	11
	A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
	B. Deskripsi Teori	14
	1. Eksitensi	14
	2. UMKM	15
	3. Wirausaha	23
	C. Kerangka Pikir	27
BAB III	METODE PENELITIAN	29
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
	B. Definisi Istilah	30
	C. Desain Penelitian	30
	D. Data dan Sumber Data	31
	E. Instrumen Penelitian	31
	F. Teknis Pengumpulan Data	31
	G. Pemeriksaan Keabsahan Data	
	H. Teknis Analisis Data	33
DAD IX7	DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	37
DADIV	A Deskripsi Data	37
	73. 12/38/1UM 1/4I4	.) /

DAD 37	DENITIO	65
BAB V	PENUTUP	05
	A. Simpulan	65
	B. Saran	67
DAFTA	R PUSTAKA	
LAMPI	RAN-LAMPIRAN	



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 2 QS at-Taubah/9:105	 10	6



DAFTAR HADIS

Hadis tentang Pertanggung Jawaban	2	1
Hadis telitalig Fertaligguing Jawabali	 	4



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1Analisis SWOT	52
Tabel 4.2 Matriks IFAS	54
Tabel 4.3 Matriks EFAS	57
Tabel 4.4 Matriks SWOT	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	27
Gambar 3.1 DiagramCartesius Analisis SWOT	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Penelitan
Lampiran 2	Pedoman Wawancara
Lampiran 3	Keterangan Wawancara

Lampiran 4 SK Penguji

Lampiran 5 Halaman Persetujuan Penguji

Lampiran 6 Nota Dinas Tim Penguji

Lampran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 8 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 9 Dokumentasi

Lampiran 10 Turnitin

Lampiran 11 Verifikasi

Lampiran 12 Sertifikat OPAK

Lampiran 13 Surat Keterangan Martikulasi

Lampiran 14 Riwayat Hidup

DAFTAR ISTILAH

UMKM : Usaha Mikro Kecil Menengah

DKG : Dapur Kue Gambung

SWOT : Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats

IFAS : Internal Factor Analysis SummaryEFAS : Eksternal Factor Analysis Summary

Covid-19 : Corona Virus 2019

KKBI : Kamus Besar Bahasa Indonesia

KUR : Kredit Usaha Rakyar

UB : Usaha Besar



ABSTRAK

Resky Winalda, 2021. "Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung pada Masa Pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu". Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Hj. Ramlah M. dan Fasiha Kamal.

Skripsi ini membahas tentang UMKM Dapur Kue Gambung menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) dengan memperhatikan peluang pasar, menganalisis keunggulan, dan mempersiapkan mental untuk menarik minat konsumen. Menganalisis perbedaan Dapur kue Gambung sebelum dan di masa pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi usaha mikro kecil menengah Dapur Kue Gambung di Kelurahan Suli Kabupaten Luwu, dan menguraikan keberadaan Dapur Kue Gambung pada masa pandemi covid-19. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT yang ada pada toko Dapur Kue Gambung penerapan strategi pada perusahaan tersebut menggunakan Growth Oriented Strategy. Hal dikarenakan, pada diagram cartesius analisis SWOT ditunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi berada pada kuadran pertama dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Toko Dapur Kue gambung memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi berbagai ancaman agar dapat mempertahankan eksitensinya pada masa pandemi. Adapun Strategi yang di gunakan yaitu Strategi SO (Strength-Opportunity), Strategi ST (Strength-Threat), Strategi WO (Weakness-Opportunity), Strategi WT (Weakness-Threat).

Kata Kunci: Eksistensi, UMKM, Dapur Kue Gambung, Masa Pandemi

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Kesatuan Republik Indonesia telah memberi landasan Konstitusi pada pengelolahan ekonomi nasional dalam kesejahteraan untuk semua warga negara pada asas ekonomi masyarakat yang demokrasi.Hal tersebut dirumuskan pada pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 bahwa, pengelolaan perekonomian dilakukan menjadi suatu upaya yang dilakukan bersama dengan asas kekeluargaan seperti koperasi. Definisinya secara luas dituangkan pada ayat (4) pasal 33 bahwa, perekonomian nasional yang di selenggarakan oleh pemerintah sesuai dengan demokrasi ekonomi melalui adanya prinsip berkeadilan, kebersamaan, berkelanjutan, kemandirian, efisiensi, berwawasan lingkungan, dan dalam menjaga keseimbangan ekonomi, serta kemajuan dengan kesatuan ekonomi nasional.¹

Sesuai dengan paparan diatas bisa di jelaskan bahwa, perekonomian masyarakat dikelola oleh suatu usaha baik itu dalam bidang perdagangan, pertanian, dan lainnya dengan berupaya menjalin suatu kerjasama antara satu dengan yang lain secara optimal. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) ialah proses intermediasi sebagai salah satu pilar keuangan. Masyarakat kecil membutuhkan keuangan mikro, utamanya pada perdesaan dalam usaha produktif dan menjadi modal usaha mereka.

¹ Syamsul Rifai, Buku Ekonomi Peminatan Ilmu Sosial, (Cet. I, Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 152.

Suatu lembaga ekonomi kerakyatan sering dikatakan sebagai LKM, batasnya dituangkan pada Undang-Undang No. 1 tahun 2013, Pasal(1) ayat (1) mengatakan bahwa, LKM ialah sebuah lembaga keuangan usaha mikro dengan berbadan hukum, mempunyai modal, serta mendapat izin usaha, badan hukum bisa berwujud koperasi dan perseroan terbatas (PT). Lembaga tersebut sesuai dengan Undang-Undang No. 1 tahun 2013 bisa dimiliki sahamnya oleh pemerintah. Peran lembaga keuangan mikro ialah memberi pinjaman dengan jumlah kecil pada orang miskin dengan susah mendapatkan kredit biasa pada usaha produktif, tanpa ada jaminan.²

Berdasarkan uraian tersebut telah jelas bahwa, lembaga keuangan mikro berusaha membantu rakyat untuk mendapatkan pinjaman sebagai modal usaha. Melalui dinas koperasi serta UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), usaha mikro kecil dan menengah sudah diberikan perhatian dari pemerintah agar tetap semangat, maju, serta berkembang, salah satunya dengan pembinaan yang bersinergi pada perguruan tinggi diberbagai wilayah. Selain dapat membentuk pertumbuhan ekonomi, UMKM pun bisa menyediakan lapangan pekerjaan dengan menyerap tenaga kerja potensial. Kondisi lama atau zaman dahulu yang dirasakan dari peminat Usaha mikro, kecil dan menengah disebut UMKM dimasa ke masa telah sering didengar dan diketahui yang diantaranya; aspek permodalan, sumber daya manusia, kurangnya jaringan dalam mengembangkan usaha, sebagai

_

² Siti Sehat Tan, "Eksistensi Lembaga Keuangan Mikro-Agribisnis pada UMKM Berbasis Petani", (Bogor: Peneliti pada Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, 2017) 951

³ Nurussama dan Guntoro Barovih, "Pelatihan dan Pendampingan kepada Pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Produsen Pia Kota Palembang", Comvice: Journal of Community Service, PalComTech2, No. 2, (2018), 1.

suatu keadaan internal dengan dialami dari UMKM. Sementara itu ada persoalan lainnya dengan secara eksternal atau diluar kendali UMKM diantaranya; tingkat kompetitor, diperlukan infrastruktur pada pemasaran produk, pengaruh positif dan negatif dari pasar bebas yang menjadi beban bagi masyarakat dalam mengembangkan usaha.

Usaha kecil, mikro dan menengah merupakan salah satu penopang terbesar perekonomian didalam negeri. Karena dapat memberi partsipasi tenaga kerja dengan mampu mengurangi angka pengangguran, hingga menurunkan angka kemiskinan, dapat memberi peningkatan kesejahteraan serta bisa melakukan pembangunan karakter bangsa dengan melalui pendidikan kewirausahaan. UMKM sangat berperan penting didalam lingkungan masyarakat sehingga mampu mengurangi pengangguran.

Ada tiga alasan dengan mendasar bahwa, negara berkembang menganggap betapa pentingnya keberadaan UMKM, yang pertama ialah hasil kerja UMKM yang lebih positif dengan hal menghasilkan kinerja, yang kedua yaitu melalui investasi UMKM sering mencapai peningkatan produktivitas dengan perkembangan teknologi, serta yang ketiga yakni UMKM diyakini mempunyai keunggulan dalam keluwesan atau kelembutan pada usaha besar. Pada perkembangan zaman menunjukkan gaya positif terkait kuantitas UMKM, sehingga dalam meningkatkan eksistensinya diperlukan semangat dan kerja keras. UMKM memiliki kendala yang masih berputar dalam aspek

⁴ Abd. Rohim dan Indra Kurniawan, "Manajemen Usaha dan Produksi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Carang Wulung Wonosalam", *Comvice: Journal of Community Service* 1, No. 1, (2017), 23.

teknis produksi, aspek permodalan serta aspek penjualan atau mencari konsumen. Persoalan yang harus mendapat perhatian pada aspek produksi ialah bagaimana upaya meningkatkan suatu kapasitas produksi pada produk yang dihasilkan, dan bagaimana menjaga kualitas produk tersebut. ⁵ Terfokus dengan kedua itu tersebut maka diperlukan perkembangan seperti halnya inovasi dan penambahan produk supaya mendapatkan perhatian yang lebih optimal.

Tugas pemerintah telah dituangkan dalam UUD 1945, sebagaimana yang diamanatkan dalam menciptakan masyarakat adil dan makmur secara merata. Makna dari amanat tersebut mengungkapkan bahwa, pemerintah berusaha untuk memberikan keadilan bagi pemberdayaan ekonomi masyarakatnya, dapat menjangkau segala lapisan masyarakat kalangan atas sampai lapisan palingbawah yakni, masyarakat desa. Kepekaan pemerintah sangat diharapkan dan dinantikan oleh masyarakat untuk membangun perekonomian rakyat seluruh daerah. Pembangunan masyarakat dengan berlandas pada budaya lokal, potensi, serta kearifan lokal yang berada pada tiap-tiap wilayah yang biasa melibatkan wanita karena telah terbukti mampu meningkatkan perekonomian masyarakat kecil dan menengah melalui kontribusi perekonomian keluarga. Usaha yang dapat dilaksanakan oleh pemerintah dalam memberdayakan ekonomi dengan mengaktifkan usaha mikro, kecil dan menengah.

⁵ Abd.Rohim dan Indra Kurniawan, Manajemen Usaha dan Produksi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Carang Wulung Wonosalam, 24.

⁶ Deni Widyo Prasetyo, "Pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Konveksi Desa Karobelah Mojoagung-Jombang", *Comvice: Journal of Community Service2*, No. 1, (2018), 9.

Upaya dinas koperasi mendorong terwujudnya UMKM sebagai kekuatan untuk menopang ekonomi masyarakat demi mewujudkan suatu kemakmuran di lingkungan masayarakat. Puji suci menegaskan bahwa, UMKM memiliki strategi pengembangan yang berpusat pada proses perkembangan sumber daya bagi manusia. Pentingnya sumber daya manusia ialah faktor esensial untuk tiap usaha termasuk upaya pada bidang UMKM. Hermawati menyatakan salah satu keberadaan UMKM saat ini terlihat secara nyata bahwa telah gencar di monitor dari government, pada wilayah dengan terkecil, menengah sampai medium ialah pemberdayaan pos daya. Oleh karena itu dengan adanya partisipasi UMKM maka akan sangat berarti untuk kesejahteraan dan perkembangan taraf hidup masyarakat, sosial ekonomi pada tengah maraknya pasar global, pasar bebas asia serta semacamnya. ⁷ UMKM melakukan pemberdayaan dan pengembangan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat. UMKM berkembang dalam menangani permasalahn kemiskinan serta pengangguran, maka diperlukan perhatian yang lebih dari pemerintah. Usaha mikro sebagai usaha yang dijalankan serta dimiliki dari masyarakat setiap individu maupun kelompok kecil. Usaha mikro biasa disebut sebagai usaha keluarga karena usaha yang sederhana dan tradisional. Usaha mikro disebut juga sebagai usaha produktif yang mampu menghasilkan secara individu maupun dalam kelompok koperasi dengan hasil penjualan.⁸

-

⁷ Adya Hermawati, Rahayu Puji Suci, Suhermin, dan Kartika Dewi, *Pendekatan Analisis Swot Salah Satu Strategi Membangun Kinerja UMKM*, (Conference on Innovation and Application of Science and Technologi, Universitas Widyagama Malang, 2019), 30.

Application of Science and Technologi, Universitas Widyagama Malang, 2019), 30.

Beni Widyo Prasetyo, Pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Konveksi Desa Karobelah Mojoagung-Jombang, Vol.2 No 1, 2018).

Keberadaan organisasi akan tumbuh dan berkembang menjadi optimal ketika dilakukan dengan upaya dan kerja keras, sehingga fungsinya diterapkan secara maksimal, efektif, dan efisien. UMKM dapat menjadi peluang pekerjaan bagi pengangguran untuk merintis usaha secaraindividu.

Zaman sekarang ini banyak orang membuat acara tanpa mau bersusah payah untuk membuatnya, membawa oleh-oleh saat bepergian atau berkunjung ke rumah keluarga, namun ingin praktis dan cepat. Masyarakat lebih memilih untuk membeli karena dapat menghemat waktu dan tenaga meskipun agak mahal, khususnya kue khas daerah tersebut. Usaha kuliner telah terkenal di daerah tersebut seperti kue garing maupun kue berembun. Salah satu kue yang disukai sehingga laris dibeli oleh masyarakat sekitar yaitu, kue gambung. Kue gambung merupakan kue yang memiliki aneka rasa, berbahan dasar dari terigu, telur, gula pasir, gula merah, kelapa, dan juga dodol durian. Dapur Kue Gambung menjadikan peluang usaha bisnis kuliner sangat strategis serta memiliki prospek yang menjanjikan jika dapat menjalankan usaha tersebut dengan tekun.

Pada masa pandemi UMKM bisa memanfaatkan teknologi dengan ada untuk melakukan penjualan dengan media sosial. Hal ini sebagai suatu strategi yang sangat tepat dalam melakukan proses jual beli. Penggunaan teknologi lebih praktis serta mudah sebab tidak membutuhkan waktu banyak untuk keluar toko ataupun rumah. Selain itu, masih terdapat orang-orang yang kurang mampu dalam memanfaatkan teknologi. Akan tetapi di zaman sekarang banyak orang menggunakan teknologi sehingga proses jual beli atau

UMKM dilakukan melalui media sosial. Pada zaman sekarang teknologi menuntut untuk mampu memanfaatkan dengan maksimal, salah satunya melakukan usaha melalui media sosial. Keberadaan Dapur Kue Gambung sebelum pandemi mendapatkan penghasilan sekitar Rp.15.000.000.- perhari, bahkan lebih dari itu ketika disaat liburan atau hari libur. Penghasilan yang diperoleh sebelum pandemi dapat memperoleh biaya sekitar Rp. 20.000.000.- perhari. Di awal mulai munculnya covid-19 dan *lockdown* maka mulai berkurang peminat untuk membeli kue. Penghasilan yang diperoleh saat pandemi mendapatkan sebesar Rp. 7.000.000,- hingga Rp. 10.000.000,- perhari, lalu perbandingan dengan penghasilan Dapur Kue Gambung saat ini meski belum stabil tetapi sudah mulai ramai pengunjung seperti semula. Disaat pandemi telah berlalu serta adanya penerapan new normal maka penghasilan yang diperoleh dalam penjualan kue di toko Dapur Kue Gambung mencapai sebanyak Rp. 10.000.000,- hingga Rp. 15.000.000,- perhari.

Berdasar pada hasil pengamatan awal pada hari Senin, 01 Agustus 2021 UMKM Dapur Kue Gambung sudah dikenal oleh masyarakat khususnya di Kelurahan Suli. Pemilik usaha Dapur Kue Gambung tersebut bernama Hj. Salmah. Dapur Kue Gambung telah beroperasi sejak tahun 2012, dengan menghadirkan berbagai khas tradisional Luwu, namun yang lebih banyak diminati adalah kue gambung. Dalam membangun usaha yang perlu diperhatikan yaitu peluang pasar, menganalisa keunggulan dan kelemahan, serta mempersiapkan mental supaya dapat menggaet minat konsumen. Setelah

_

⁹ Maskarto Lucky Nara Rosmadi, "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal IKRA*- 2021 *ITH Ekonomika*4, no. 1(24 Mei 2020), 125

melakukan observasi, penulis memilih untuk melakukan penelitian di Dapur Kue Gambung karena toko Dapur Kue Gambung banyak di minati oleh masyarakat atau pendatang. Salah satu kue khas Luwu, kue gambung banyak diminati oleh konsumen. Kue gambung memiliki kualitas rasa yang terjamin enak, lezat dan nikmat, dengan aroma yang khas sehingga menghasilkan cita rasa yang tinggi. Selain itu kue gambung memiliki kemasan tersendiri dengan ukuran yang kecil, sedang, dan ukuran yang terbilang besar, untuk harga sesuai dengan kualitas kemasannya. Kue gambung merupakan kue khas Luwu yang sederhana namun banyak diminati oleh masyarakat. Harga penjualan kue gambung terjangkau berkisaran Rp. 15.000, hingga Rp. 40.000, setiap kemasan.

Persaingan dalam UMKM itu bukanlah hal yang asing lagi, namun usaha seperti ini harus mampu membuat ide yang kreatif untuk tetap bertahan dalam persaingan tersebut. Di Kecamatan Suli terdapat hampir 10 UMKM yang menjual kue tradisional salah satunya Dapur Kue Gambung, namun yang banyak diminati sebagai tempat membeli yaitu toko Dapur Kue Gambung. Sitti adalah salah satu penjual kue gambung pertama, namun seiringnya waktu banyak persaingan dalam membuat usaha tersebut. Dapur Kue Gambung selalu berupaya untuk tetap bertahan meski dalam situasi pandemi. Sesuai dengan uraian dilatar belakang di atas maka peneliti tertarik dengan melakukan penelitian tentang UMKM yang berjudul "Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung Di Masa Pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu".

B. Batasan Masalah

Batasan masalah diberikan untuk menghindari perluasan pembahasan sehingga dibatasi pada fokus kajian tentang Eksitensi UMKM Dapur Kue Gambung di Masa Pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu.

C. Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian didalam latar belakang dan batasan masalah maka rumusan masalahnya yaitu, Bagaimana strategi UMKM Dapur Kue Gambung untuk mempertahankan eksistensinya dimasa pandemi?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian diberikan untuk menjawab dari rumusan masalah supaya memiliki arah yang optimal. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui strategi usaha UMKM Dapur Kue Gambung untuk mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi.

E. Manfaat Penelitian

Pada hasil penelitian ini diharap akan memberi informasi-informasi dengan berharga pada usaha melakukan peningkatan mutu pendidikan. Adapun manfaat yang diharap pada penelitian ini yakni dibawah ini:

1. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini bisa menjadi sebuah referensi dalam menambah wawasan serta memperkaya ilmu pengetahuan pada bidang usaha mikro kecil menengah, meningkatkan kegiatan bisnis untuk mengurangi pengangguran, serta membantu masyarakat dalam meningkatkan perekonomian.

2. ManfaatPraktis

- a. Menjadi laporan atau tugas akhir (skripsi) didalam menyelesaikan jenjang atau meraih gelar sarjana (S1).
- b. Menjadi bahan informasi untuk mahasiswa, pembaca dengan masyarakat didalam membuat usaha mikro kecil menengah pada beragam aneka makanan.
- c. Sebagai bahan kontribusi bagi pengusaha untuk terus mengembangkan dan meningkatkan usahanya.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu harus dikaji demi menambah wawasan, baik dari penelitian, jurnal, dan skripsi. Penelitian terdahulu dengan relevan ialah sebagai berikut ini:

1. Tamara (2017) dengan skripsi dengan judulnya "Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Mandir Tabungan Bisnis". Hasil penelitiannya yaitu Analisis SWOT menjelaskan bahwa PT. Bank Mandiri telah mampu berani bersaing dipasar persaingan dengan kompetitif. Strategi SO: mencakup pangsa pasar, memperkuat kerjasama pada koperasi, melakukan peningkatan hubungan pada ulama, pemerintah dengan pengusaha. Strategi WO: yaitu melaksanakan strategi jemput bola, melakukan peningkatan loyalitas nasabah serta peningkatan kualitas produk. Strategi ST: terdiri oleh menjalin kerjasama pada bank lainnya menentukan target pemasaran serta melakukan peningkatan kualitas layanan. Strategi WT: yakni pelaksanaan meningkatkan promosi dengan beragama media serta menentukan strategi pemasaran dengan efektif serta efesian. Perbedaan peneliti dan penelitian sebelumnya yaitu hanya ada di tempat penelitiannyta

Angelica Tamara, "Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Mandir Tabungan Bisnis" Jurnal Riset Bisnis dan Manejemen Vol, 4 No 13, (Universitas Sam Ratulangi 2017), November 23, 2021, https://docplayer.info/30093320-Implementasi-analisis-swot-dalam-strategi-pemasaran-produk-mandiri-tabungan-bisnis-abstract.html

- saja dan juga hasil penelitiannya sedangkan persamaannya sama-sama mememakai analisis SWOT.
- 2. Nurfazri Banurea (2017) dengan skirpsi berjudul "Strategi Pemasaran Produk Parfum dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus pada TOA' Perfume Jl. SM. Raja Sidikalang)". Variabel penelitian memakai faktor internal yaitu kekuatan dengan kelemahan dan faktor eksternal yaitu peluang dengan ancaman. Hasil penelitian pada judul skripsi ini setelah peneliti mengetahui faktor-faktor apa saja yang sebagai kekuatan dengan kelemahan dan faktor peluang dengan ancaman yang berada di produk parfum yang di hasilkan, penulis bisa membuatkan matriks SWOT oleh produk itu dengan bisa menciptakan strategi yang baik hingga strategi itu bisa dipakai didalam meningkatkan penjualan di produk parfum.¹¹ Persamaan dari peneliti dan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama memakai analsis SWOT dan sama-sama menggunakan matriks SWOT untuk menentukan kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman sedangakan perbedaanya yaitu hanya ada di tempat penelitian dan hasil penelitian yang ditemukan.
- 3. Nursakinah (2017) dengan skirpsi berjudul "Strategi Pengembangan Industri Kuliner Kreatif Berbasis IT dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus pada Rumah Blepots Jl. Medan Area Selatan Gg. Puri No.8/909 a)". Hasil penelitian yaitu setelah menggandengkan kekuatan dan peluang ataupun Strategi SO (Strength Opportunity), jadi didapatkan faktor yang mesti di

Nurfazri Banurea, "Strategi Pemasaran Produk Parfum dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus pada TOA' Perfume Jl. SM. Raja Sidikalang)", (Skripsi, program S-1 Fakultas Ekonomi UIN Sumatera Utara, 2017), 23 November 2021, https://docplayer.info/213761 095-Analisi-strategi-pemasaran-berdasarkan-swot-studi-kasus-pada-umkm-bordirdewe-surabaya.html

pertahankan agar dapat mengambil peluang yang ada, yakni mempertahankan kreatifitas menu serta pula ukuran burger dengan besar dari Rumah Blepots serta melakukan peningkatan promosi pada media sosial. Serta di penggandengan Strategi ST (Strength-Threat) didapatkan hasil bahwa perusahaan perlu mempertahankan menu burger pada ukuran besar yang sebagai ciri khasnya pada Rumah Blepots serta menambahkan menu baru tanpa menghilangkannya menu khas yakni burger pada ukuran besar di campur pada saus spaghetti dengan di kenal pada blepots. Begitupun pada penggabungan kelemahan dengan peluang, ataupun strategi WO (Weakness Opportunity) di ketahui bahwa perusahaan perlu segera melakukan kelengkapan fasilitas dengan belum tersedia, memperbesar neon box pada pinggir jalan serta pula menambahkan hiburan untuk pelanggan dengan berkunjung agar dapat menggapai peluang dengan terdapat melalui perbaikan kelemahan dengan di miliki. Serta yang terakhir ialah penggandengan diantara kelemahan dengan ancaman ataupun strategi WT (Weakness Threat) dimana perusahaan perlu bertindak melalui pemberian bahan baku dengan benar aman dengan di konsumsi, serta menambahkan menu makanan dengan lebih variatif serta inovatif. 12 Persamaan dari penelitian sebelumnya yaitu sama menggunakan analisis **SWOT** dan menggunakan strategi untuk mempertahankan keberadaan usahanya. Perbedaannya hanya ada di lokasi tempat saja.

Nursakinah, "Strategi Pengembangan Industri Kuliner Kreatif Berbasis IT dengann Metode Analisis SWOT (Studi Kasus pada Rumah Blepots Jl. Medan Area Selatan Gg. Puri No. 8/909 a)", (Skripsi, program S-1 Fakultas Ekonomi UIN Sumatera Utara, 2017), 23 November 2021, http://repository.uinsu.ac.id/5198/1/SKRIPSI%20HIDAYATI%20FAUZIAH%20P_EKI.pdf

4. Penelitian Nita Zarotul Nisa pada judul skripsinya "Eksistensi Pedagang Pasar Tradisonal Mleto di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Prespektif Teori Tindakan Sosial Max Weber". Hasil penelitiannya yaitu eksistensi pasar tradisional Mleto pada alasan pasar itu dekat pada pemukiman warga dan harga jual dengan murah serta relatif terjangkau menjadi tempat rujukan didalam berbelanja walaupun di masa pandemi. Persamaan dalam penelitian ini yaitu membangun usaha bisnis maupun UMKM dan berlaku adil kepada masyarakat, dan juga dapat bekerja sama dengan berbagai pihak. Sedangkan perbedaannya penelitian ini terfokus pada bagaimana strategi UMKM Dapur Kue Gambung di Kelurahan Suli Kabupaten Luwu.

B. Deskripsi Teori

1. Eksitensi

Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ekstitensi ialah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Eksitensi ialah konsep yang menekankan bahwa sesuatu itu ada serta satu-satunya faktor yang membedakan tiap hal ialah fakta.

Eksitensi adalah suatu progres dinamis, sebuah "menjadi" ataupun "mengada". Hal ini berdasar pada asal kata eksitensi itu sendiri yaitu *existere*, dengan artian keluar dari, "melampau" atau "mengatasi". Maka eksitensi sifatnya tidak kaku ataupun terhenti, tetapi lentur ataupun kenyal serta

.

Nita Zarotul Nisa, "Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Prespektif Teori Tindakan Sosial Max Weber, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial,2021

mengalami perkembangan ataupun sebaliknya kemunduran, tergantung dengan kemampuan didalam mengaktualisasikan potensi-potensi.¹⁴

Eksitensi atau keberadaan juga bisa diartikan menjadi hadirnya ataupun sesuatu didalam kehidupan. Jadi dapat simpulkan bahwa eksitensi ialah hadirnya sesuatu didalam kehidupan baik itu manusia ataupun benda menyangkut dengan yang di alami.

2. Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM)

Didalam KKBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) usaha ialah aktivitas yang dilakukan yang mengarahkan kepada tenaga, pikiran, maupun badan didalam mencapai sesuatu tujuan. Dan UMKM kepanjangan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah yang berarti sebuah usaha kecil tanpa adanya tanah serta bangunan sebagai tempat usaha. Dalam bahasa Indonesia usaha sebagai suatu kegiatan berupa pikiran maupun perbuatan untuk mencapai tujuan. 15

UMKM mempunyai peranan penting untuk perekonomian masyarakat dengan adanya sumber pendapatan Negara sehingga dapat menyediakan lapangan pekerjaan. Kestabilan keadaan dan kondisi industri Negara salah satunya adalah UMKM. Selain itu sebagai persiapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Kredit usaha rakyat, yang disingkat KUR ialah pembiayaan atau kredit yang diberi pada UMKM dalam bentuk investasi dengan didukung fasilitas

¹⁴ Maritfa Nika dan Muhammad Mukti, "*Kajian Ekstiensi Pasar Tradisonal*", Jurnal, (Kota Surakarta. Jurnal Teknik PWK, Vol. 2, No. 2, 2019).

¹⁵ Ebta Setiawan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia Onlien", Edisi 3, Pengembangan dan Pembinaan Pusat Bahasa, 24 Mei 2021, https://kbbi.web.id/usaha.html.

¹⁶ Budi Setiawan dan Simon De Lagarde, "Edukasi Blockchain sebagai Solusi Bisnis Masa Depan bagi Pelaku UMKM di Kota Palembang", *Jurnal Abdimas Mandiri* 3, No. 2, (2019): 133. http://ejournal.uigm.ac.id.

yang terjamin pada usaha produktif namun semua itu tidak lepas dari pemberian modal kerja. Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2007 mengenai kebijakan percepatan perkembangan sektor riil dengan pemberdayaan sektor mikro, kecil dan menengah terkhusus bagian reformasi sektor keuangan yang dikeluarkan berdasarkan KUR.¹⁷

Salah satu upaya peningkatan perekonomian masyarakat serta membantu masyarakat didalam meningkatkan kesejahteraan ialah membangun UMKM. Didalam ekonomi syariah UMKM ialah salah satu aktivitas pada upaya manusia dengan hidup serta beribadah, menuju kesejahteraan ekonomi sosial. Didalam ekonomi syariah kebutuhan konsumsi manusia yang dipenuhi harusnya sifatnya yang tidak boleh berlebih-lebihan apalagi didalam melaksanakan penimbunan untuk menggerut kekayaan terlebih bila dengan memakai cara-cara dengan di larang didalam agama. Bila kita tidak dapat melihat pemerasan, korupsi, penipuan, serta kejahatan yang lain. Perintah tersebut berlaku keseluruh orang tidak membedakan pangkat dengan status jabatan seseorang, didalam AL-Quran dijelaskan didalam QS At-Taubah/10:105 yang berbunyi:

Terjemahan:

_

¹⁷ Fidi Ardiansyah, "Implementasi Penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Sektor UMKM (Studi pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Cabang Batu)," Jurnal Ilmiah, Universitas Brawijaya Malang, (Agustus 2016): 8. https://jimfeb.ub.ac.id.

Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan." 18

Rasulullah memerintahkan pada umatnya agar bekerja, bahwa tiap pekerjaan manusia akan terus di lihat oleh Allah serta rasulnya menjadi amalan yang akan dipertanggung jawabkan di akhir zaman. UMKM didalam melakukan peningkatan kesejahteraan berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

Bisa di lihat bahwa Islam sudah menyuruh manusia agar bekerja, melalui adanya UMKM usaha kuliner pada Kecamatan Suli yang sudah membuka lapangan kerja dengan membantu masyarakat didalam memenuhi kebutuhan hidupnya didalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, seperti yang didalam Islam dijelaskan kesejahteraan bisa tercapai dilihat pada indikator kesejahteraan didalam pandangan Islam yakni terpenuhinya konsumsi, damai serta rasa aman.

UMKM juga merupakan perekonomian terbesar setelah koperasi di Indonesia dan UMKM diakui menjadi salah satu pemberantas kemiskinan yang efektif karena masyarakat harus dapat membuat keterampilan untuk menciptakan peluang kerja yang dapat menghasilkan. Selain itu, dengan adanya UMKM diharapkan dapat membantu menanggulangi masalah pengangguran yang ada disekitar masyarakat. Pembangunan masyarakat yang bertumpu pada pemerintah. 19 Ada sebuah landasan empiris yang melatar belakangi

_

Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Quran Transiterasi Perkata Dan Terjemahan, (Jakarta : Cipta Bagus Sagara, 2012), 187.https://quran.kemenag.go.id/

Nuri Purwanto dan Chusnul Rofiah, "Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif bagi Masyarakat di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang", Comvice: Journal of Comunity Service, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dewantara Jombang,1, No. 1, 2017): 29. https://ejournal.stiedewantara.ac.id.

pentingnya pemberdayaan UMKM bagi penanggulangan kemiskinan, sebagai berikut:

- a. Struktur tenaga kerja yang didominasi dari pekerja dengan bergantung pada sektor UMKM.
- b. UMKM ialah bidang usaha dengan paling mudah diakses untuk penduduk dengan kebanyakan bukan tenaga kerja terdidik.
- c. UMKM dapat sinergi pada usaha skala menengah ke atas didalam memperkuat ketahanan ekonomi.
- d. UMKM bersifat padat karya hingga bisa membuka jalan untuk penyerapan tenaga kerja pada kalangan keluarga miskin.
- e. UMKM dapat hidup di desa dalam mendaya gunakan hasil produksi di sektor primer.
- f. UMKM relatif aman oleh terpaan badai krisis ekonomi.²⁰ UMKM dapat berdiri sendiri ataupun bekerjasama dengan usaha lain. Masyarakat miskin dapat dibantu melalui peluang UMKM yang berada di lingkungan masyarakat.

Berdasarkan perkembangan UMKM dibedakan menjadi 4 kriteria yakni:

a. Micro Enterprise, ialah UMKM dengan memiliki sifat pengrajin, keterampilan individu tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

²⁰ Bambang Hudayana, Pemberdayaan Masyarakat Bunga Rampai Antropologi Terapan, (Cet. 1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 72.

- b. Livelihood Activities, ialah UMKM dengan dipakai menjadi kegiatan usaha serta kesempatan kerja keras, semangat, berjuang dalam mencari nafkah yang lebih umum dikenal dengan sektor informal.
- c. Small Dynamic Enterprise, ialah UMKM yang telah mempunyai jiwa kewirausahaan baik secara individu ataupun berkelompok dan dapat menerima pekerjaan sub kontrak serta ekspor.
- d. Fast Moving Enterprise, ialah Usaha Kecil Menengah yang sudah mempunyai jiwa kewirausahaan yang terus melaksanakan transformasi menjadi Usaha Besar (UB), mengembangkan usaha yang dimiliki hingga disetiap wilayah.²¹ Perkembangan UMKM yang memenuhi kriteria yakni:

 1) Mempunyai kekayaan bersih; 2) Mempunyai hasil penjualan tahunan.²² Perkembangan UMKM sangat pesat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, namun masyarakat harus sabar dan tekun dalam menjalankan usaha tersebut.

Indonesia saat ini telah mengalami perkembanagan di bidang UMKM yang dapat dilakukan dengan terus menciptakan produk baru. Dengan perkembangan tersebut UMKM memiliki kemampuan untuk berinovasi dan bertahan dalam menghadapi segala krisis yang ada. Pemerintah, pengusaha, pemilik modal, dan masyarakat mulai memperhatikan UMKM dengan memberikan motivasi serta sumbangan berupa permodalan dengan cukup besar. Disamping itu UMKM bisa mengambil dan membutuhkan lebih banyak

Deni Widyo Prasetyo, Pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, 4.https://ejournal.stiedewantara.ac.id

²² Sumarni, *Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)*, 2017, 139.

tenaga kerja dibandingkan usaha besar. UMKM semakin berkembang hingga mengalami peningkatan yang amat menggembirakan bagi pengusaha disebabkan berhasil menyumbang 57%, UMKM yang meningkat tidak hanya pada segi kuantitas namun juga modal, tenaga kerja, kualitas dan aset. UMKM dinyatakan menjadi usaha ekonomi produktif dengan cukup kuat, sekalipun terjadi gejolak ataupun krisis UMKM tidak terkena pengaruh dengan sangat menyedihkan.²³ Perkembangan UMKM berperan penting dalam perekonomian dan mendominasi tenaga kerja bagi masyarakat.

UMKM memiliki prinsip kemandirian karena mampu berkembang secara individu atau dikembangkan oleh pengurus rumah tangga. Maksudnya UMKM menjadi lembaga tersendiri karena telah mampu menanamkan modal tanpa bergantung dengan lembaga lain. UMKM tetap mandiri dan berkembang hingga saat ini serta dapat membantu perekonomian negara. Pencapaian peningkatan untuk UMKM tidak sekedar menggunakan waktu yang singkat, tetapi membutuhkan proses. Masih ada hambatan yang merintang maka harus mampu menyelesaikan dan mencari solusinya. Tantangan tersebut diselesaikan dengan melakukan usaha yang lebih kreatif, melahirkan inovasi baru dalam usaha, mencari keunikan tersendiri dan hal lainnya. UMKM harus mampu melalui rintangan dan hambatan yang menghadang sesuai dengan perkembangan zaman, maka perlunya kekuatan mental untuk menghadapi rintangan UMKM tersebut.

Meri Nur Amelia, dkk, E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia, (Prosiding: SNATIF, Universitas Negeri Semarang, 2017), 11. https://jurnal.umk.ac.id.

²⁴ Sumarni, *Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)*, 2017. 141.

UMKM menghadapi berbagai kendala yang lebih dominan tentang permodalan yang lemah, minimnya akses dalam bidang pemasaran, dan rendahnya mutu masyarakat yang cerdas. UMKM banyak yang dipandang tidak *feasible* dalam memiliki pembiayaan sehingga pihak keuangan atau perbankan harus dapat membantu. Pemberdayaan dalam suatu masyarakat memiliki berbagai konsep atau teori dalam bidang perekonomian. Konsep dalam pemberdayaan ekonomi tersebut diketahui harus memiliki strategi yang dapat diterapkan. Strategi UMKM dapat diketahui berikut ini:

- a. Kemudahan didalam akses permodalan. Persoalan yang dihadapi UMKM salah satunya ialah aspek permodalan. Lambatnya akumulasi kapital dikalangan UMKM menjadikan salah satu akibat lambatnya laju perkembangan usaha serta rendahnya surplus bisnis pada bidang UMKM. Sektor ekstraktif tidak muncul disebabkan oleh faktor modal usaha yang belum maksimal. Dengan demikian, pemecahan aspek modal menjadi hal penting yang dilakukan dalam pemberdayaan UMKM.
- b. Bantuan pembangunan prasarana. Memotivasi tumbuh dan berkembangnya produktivitas usaha dengan berbagi peran penting kepada masyarakat, supaya menghasilkan produk yang bisa dipasarkan. Oleh sebab itu, pemberdayaan UMKM menjadi komponen terpenting didalam usaha, dengan mengadakan pembangunan prasarana produksi dengan pemasaran. Prasarana pemasaran telah disediakan oleh pemerintah ataupun terealisasinya transportasi oleh lokasi produksi ke pasar. Rantai

pemasaran dapat berkurang hingga pada akhirnya dapat meningkatkan peluang penerimaan petani dengan UMKM.

- c. Pengembangan skala usaha. Perekonomian akan diberdayakan untuk masyarakat yang lemah dengan pendekatan individual akan dilakukan.
- d. Pengembangan jaringan usaha sebagai pemasaran dengan kemitraan usaha.

Upaya pengembangan jaringan usaha dilaksanakan melalui pola jaringan untuk mempermudah perluasan UMKM, pengembangan kluster diberikan didalam bentuk jaringan sub kontrak. Dalam realitanya polapola jaringan telah terbentuk namun tetapi belum berjalan dengan optimal. Alternatif yang bagus bagi eksistensi UMKM di Indonesia dengan menggunakan pola jaringan. Meskipun banyak industri kecil dengan justru tidak mempunyai jaringan sub kontrak serta kaitan pada perusahaan besar hingga eksistensinya menjadi rentan. Dan pendekatan kluster dilakukan menggunakan pengembangan pola jaringan, diharapkan dapat menghasilkan produk dari produsen dengan berada didalam kluster usaha. Hingga kluster usaha memiliki peluang agar menjadi produk dengan memiliki keunggulan kompetitif serta bisa bersaing dipasar global.

e. Pengembangan sumber daya manusia ialah faktor terpenting untuk tiap usaha baik pada bidang usaha besarpun pada bidang usaha kecil. Keberhasilan industri skala kecil agar mampu menembus pasar global

- ditetapkan kemampuan pelaku didalam dari industri agar mengembangkan produk-produk bisnisnya hingga tetap eksis.
- f. Peningkatan akses teknologi informasi merupakan pengembangan **UMKM** penting bagi masyarakat untuk meningkatkan yang perekonomian. Pada Negara maju keberhasilan dalam penguasaan teknologi ditetapkan dari kemampuan berpikir. Strategi dengan harus dilaksanakan adalah dengan memotivasi penelitian teknologi informasi supaya lebih bersemangat dan berinovasi didalam peningkatan teknologi berdasar pada kebutuhan UMKM. Pengembangan pusat inovasi mendesain berdasar pada kebutuhan masyarakat, pusat penyuluhan yang sedang berkembang, serta teknologi informasi dengan lebih berkembang diberbagai lokasi bisnis untuk meningkatkan kerjasama antara mitra dan UMKM.
- g. Mewujudkan perkembangan UMKM melalui iklim bisnis dengan lebih kondusif sebagaimana ditentukan dengan perkembangan zaman yang menunjang. Permasalahan yang sering terjadi dilihat dari pelayanan publik yang belum maksimal, kepastian hukum yang masih perlu ditingkatkan, dan segala keadaan dengan tidak pro bisnis ialah bukti adanya iklim dengan kurang kondusif.²⁵ Berdasarkan uraian tersebut UMKM membutuhkan permodalan yang cukup, pembangunan sarana prasarana, mengembangkan tempat usaha, kecanggihan teknologi, serta mewujudkan usaha yang kondusif.

 $^{^{25}}$ Sumarni, $Peranan\ UMKM\ (Usaha\ Mikro,\ Kecil\ dan\ Menengah),\ 2017,141.$

3. Wirausaha

Menurut Geoffrey G Meredith dalam Kartawan menyatakan bahwa, wirausaha ialah orang yang memiliki kemampuan dalam melihat, menilai, serta melakukan kesempatan dalam mengumpulkan sumber daya yang di butuhkan demi mendapatkan keuntungan. Wirausaha berasal pada kata usaha yang merupakan kegiatan. Manfaat dari wirausaha yakni, membuka lapangan kerja, membangun lingkungan, menjadi manusia yang mandiri, menaati peraturan yang ditetapkan, menerima karyawan, menjaga kedamaian lingkungan dalam suatu pergaulan maupun dalam kepemimpinan. Wirausaha memiliki keuntungan yang cukup dengan adanya peluang untuk mencapai suatu tujuan, menjadikan potensi sebagai tolak ukur wirausaha, keuntungan dapat diperoleh secara maksimal, dapat membantu masyarakat, dan berpeluang menjadi pemimpin.

Adapun hadis Rasulullah menjelaskan bahwa, tiap manusia ialah pemimpin untuk dirinya serta juga orang lain. Maka sebab itu, didalam melaksanakan segala sesuatu atau pekerjaan hendaknya pada penuh tanggung jawab karena semua itu akan dimintai pertanggung jawaban di akhirat. Hadis Rasulullah SAW, sebagai berikut:

_

²⁶ Geoffrey G. Meredith et al, Kewirausahaan Teori dan Praktek (Hakikan dan Ciri Wirausaha, Perencanaan dan Pengendalian Keuangan, Penggunaan Sumberdaya),(Jakarta: Seri Manajemen Strategis, No.1, 2011),24.

حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ حَدَّثَنِي مَالِكُ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ دِينَارٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ (رواه البخاري)

Terjemahan: "Telah menceritakan kepada kami Ismail Telah menceritakan kepadaku Malik dari Abdullah bin Dinar dari Abdullah bin Umar radliallahu 'anhuma, Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "ketahuilah setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap kalian akan dimintai pertanggung jawabannya atas yang dipimpin" (HR. Bukhari). ²⁷

Berwirausaha bertujuan untuk mendemonstrasikan potensi yang dimiliki dengan membuka peluang usaha. Wirausaha menjadi salah satu pilihan yang sangat menantang karena harus sanggup menghadapi untung maupun mengalami kerugian. Kewirausahaan memiliki tantangan yang cukup besar dengan menguras tenaga, waktu, dan pikiran untuk kepentingan usaha. Peran seseorang dalam menerapkan wirausaha harus mampu mengombinasikan hal-hal seperti mengenal barang dan jasa yang baru, berinovasi dalam metode produksi, memiliki sumber bahan mentah, melihat peluang pasar, dan mengenal organisasi dalam suatu industri.

Berwirausaha tidak semua langsung sukses dan berhasil, banyak tahap dan proses yang dilalui. Dalam setiap kegagalan yang diperoleh maka harus mampu mengambil pembelajaran untuk dapat bangkit sehingga tidak terjadi kegagalan yang sama dari sebelumnya. Dalam berwirausaha perlu memiliki

-

Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim Albukhari Alja'fi, *Shahih Bukhari*, (Juz. 3, No. 215, Bairut-Libanon: Darul fikri, 1981), 285.

keinginan dan kemauan yang tinggi dalam hal menyediakan waktu, mengatur atau mengelola waktu, bekerja keras, dan pantang menyerah. Selain itu, dalam wirausaha harus memiliki kemampuan modal, intelektual, berkomunikasi dengan masyarakat, dan emosional.²⁸ Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui bahwa, setiap usaha memerlukan modal, kemauan, tekad yang kuat untuk mampu berjuang serta bekerja keras dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 bahwa, usaha kecil sebagai usaha dalam meningkatkan ekonomi masyarakat yang di lindungi agar mencegah suatu persaingan yang tidak sehat. Wirausaha mempunyai karakteristik dengan meningkatkan kualitas yang tetap yang terus menerus sehingga dapat dijadikan sebagai suatu ciri dalam mengidentifikasi suatu objek. Selain itu, karakteristik tersebut harus mampu memenuhi sifat yang ada dalam bentuk suatu kepribadian seseorang. Dalam berwirausaha memerlukan sikap yang memiliki sosial yang tinggi sehingga dapat menciptakan wirausaha yang optimal.

Karakteristik wirausaha cenderung memiliki sikap yang orisinil dalam inovasi suatu produk, mampu bersikap dengan mengambil suatu kegiatan dalam menghadapi segala resiko, serta membangun hubungan yang harmonis dengan tim, karyawan, atau teman kerja. Karakteristik wirausaha memiliki sikap orientasi dengan bertahan hidup demi masa depan. Sikap kepemimpinan harus dimiliki dengan melibatkan seluruh karyawan dalam bekerja. Kekuatan

²⁸EkoAgusAlfianto, "Kewirausahaan: SebuahKajianPengabdiankepadaMasyarakat", *Jurnal Heritage* 1, no. 2, (Januari 2018), 36.

lingkungan dapat menjadi faktor mendorong wirausaha serta dapat menjadi suatu penghalang.²⁹ Wirausaha dapat dilakukan dengan penuh tanggung jawab, kerja keras, membutuhkan keuletan yang kuat untuk membangun suatu bisnis yang dapat berhasil dengan maksimal.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dari penelitian ini bisa di jelaskan didalam bagan dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

²⁹ Edwin Cahya Ningrum Setyawati, Hari Susanta Nugraha, dan Ilham Ainuddin, "Karakteristik Kewirausahaan dan Lingkungan Bisnis sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha (Studi IKM di Sentra Kerajinan Rotan Anumtai Kab. Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 2, no. 1, (Maret 2013): 43, https://ejournal.undip.ac.id.

.

Penjelasan pada kerangka pikir penelitian yaitu penelitian ini dimulai dengan penggalian informasi dari UMKM Dapur Kue Gambung dan daftar pertanyaan yang ditanyakan yakni produk, bahan baku, lokasi, serta pemasaran, ke empat pertanyaan itu akan menjadi sebagai sumber informasi utama pada penelitian ini didalam pemakaian analisis SWOT. Pertanyaan yang diajukan di bagi kedalam dua bagian. Pertama, pertanyaan mengenai faktor-faktor internal pada usaha Dapur Kue Gambung, yakni kekuatan dengan kelemahan. Kedua, pertanyaan mengenai faktor-faktor eksternal, yakni peluang dengan ancaman. Jadi jawaban pada pertanyaan-pertanyaan tersebut kemudian diolah memakai analisis SWOT dengan hasil akhir muncul strategi-strategi pada tiap-tiap matriks dengan strategi (keadaan). Itulah dinamakan pengembangan. Strategi pengembangan yang sebagai hasil akhirnya pada penilitian tersebut yang nanti diharap sebagai solusi untuk strategi yang tepat untuk usaha Dapur Kue Gambung supaya lebih berkembang lagi agar mampu mempertahankan eksitensinya.

IAIN PALOPO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian dengan dipakai yaitu, penelitian kualitatif deskriptif, yang menerapkan sebuah proses penelitian dengan dilaksanakan dengan wajar serta natural berdasarkan pada keadaan objektif pada lapangan tanpa adanya memanipulasi dan jenis data yang di kumpulkan utamanya data kualitatif. Penelitian kualitatif deskriptif tujuannya agar memahami keadaan yang terjadi secara partisipan. Penelitian tersebut dilaksanakan melalui tahap mengumpulkan, mengelolah, dan menganalisis data pada perkataan yang diwawancarai serta perbuatan-perbuatan manusia tanpa adanya upaya memanipulasi data kualitatif yang di peroleh.

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan di bulan Juli sampai Agustus 2021. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Pemilihan lokasi tersebut di dasarkan dengan pertimbangan sebab peneliti bertempat tinggal di Kecamatan Suli sehingga memudahkan peneliti didalam melaksanakan penelitian.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subyek penelitian yakni pihak atau bagan yang dipakai di dalam mengumpulkan data penelitian yang nantinya akan diselidiki. Subyek/Informan didalam penelitian ini yakni pemilik usaha, karyawan Dapur Kue Gambung dan

konsumen/pelanggan sedangkan obyek penelitian ialah pokok pembahasan didalam penelitian ini yakni, Eksitensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung pada Masa Pandemi di Keamatan Suli Kabupaten Luwu.

B. Definisi Istilah

- Eksistensi merupakan keberadaan yang dipakai didalam memajukan atau meningkatkan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada agar lebih dikenal banyak orang.
- Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ialah usaha produktif milik orang perorangan dengan memiliki kriteria yang telah di atur didalam undang- undang.
- 3. Masa Pandemi ialah terjadinya wabah sebuah penyakit yang menelan banyak korban, serempak pada berbagai tempat, daerah maupun Negara. Sehingga pemerintah menganjurkan kepada masyarakat untuk tetap dirumah saja atau dalam bahasa lain yaitu lockdown dan menerapkan masyarakat untuk tetap menjaga jarak, memakai masker dan menjaga kebersihan dengan sering-sering mencuci tangan.

C. Desain Penelitian

Desain dengan di pakai didalam penelitian ini yaitu studi kasus. Studi kasus dilaksanakan dengan wawancara dan observasi menjadi tahap didalam mengumpulkan data dilapangan, sedang observasi menjadi teknik pengumpulan data.

D. Data dan Sumber Data

Terdapat dua sumber data dengan dipakai oleh peneliti didalam melakukan penelitian ini, yakni data primer dengan data sekunder.³⁰

- 1. Data Primer ialah sumber data penelitian dengan didapat dengan langsung pada sumber asli. Didalam hal ini termasuk pemilik toko Dapur Kue Gambung, karyawan melalui observasi dan wawancara. Dalam memperoleh data, peneliti melaksanakan wawancara pada pemilik, karyawan, serta konsumen toko Dapur Kue Gambung. Wawancara di laksanakan selama kurang lebih 20 menit sebanyak 2-3 kali.
- Data Sekunder ialah sumber penelitian data dengan di dapatkan dengan tidak langsung atau melalui perantara. Dalam hal ini termasuk buku, jurnal, koran, artikel, serta sumber data lainnya.

E. Instrumen Penelitian

Didalam penelitian kualitatif, dengan bertindak ataupun dengan menjadi sebagai instrument penelitian bahkan menjadi pengumpul data ialah peneliti itu sendiri. Adapun instrument lainnya selain manusia yang dipakai menjadi pendukung tugas peneliti yakni pedoman wawancara, buku catatan, serta alat rekam.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik yakni:

Burhan, "Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya", (Jakarta: Prenada Media, 2005): 43.

- 1. Observasi (pengamatan) dilakukan dengan cara mengamati keadaan Dapur Kue Gambung baik dalam hal penjualan sebelum, selama pandemi seperti sekarang ini. Pengamatan dilakukan dengan menggunakan pedoman observasi sebagai alat untuk mengamati Dapur Kue Gambung, baik penjual maupun pembeli. Selain itu, observasi dilakukan dengan melihat UMKM Dapur Kue Gambung di Kecamatan Suli, dan keberadaan Dapur Kue Gambung disaat pandemi yang masih tetap bertahan untuk melakukan bisnis tersebut.
- 2. Wawancara di laksanakan dengan dua belah pihak yakni pewawancara serta terwawancara. Percakapan dilakukan pada tujuan agar memperoleh informasi tentang UMKM Dapur Kue Gambung dengan keberadaannya di masa pandemi. Pedoman wawancara dibuat untuk memperoleh jawaban dari beberapa pertanyaan demi menghasilkan suatu penelitian yang valid. Pedoman tersebut sebagai salah satu instrumen untuk memperoleh informasi. Komponen yang akan diwawancarai antara lain pemilik Dapur Kue Gambung, karyawan, dan konsumen.
- 3. Dokumentasi dilakukan sebagai keperluan data penunjang yang tak kalah penting dengan teknik lain. Dokumen yang diperlukan berupa barang-barang tertulis seperti catatan, buku-buku, surat kabar, transkip, agenda serta lain-lainnya. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data, mencatat data-data yang sudah ada dan mengambil gambar data terbaru sebagai bukti hasil penelitian baik saat wawancara maupun observasi.

G. Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dapat di laksanakan melalui pengecekan data dengan triangulasi. Triangulasi di bedakan dengan dua bagian yaitu

triangulasi sumber dengan merupakan pengecekan data melalui cek, cek ulang serta cek silang. Pengecekan pertama melalui pelaksanaan wawancara pada satu ataupun bebrapa orang. Pengecekan ulang artinya melaksanakan wawancara ulang terhadap orang yang sama tetapi diwaktu yang berbeda. Sedangkan pengecekan silang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang sama dari orang yang berbeda. Triangulasi metode yang merupakan pemeriksaan keabsahan data dengan cara melakukan perbandingan hasil wawancara, observasi, hasil wawancara dengan wawancara, hasil wawancara dengan observasi, serta hasil observasi dan observasi. Pemeriksaan keabsahan data ini dilakukan untuk mengetahui alasan terjadinya perbedaan data yang diteliti.

H. Teknis Analilis Data

Metode analisis data yang dipakai didalam penelitian ini ialah analisis SWOT. Analisis SWOT ialah alat yang digunakan didalam menyusunkan faktor-faktor strategi perusahaan. Dimana SWOT tersebut bisa menjabarkan dengan jelas bagaimana peluang serta ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan bisa disesuaikan pada kekuatan serta kelemahan dengan dimilikinya. Analisis SWOT ini dapat dilaksanakan dalam produk yang dikeluarkan dari toko Dapur Kue Gambung. Hasil dari penelitian ini selain akan dianalisis memakai analisis SWOT peneliti juga memakai metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif ialah analisis data dengan tidak berwujud angka, namun berbentuk serangkaian informasi yang digali pada hasil penelitian namun masih berupa datadata dengan verbal ataupun masih didalam keterangan-keterangan saja. Data itu

memiliki peranan didalam menjelaskan dengan deskriptif sebuah permasalahan. Didalam hal itu dilaksanakan melalui tahap menjabarkan informasi-informasi dengan akurat yang didapatkan pada toko Dapur Kue Gambung. Adapun tahaptahap yang digunakan oleh analisis SWOT antara lain:

1. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Setelah faktor-faktor strategis internal sebuah perusahaan di identifikasi, sebuah tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) disusun didalam merumuskan faktor-faktor strategi internal itu didalam kerangka strength dan weakness perusahaan. Adapun tahap-tahapnya yakni :

- a. Tentukan faktor-faktor dengan menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan didalam kolom 1.
- b. Beri bobot tiap-tiap faktor tersebut pada skala mulai dengan 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), sesuai dengan dampak faktor-faktor tersebut pada posisi strategis perusahaan. (seluruh poin itu jumlahnya tidak boleh lebih dengan skor total 1,00).
- c. Berikan rating 1 sampai 4 untuk tiap-tiap faktor didalam menunjukan apakah faktor itu mempunyai kelemahan dengan besar (rating = 1), kelemahan dengan kecil (rating = 2), kekuatan dengan kecil (rating = 3), serta kekuatan dengan besar (rating = 4). Jadi intinya, rating mengacu terhadap perusahaan dan poin mengacu terhadap industri dimana perusahaan itu berada.
- d. Kalikan tiap-tiap bobot pada rating-nya agar memperoleh skor.
- e. Jumlahkan total skor tiap-tiap variabel.

Berapapun banyaknya faktor dengan dimasukan kedalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisaran diantara yang rendah 1,0 serta tertinggi 4,0 pada ratarata 2,5. Bila total rata-rata di bawah 2,5 mengindikasikan bahwa secara internal perusahaan lemah, dan billa total nilai di atas 2,5 menandakan posisi internal dengan kuat.³¹

- Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)
 Ada lima tahapan penyusunan matriks faktor strategi eksternal yakni :
- Tentukan faktor-faktor dengan menjadi peluang serta ancaman dalam kolom 1.
- b. Beri bobot tiap-tiap faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai pada 0,0
 (tidak penting). Faktor-faktor itu kemungkinan bisa memberi pengaruh
 pada faktor strategis. Jumlah semua poin harus sama dengan 1,0.
- c. Menghitung rating pada tiap-tiap faktor didalam memberi skala mulai dengan 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon diatas ratarata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon dibawah rata-rata). Rating ini sesuai dengan efektivitas strategi perusahaan, maka demikian nilainya sesuai dengan keadaan perusahaan.
- d. Kalikan tiap-tiap bobot pada rating-nya agar mendapat skor.
- e. Jumlahkan seluruh skor agar mendapat total skor perusahaan. nilai total ini menunjukan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi pada faktor-faktor strategis eksternalnya.

³¹ Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1999), 24.

Sudah tentu bahwa didalam EFAS matrix, kemungkinan nilai tertinggi total skore ialah 4,0 serta terendah ialah 1,0. Total skor 4,0 menandakan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada melalui cara dengan luar biasa serta menghindari ancaman-ancaman pada pasar industri. Total skor 1,0 menunjukan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang ataupun tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.³²

3. Diagram SWOT

Tahap berikutnya ialah menelah dengan diagram analisis SWOT yang membuatkan titik potong diantara sumbu X dengan sumbu Y, dimana nilai pada sumbu X didapatkan pada selisih diantara total strength dengan total weakness, dan pada nilai sumbu Y didapatkan pada selisih diantara total opportunity dengan total threat.

4. Matriks SWOT

Matriks SWOT yaitu alat-alat dengan di gunakan didalam mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini bisa menjabarkan dengan jelas bagaimana peluang serta ancaman eksternal dengan di miliki.

IAIN PALOPO

³² Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1999), 22.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskriptif Data

1. Gambaran Umum Dapur Kue Gambung

Dapur Kue Gambung merupakan suatu usaha mikro kecil menengah yang sudah berdiri sekitar 8 sampai 9 tahun. Usaha Dapur Kue Gambung beralamatkan di Jalan Poros Palopo-Makassar tepatnya pada Kelurahan Suli, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Dapur kue gambung mempunyai beberapa kue yang dijual, utamanya kue gambung yang merupakan salah satu makanan khas Luwu dengan paling banyak di minati dari pengunjung atau konsumen yang bisa dijadikan sebagai oleh-oleh ketika hendak menuju ke kota atau ke kampung. Hj. Salmah merupakan salah satu perintis usaha Dapur Kue Gambung dengan bermodalkan beberapa juta rupiah sehingga menjadi Dapur Kue Gambung yang cukup terkenal di wilayahnya. Sebagai perintis, Hj. Salmah bersama keluarga memproduksi, menjual, dan memasarkan kue tradisional khas Luwu tersebut.

Usaha Dapur Kue Gambung tetap bertahan dan selalu optimis untuk tetap menjalankan usaha tersebut. Meski usaha tersebut belum berpeluang menjadi usaha yang besar, tetapi dengan kegigihan dan keuletan pemilik usaha hingga akhirnya menjadi UMKM yang cukup terkenal. Namun, dengan proses bergulirnya waktu, dengan semangat dan kerja keras pemilik usaha

yang kini memiliki karyawan telah menemukan peluang menjadi usaha yang besar. Selain itu, semakin lama menjadi peluang usaha sehingga menjadi banyak pesaing yang menjual dan memproduksi kue gambung. Akan tetapi meski banyaknya penjual kue tradisional yang tetap menjadi pilihan adalah Dapur Kue Gambung milik Hj. Salmah. Nama Dapur Kue Gambung diberikan karena toko tersebut memproduksi kue gambung serta menjadikan doa supaya menjadi salah satu produksi kue tradisional yang terkenal, laris, dan dapat memasarkan hingga ke luar daerah Kabupaten Luwu.

Dapur kue gambung menyajikan aneka jajanan kue tradisional khas Luwu, berupa Kue Gambung Bolu cukke, Bagea, Baje Bandong, Dompo, Dodol, Curu- curu, Jipang, Roti Jintang, Teng-teng, yang terkenal lembut serta enak, terdapat pula kue Brownis dengan Bolu. Dapur Kue Gambung melakukan produksi sendiri beberapa produknya berupa kue gambung (rasa original,durian, kopyor serta pandan), bagea keju, kenari, bagea kacangserta bagea kelapa. Hj.Salmah didalam memiliki 23 karyawan, beberapa di antara mereka berstatus single parent serta sebagian besarnya ditempatkan dibagian produksi. Kue gambung diproduksi setiap satu minggu satu kali atau tergantung dari hasil produksinya yang terjual habis. Harga kue gambung terdiri dengan beragam macam berdasarkan pada besarnya kemasannya, dimulai dengan harga Rp. 10.000 (original), Rp. 13.0000 (durian), Rp. 20.000, Rp. 25.000, Rp. 30.000, Rp.35.000,dan Rp. 40.000. Keuntungan dengan didaptakan lumayan besar serta tidak di ragukan lagi karena Dapur Kue

Gambung melayani pembeli mulai pukul 06.00 wita hingga pukul 00.00 wita dan terbilang laris manis.

Pelanggan Dapur Kue Gambung rata-rata penumpang bus arah Makassar-Palopo atau Palopo-Makassar. Selain itu, terdapat dua perwakilan bus dengan sebagai langganan tetap yaitu, bus primadona serta bintang prima. Tidak hanya Bus, mobil angkutan umum yang melintas di daerah tersebut, juga menjadi langganan toko Dapur Kue Gambung. Kue dengan dijual ditoko Dapur Kue Gambung ini banyak di minati sebab sangat cocok dengan di jadikan sebuah oleh-oleh, parsel, bingkisan, serta bekal pada perjalanan jauh. Rasanya enak, memiliki aroma harum, serta tentunya mengenyangkan. Dengan varian kue tradisional ditoko Dapur Kue Gambung yang menjadi minat pembeli dan konsumen, serta untuk menemani sarapan pagi bersama secangkir teh hangat.

Dapur Kue Gambung mempunyai visi dengan misi yang kuat didalam menjadikan produksinya diminati oleh masyarakat sekaligus sebagai peluang usaha bagi UMKM di wilayah tersebut. Adapun visi misinya sebagai berikut:

1. Visi A PA LO PO

"Unggul pada bidang kuliner tradisional diberbagai daerah kota atau desa yang menyajikan beragam macam produk (kue tradisonal) pada kualitas tinggi, harga ekonomis, rasa dengan lezat dan pelayanan dengan murah sapa, senyum, dan santun untuk konsumen".

- 2. Misi
- a) Menjadi toko yang terdepan di bidangnya.

- Membuka lapangan pekerjaan dengan ahli serta kompeten di bidang kuliner tradisional.
- c) Memperkenalkan kue tradisional Luwu khususnya kue gambung pada masyarakat, baik didalam daerah maupun luar daerah.
- d) Meningkatkan mutu serta kualitas, mengutamakan prosedur didalam mengolah produk yang aman serta terjamin.
- e) Memperluas lapangan kerja pada masyarakat sekitar.

2. Deskripsi Gambaran Umum Eksitensi Dapur Kue Gambung pada Masa Pandemi

Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk mempertahankan eksitensi (keberadaan) usaha Dapur Kue Gambung dengan menggunakan faktor internal dan eksternal untuk melakukan sebuah wawancara antara lain :

a. Faktor Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal ialah sebuah analisis dengan mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan didalam sebuah perusahaan.

1) Kekuatan

Kekuatan ialah suatu keadaan dengan menjadi suatu kekuatan didalam organisasi. Sesuai dengan hasil analisis dengan sudah dilaksanakan, kekuatan yang di miliki toko Dapur Kue Gambung adalah sebagai berikut :

a) Produksi

Fungsi produksi sebuah usaha meliputi seluruh kegiatan dengan mengubah input menjadi barang ataupun jasa. Didalam proses produksi Dapur Kue

Gambung sangat mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loylitas konsumen. Anita karyawan toko Dapur Kue Gambung mengungkapkan :

" ditoko ini, kami selaku penjual sangat mengutamakan kualitas produk dalam memproduksi kue-kue yang dijual" 33

b) Penetapan Harga

Penetapan harga ialah proses menentukan nilai yang akan diterima produsen didalam pertukaran barang atau pun jasa. Metode pricing dilaksanakan didalam menyesuaikan biaya dengan ditawarkan produsen yang sesuai pada produsen dengan konsumen. Seperti yang dikatakan pemilik toko Dapur Kue Gambung Hj. Salmah menyatakan bahwa:

"Penetapkan harga yang dilakukan disini yaitu harga sudah di tetapkan dengan prosedur dan ditempelkan label agar pelanggan mudah melihat harganya tanpa bertanya lagi kepada karyawan dan juga pelanggan bisa melakukan negosiasi harga atau diberi diskon tergantung dari kue yang dipilih dan banyaknya kue yang di beli.³⁴

Berbeda dengan yang diungkapkan salah satu pelanggan atau konsumen Dapur Kue Gambung ibu Liana Sari mengatakan yaitu :

"Harga kuenya sesuai dengan produksi cita rasa dan variannya bahkan saya sendiri sebagai konsumen merasa murah apalagi di saat kuenya banyak dibeli maka pemilik atau karyawannya memberikan kami diskon atau bonus jadi serasa dikalangan konsumen atau pelanggan lainnya harganya pasti terjangkau". 35

c) Modal (Keuangan)

Modal ialah variabel dengan sangat penting didalam menjalani sebuah aktivitas bisnis terkait pada bagaimana perusahaan memperoleh modal usaha, melaksanakan investasi, penggunaan pembiayaan bisnis, serta perhitungan

Anita, Karyawan Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 Agustus 2021.

³⁴ Hj. Salmah, Pemilik Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 agustus 2021.

Luwu, Selasa 15 November 2021.

keuntungan dengan ingin di capai. Seperti dengan dikatakan oleh Hj. Salmah pemilik toko yaitu:

"Modal pertama yang digunakan yaitu Rp.25.000.000 dengan menggunakan modal pribadi pemilik usaha itu sendiri dan juga dengan modal sebesar itu sudah sesuai dengan keuntungan yang saya peroleh". 37

d) Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen

Kualitas pelayanan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang muncul sesudah melakukan perbandingan diantara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan pada kinerja (hasil) dengan diharapkan bila kinerja gagal memenuhi ekspetasi pelanggan tidak bakal puas, bila kinerja melebihi ekspetasi jadi pelanggan dapat merasa sangat puas.

Ibu anita selaku karyawan Dapur Kue Gambung mengatakan bahwa:

"Kami berusaha memberi kepuasan layanan ke setiap konsumen atau konsumen dan kami siap melayani dengan memberikan penjelasan dengan detail tentang produk, harga dll". 38

Hal inipun berdasar pada hasil wawancara pada Ibu Jumriah salah satu konsumen Dapur Kue Gambung menyatakakan bahwa:

"Pelayanannya disini sudah bagus, karyawannya ramah, baik dan sopan sehingga saya merasa sangat puas belanja kue disini"

e) Lokasi yang strategis

Lokasi ialah letak ataupun toko pengecer didalam daerah yang strategis hingga bisa memaksimalkan laba. Maka demikian yang dimaksud pada lokasi

³⁷ Hj.Salmah, Pemilik Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Kamis 12 Agusuts 2021.

³⁶ Sri Rahayu "Evaluasi Strategis Pengembangan Genteng Guna Meningkatkan Produktifitas Masyarakat Trenggalek" Jurnal Teknik Industri vol. 13, No. 1, September 2021

Anita, Karyawan Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 November 2021.

ialah tempat melaksanakan kegiatan dengan melayani pelanggan, kegiatan produksi, kegiatan penyimpanan, maupun di dalam mengendalikan aktivitas perusahaan dengan keseluruhan.

Pada hasil wawancara Ibu Jariah yang menjadi konsumen mengatakan bahwa:

"Lokasi toko dapur kue gambung menurut saya sudah startegis karena berada di bagian depan jalan raya tempat pesinggahan orang-orang yang mudik atau berpergian, jadi tidak susah untuk ditemukan tokonya". 39

Hal tersebut berdasar pada hasil wawancara pada Bapak Yusuf selaku pelanggan yakni:

"Lokasinya sangat strategis serta mudah untuk saya jangkau apalagi saya kalau bawa mobil penumpang bisa singgah istirahat beli kue atau air begitu juga dengan supir-supir mobil lainnya dan juga disini lengkap fasilitasnya sudah ada musholla juga untuk ditempati singgah sholat". ⁴⁰

Lokasi yang digunakan toko Dapur Kue Gambung saat ini berada di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu lokasi itu sudah sangat startegis sebab termasuk jalan dengan mudah diakses, sering dilalui pada masyarakat yang sedang melintas.

f) Penjualan atau Pemasaran

Penjualan produk atau jasa, yakni implementasi strategi dengan berhasil biasanya tergantung dengan kemampuan sebuah bisnis didalam menjual ataupun memasarkan beragam produk serta jasa. Anita karyawan toko Dapur Kue Gambung mengungkapkan :

"Disini kami memilik banyak varian kue yang dijual dan penjualan yang di lakukan dapur kue gambung diutamakan pelanggan tetap atau tidak

³⁹ Jariah, Pemilik Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 November 2021.

Yusuf, Konsumen, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 November 2021.

tetap bisa datang mengambil pesanannya bisa juga diantarkan bagi pelanggan yang memesan melalui media sosial dan pelanggan yang bukan tetap diantarkan langsung ke alamatnya biar merasa aman dan santai".⁴¹

g) Memiliki legalitas yang lengkap

Perusahaan terus terhubung pada pihak ketiga serta ingin melindungi perusahaan dengan dijalankan dengan jujur (*te goeder trouw*), jadi sangat penting makna legalitas sebuah perusahaan didalam aktivitas usaha. Legalitas sebuah perusahaan ataupun badan usaha ialah komponen yang amat penting, sebab legalitas ialah jati diri dengan mengesahkan ataupun melegalkan sebuah badan usaha sehingga diakui pada masyarakat. Toko Dapur Kue Gambung sendiri sudah memiliki legalitas yang lengkap memiliki nomor izin dari depertemen kesehatan. Hal tersebut berdasar pada hasil wawancara pada Ibu Jariah dengan menjadi pelanggan yakni:

"Sebab sudah memiliki nomor izin dari dapertemen kesehatan jadi saya tidak ragu lagi berbelanja di toko dapur kue gambung, selain enak, jadi dijamin kualitasnyami". 42

2) Kelemahan

Kelemahan ialah keadaan ataupun segala sesuatu hal yang menjadi kekurangan ataupun kelemahan yang ada didalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, suatu kelemahan ialah sesuatu hal yang wajar terdapat didalam organisai. Namun yang paling penting ialah bagaimana organisasi membangun seuatu peraturan hingga bisa meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada.

Jariah, Konsumen, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 Agustus 2021.

⁴¹ Anita, Karyawan Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 Agustus 2021.

Sesuai dengan hasil wawancara yang sudah dilakukan, dengan kelemahan yang dimiliki toko Dapur Kue Gambung yaitu :

a) Persaingan Dalam Industri

Persaingan antara perusahaan kadang ialah dengan paling hebat pada ke empat kekuatan kompetitif. Strategi dengan dilaksanakan pada perusahaan bisa berhasil hanya sejauh mereka memperoleh keunggulan kompetitif pada strategi yang dilaksanakan perusahaan pesaing.

Adapun hasil wawancara dengan Ibu Suaidah selaku karyawan toko Dapur Kue Gambung, yaitu:

"Dimana jumlah saingan banyak yang menjual produk yang sama dan memberikan harga yang relatif murah." .⁴³

b) Manajemen

Ada tiga tahapan utama didalam proses manajemen usaha yakni:

- (1) Membuat perencanaan (planning). Usaha Dapur Kue Gambung pun sangatlah memerlukan perencanaan dengan matang, tersusun dengan rapi dan tercatat. Perencanaan yang dilaksanakan toko Dapur Kue Gambung belum tersusun dengan baik serta belum dilaksanakan dengan tertulis, hingga menjadikannya tujuan yang ditentukan belum terukur secara jelas serta terarah.
- (2) Berikutnya yaitu proses pelaksanaan usaha. Didalam proses pelaksanaan seluruh sesuatu dikerjakan berdasar pada perencanaan yang sudah di buat sebelumnya. Pada proses pelaksanaan usaha Dapur Kue Gambung di

⁴³ Suaidah, Karyawan, Wawancara Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Kamis 5 Agusutus 2021

Kecamatan Suli Kabupaten Luwu tidak melakukan proses pelaksanaan usaha berdasar pada perencanaan sebab proses perencanaan tersebut sendiri masih belum maksimal.

(3) Proses pengawasan yang saya lakukan disini memuat semua kegiatan yang dilaksanakan didalam memastikan bahwa oprasi aktual searah pada oprasi yang direncanakan. Lalu pada tahap pengendalian ini pun belum di terapkan pada Dapur Kue Gambung.⁴⁴

c) Riset pemasaran

Ialah pengumpulan, pencatatan, serta penganalisaan data dengan sistematis perihal beragam permasalahan yang terkait pada pemasaran barang atau jasa. Dan juga dalam riset pemasaran Hj. Salmah Mengatakan bahwa:

"Riset pemasaran sudah sepenuhnya saya lakukan pada toko saya yang berada dikelurahan Suli kabupaten Luwu. Biasanya data dengan ada hanya pencatatan produk dengan sudah di jual dalam setiap diolah hanya saja jaringan pemasaran yang digunakan terbatas". 45

d) Teknologi

Didalam dunia usaha kemajuan teknologi ditandai pada adanya peralatan serta sarana dengan baik serta lebih modern. Lilis Karlina karyawan toko mengungkapkan bahwa:

"Di kelurahan Suli, khususya pada usaha dapur kue gambung belum menggunakan peralatan modern tetapi hanya saja peralatan yang sederhana dan lengkap dengan peralatan secara manual dapur kue gambung dapat bersaing didunia usaha dan pemasarannya telah melalui internet,.46

Kabupaten Luwu, Selasa 10 agustus 2021.

Hj. Salmah, Pemilik Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 agustus 2021.

⁴⁴ Hj. Salmah, Pemilik Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli

⁴⁶ Lilis Karlina, Karyawan, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 agustus 2021.

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh pemilik toko Dapur Kue Gambung mengungkapkan :

"Peralatan dapur yang kami gunakan secara sederhana hanya saja harga bahan baku dengan kami pakai biasa harganya naik hal ini dapat berpengaruh pada penjualan kami". 47

b. Faktor Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal ialah analisis yang dipakai didalam mengindentifikasi serta mengetahui apa saja dengan memengaruhi perusahaan pada lingkungan luar berupa peluang dengan ancaman. Analisis lingkungan Eksternal ialah sebuah analisis dengan mengidentifikasi peluang serta ancaman pada suatu perusahaan.

1) Peluang

a) Ikut serta dalam segala event

Ada banyak hal kegiatan dengan bisa dilaksanakan pada perusahaan didalam melaksanakan aktivitas promosinya salah satunya melalui tahap membuatkan ataupun mengikuti suatu event ataupun kegiatan pada tema serta sasaran tertentu. Dengan mengikuti kegiatan (event) serta kesertaan perusahaan (sponsorship) yang dilaksanakan tujuannya juga menjadi ajang promosi produk ataupun jasa dengan di miliki perusahaan. Hj. Salmah selaku pemilik toko pun mengatakan bahwa:

"Kami sering mengikuti even-even kuliner biasanya saya sendiri yang turun tangan mengikuti even tersebut dan ikut serta dalam sponsoran

⁴⁸ Panca Kurniasari, "Analisis Efesiensi Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Industri Kecil Kabupaten Kendal", Skripsi Program Sarjana Ekonomi Universitas Negri Malang, 2020

⁴⁷ Hj. Salmah, Pemilik Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 agustus 2021.

terkadang juga saya sendiri buat event agar masyarakat mengetahui contohnya oh ini loh dapur kue gambung hingga bisa lebih dekat pada masyarakat serta pula dengan adanya even yang dibuat ini itu lebih bagus karena menambah permintaan konsumen dipasaran". 49

b) Pemasaran melalui teknologi

Di toko Dapur Kue Gambung pemasarannya sudah menggunakan alat teknologi seperti pada wawancara oleh karyawan toko Lilis karlina mengatakan bahwa:

Kami disini selaku karyawan mengikuti kemajuan teknologi didalam menciptakan pemasaran produk dengan maksimal sehingga kami bisa melihat tingkat daya beli pada masyarakat dengan menggunakan teknologi dengan media sosial". ⁵⁰

Kemudian hasil tersebut berdasar pada wawancara pada Bapak Paulus selaku pelanggan dengan menyatakan bahwa:

"teknologi pemasaran di toko dapur kue gambung memang sudah maksimal ditambah lagi tempat jualannya ini sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleh-oleh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli dari situ juga dapat menambah minat daya beli masyarakat".⁵¹

2) Ancaman

Ancaman ialah keadaan eksternal yang bisa mengganggu kelancaran berjalannya suatu organisasi ataupun perusahaan. Ancaman bisa mencakup hal-hal pada lingkungan yang tidak memberi keuntungan untuk suatu organisasi. Sesuai dengan hasil wawancara yang sudah dilaksanakan, ancaman yang di miliki toko Dapur Kue Gambung adalah :

Lilis Karlina, Karyawan, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 November 2021.

⁴⁹ Hj. Salmah, Pemilik Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 agustus 2021.

⁵¹ Paulus, Konsumen, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 November 2021.

a) Strategi Produk

Produk Dapur Kue Gambung pada umumnya hampir sama pada produk oleh-oleh dengan terdapat di Kabupaten Luwu, hanya saja yang membedakannya produk seperti untuk makanan serta minuman yang membedakannya terutama di cita rasa makanan dan kemasannya, sebab produk itu ialah hasil produksi sendiri, seperti yang dikatakan oleh karyawan toko Anita menyatakan:

"Pada umumnya produk kita hampir semuanya sama pada usaha-usaha dengan sejenis disekitaran, tetapi memang terdapat beberapa dengan berbeda itupun dengan membedekannya hanya dengan makanan serta minuman yang membedakanya pada cita rasa sebab kalau produk itu sendiri namanya khas oleholeh Suli tetapi dengan membedakannya kualitas, rasa, kemasan serta harga lagi". ⁵²

b) Strategi Harga

Strategi harga dengan dasarnya harga produk makanan serta minuman yang mempunyai harga yang sama, hal itu guna menjamin persaingan usaha dengan sehat untuk antara pengusaha kuliner khas pada Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Hal tersebut diperkuat hasil wawancara yang dilaksanakan pada salah seorang karyawan toko Lilis Karlina mengatakan:

"Harga produk kami setara dengan bahan baku yang digunakan , dan promosi jualan kami sudah lumayan bagus tetapi kami tidak tahu di luar sana pengusaha lainnya dengan mempunyai produk yang sama pada kami apakah promosinya yang lebih baik". ⁵³

Berbeda dengan wawancara pemilik toko Dapur Kue Gambung Hj. Salmah mengatakan bahwa :

"Ketersediaan bahan baku serta harga bahan baku dengan bisa meningkat sewaktu-waktu dapat mempengaruhi nilai harga yang di jual apalagi di

⁵² Anita, Karyawan, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 November 2021.

Lilis Karlina, Karyawan, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 November 2021.

musim Covid-19 ini kami mencari bahan baku sangat susah apalagi harganya naik mana kalah penghasilan kami turun".⁵⁴

c) Strategi Promosi

Pada hasil wawancara promosi ialah aktivitas paling penting yang mempunyai peran aktif didalam memperkenalkan, memberitahukan serta menginformasikan sebuah produk supaya mendorong konsumen agar memakai ataupun membelinya. Didalam melakukan promosi produk Dapur Kue Gambung melakukan beberapa cara baik dengan langsung maupun secara tidak langsung yang memakai media sosial. Hasil wawancara pada karyawan toko Ibu Suaidah mengatakan bahwa :

"Untuk memasarkan produk dapur kue gambung kami memilki cara-cara tersendiri seperti melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat, ikut event-event serta melalui media sosial hanya saja kami tidak tau dengan menggunakan promisi yang kita lakukan itu apakah sudah maksimal atau tidak karena serasa usaha-usaha produk yang sama kami jual pastinya promosi usahanya yang lebih baik dari kita". ⁵⁵

B. Pembahasan

Analisis SWOT ialah alat dengan dipakai pada sebuah perusahaan didalam mengidentifikasi ataupun mengevaluasi faktor-faktor internal ataupun eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan meliputi dengan kekuatan serta kelemahan perusahaan. Sedangkan didalam faktor eksternal perusahaan itu meliputi dengan peluang serta ancaman perusahaan. Eksitensi usaha Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu sesuai dengan faktor lingkungan internal dengan eksternal strategi yang dipakai didalam faktor internal ialah strategi

⁵⁴ Hj. Salmah, Pemilik Toko, Wawancara, Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Selasa 10 November 2021.

Suaidah, Karyawan, Wawancara Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Kamis 10 November 2021

intensif, strategi tersebut membutuhkan usaha dengan intensif didalam melakukan peningkatan posisi eksitensi persaingan perusahaan dengan produk yang ada.

- 1. Analisis Lingkungan Internal
 - a Kekuatan (strength)
 - Nama brand Dapur Kue Gambung sudah banyak dikenal oleh banyak orang.
 - Harga produk kue gambung dan jenis kue lainnya yang terjangkau di kalangan peanggan.
 - Modal usaha dengan di keluarkan berdasar pada keuntungan yang di peroleh.
 - 4) Mengutamakan kualitas pada bahan baku.
 - 5) Mengutamakan kualitas produk pada pencapaian loyalitas pelanggan.
 - 6) Memberi bonus pada tiap pembelian pelanggan jika konsumen banyak beli.
 - 7) Penempatan toko dengan terletak di lokasi strategis.
 - 8) Strategi pemasaran dengan media sosial yang banyak di cenderungi dari ibu-ibu maupun anak-anak saat ini.
 - 9) Sudah memiliki nomor izin dari depertemen kesehatan
 - 10) Pelayanan karyawan toko bagus
 - b Kelemahan (weakness)
 - 1) Banyak pesaing pada penjualan produk yang sama.
 - Meningkatnya harga bahan baku saat ini yang memberi pengaruh pada naik turunnya penjualan.

- 3) Program manajemennya yang tidak tertulis
- 4) Jaringan pemasaran yang terbatas
- Peralatan Dapur Kue Gambung yang masih sederhana dan tidak memakai alat modern.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

- a Peluang (*opportunity*)
- 1) Mengikuti tiap kegiatan-kegiatan kuliner yang ada.
- 2) Mengikuti sebanyak permintaan pelanggan dipasaran.
- Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleh-oleh khas Selatan khususnya kabupaten Luwu Kelurahan Suli.
- 4) Mengikuti kemajuan teknologi didalam menciptakan pemasaran produk dengan maksimal.
- 5) Melihat tingkat daya -beli pada masyarakat.
- b Ancaman (threat)
- Perusahaan pesaing dengan banyak membuat produk yang lebih bervariasi.
- 2) Harga produk lebih murah dari pengusaha kue gambung lainnya.
- Ketersediaan bahan baku serta harga bahan baku dengan bisa meningkat sewaktu-waktu.
- 4) Adanya pendemi Covid-19 yang membuat penghasilan ikut turun.
- 5) Promosi dari usaha lain yang lebih baik.

Sesudah dilaksanakan analisis internal dengan eksternal, di ketahui hasil pada kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Seperti yang terlihat didalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Analisis SWOT pada Toko Dapur Kue Gambung

Kekuatan (Strength)

- sudah dikenal oleh banyak orang.
- b. Harga produk kue gambung dan jenis kue lainnya yang terjangkau pada kalangan pelanggan.
- c. Modal usaha dikeluarkan c. Program yang berdasar keuntungan pada yang didapatkan.
- d. Mengutamakan kualitas pada bahan e. Peralatan Dapur Kue Gambung baku.
- e. Mengutamakan kualitas produk pada pencapaian loyalitas pelanggan.
- f. Memberikan bonus pada pembelian pelanggan jika konsumen banyak beli.
- g. Penempatan toko yang terletak pada lokasi strategis.
- h. Strategi pemasaran dengan media yang banyak di cenderungi pada ibu-ibu maupun anak-anak saat ini.
- i. Sudah memiliki nomor izin dari depertemen kesehatan.
- Pelayanan karyawan toko bagus.

Kelemahan (Weakness)

- a. Nama brand toko Dapur Kue Gambung a. Banyak pesaing pada penjualan produk yang sama.
 - b. Meningkatnya harga bahan baku saat ini dengan memberi pengaruh pada naik turunnya penjualan.
 - manajemennya yang tidak tertulis
 - d. Jaringan pemasaran yang terbatas
 - yang masih sederhana dan tidak memakai alat modern.

Peluang (*Opportunity*)

- a. Mengikuti tiap kuliner yang ada.
- sebanyak b. Mengikuti permintaan pelanggan dipasaran.
- c. Menjadi pilihan utama perantau dengan singgah membelu oleh-oleh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli.
- d. Mengikuti kemajuan teknologi didalam menciptakan pemasaran produk dengan d. Adanya pendemi Covid-19 yang maksimal.
- e. Melihat tingkat daya beli pada masyarakat.

Ancaman (Threat)

- kegiatan-kegiatan a. Perusahaan pesaing yang banyak dengan membuat produk yang lebih bervariasi.
 - b. Harga produk lebih murah daripada Kue toko Dapur Gambung
 - c. Ketersediaan bahan baku serta harga bahan baku bisa yang meningkat sewaktu-waktu.
 - membuat penghasilan ikut turun.
 - e. Promosi pada usaha lainnya yang lebih baik.

3. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Sesudah faktor-faktor strategis internal sebuah perusahaan di identifikasi, sebuah tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) di susun didalam merumuskan faktor-faktor strategi internal itu didalam kerangka strength dengan weakness perusahaan. Tahapan-tahapnya yaitu:

- a. Tentukan faktor-faktor dengan menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan didalam kolom 1.
- b. Beri poin tiap-tiap faktor tersebut pada skala dimulai dengan 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), sesuai dengan dampak faktor-faktor itu pada posisi strategis perusahaan. (seluruh poin itu jumlahnya tidak boleh lebih dengan skor total 1,00).
- c. Berikan rating 1 sampai 4 untuk tiap-tiap faktor didalam menunjukan apakah faktor itu mempunyai kelemahan dengan besar (rating = 1),

kelemahan dengan kecil (rating = 2), kekuatan dengan kecil (rating = 3), serta kekuatan dengan besar (rating = 4). Jadi intinya, rating mengacuh terhadap perusahaan dan poin mengacu terhadap industri dimana perusahaan itu tereletak.

- d. Kalikan tiap-tiap poin pada rating-nya agar memperoleh skor.
- e. Jumlahkan total skor tiap-tiap variabel.

Berapapun banyaknya faktor dengan dimasukan kedalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisaran diantara yang rendah 1,0 serta paling tinggi 4,0 pada ratarata 2,5. Bila total rata-rata di bawah 2,5 mengindikasikan bahwa secara internal perusahaan lemah, dan billa jumlah nilai di atas 2,5 menandakan posisi internal dengan kuat.

Tabel 4.2 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (Strength)			
1.	Nama brand Dapur Kue Gambung sudah	0,09	3	0,27
	dikenal oleh banyak orang.			
2.	Harga produk kue gambung dan jenis kue	0,08	4	0,32
	lainnya yang terjangkau pada kalangan			
	pelanggan.			
3.	Modal usaha yang di keluarkan berdasar pada	0,09	4	0,36
	keuntungan dengan didapatkan.			
4.	Mengutamakan kualitas pada bahan baku.	0,08	3	0,24
5.	Mengutamakan kualitas produk untuk	0,10	4	0,40
	pencapaian loyalitas pelanggan.			
6.	Memberikan bonus disetiap pembelian	0,10	3	0,30
	konsumen jika konsumen banyak beli.		_	
7.	Penempatan toko yang terletak pada lokasi	0,07	3	0,21
	strategis.			
8.	Strategi pemasaran dengan media sosial yang	0,08	4	0,32
	banyak di cenderungi pada ibu-ibu maupun			
	anak-anak saat ini.			
9.	Sudah memiliki nomor izin dari depertemen	0,10	4	0,40
		1		L

	Kesehat	an			
10.	Pelayan	an karyawan toko bgus.	0,08	4	0,32
		Subtotal	0,87		3,14
		Kelemahan (Weakness)			
1.	Banya	knya pesaing pada penjualan produk	0,09	3	0,27
		yang sama.			
2.	Mening	katnya harga bahan baku saat ini yang	0,06	2	0,12
	mer	nberi pengaruh pada naik turunnya			
		penjualan.			
3.	Progra	nm manajemennya yang tidak tertulis	0,07	3	0,21
4.	Ja	aringan pemasaran yang terbatas	0,08	3	0,24
5.	Perala	tan Dapur Kue Gambung yang masih	0,09	3	0,27
	sederh	ana dan tidak memakai alat modern.			
		Subtotal	0,39		1,11
		Total	1,26		4,25

Pada hasil analisis didalam tabel 4.2 IFAS, faktor kekuatan dengan kelemahan mempunyai jumlah skor 4,25. Sebab jumlah skor kekuatan di atas 3,14 yang artinya bahwa mengindikasikan posisi internal di perusahaan relatif kuat didalam memanfaatkan beragam macam kekuatan yang dimiliki.

- 4. Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)
 - Terdapat lima tahapan penyusunan matriks faktor strategi eksternal yakni :
- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman.
- b. Beri poin tiap-tiap faktor dimulai dengan 1,0 (sangat penting) sampai pada
 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor itu kemungkinan bisa memberi pengaruh
 pada faktor strategis. Total semua poin harus sama pada 1,0.
- c. Menghitung rating pada tiap-tiap faktor didalam memberi skala dimulai dengan 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas ratarata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating tersebut

sesuai dengan efektivitas strategi perusahaan, maka dari itu nilainya sesuai dengan keadaan perusahaan.

- d. Kalikan tiap-tiap item pada ratingnya agar mendapat skor.
- e. Jumlahkan seluruh skor agar mendapat total skor perusahaan. jumlah total tersebut menunjukan bagaimana perusahaan tersebut bereaksi pada faktorfaktor strategi eksternalnya.

Sudah tentu bahwa didalam EFAS matrix, kemungkinan nilai paling tinggi total skor ialah 4,0 serta paling rendah ialah 1,0. Total skor 4,0 menandakan bahwa perusahaan memberi respon peluang yang ada melalui tahap yang luar biasa serta menghindari ancaman-ancaman pada pasar industri C Total skor 1,0 menunjukan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang ataupun tidak juga menghindari ancaman-ancaman eksternal.

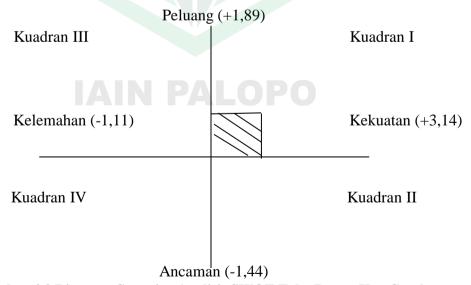
Tabel 4.3 Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang (Opportunity)			
1.	Mengikuti tiap kegiatan-kegiatan kuliner yang	0,12	4	0,48
	ada.			
2.	Mengikuti sebanyak permintaan pelanggan	0,09	3	0,27
	dipasaran.			
3.	Sebagai pilihan utama untuk perantau yang	0,10	4	0,40
	singgah membeli oleh-oleh khas di Selatan			
	khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli			
4.	Mengikuti kemajuan teknologi didalam	0,14	3	0,42
	menciptakan pemasaran produk dengan			
	maksimal.			
5.	Melihat tingkat daya beli pada masyarakat.	0,08	4	0,32
Subtotal		0,53		1,89
	Ancaman (Threat)			•
1.	Perusahaan pesaing yang banyak membuat	0,12	3	0,36
	produk yang lebih bervariasi.			
2.	Harga produk lebih murah dari toko Dapur	0,08	3	0,24

	Kue Gambung			
3.	Ketersediaan bahan baku serta harga bahan	0,10	4	0,40
	baku yang bisa meningkat sewaktu-waktu.			
4.	Adanya pendemi Covid-19 yang membuat	0,08	3	0,24
	penghasilan ikut turun.			
5.	Promosi pada usaha lainnya yang lebih baik.	0,10	2	0,20
	Subtotal	0,48		1,44
	Total	1,01		3,33

Pada hasil analisis didalam tabel 4.4 EFAS, faktor peluang dengan ancaman mempunyai total skore 3,33. Sebab total skor mendekati 4,0 yang artinya mengindikasikan bahwa perusahaan memberi respon peluang yang ada melalui tahap yang luar biasa serta menghindari ancaman-ancaman dipasar industri.

Kemudian nilai total skore pada tiap-tiap faktor bisa di rinci, kekuatan 3,14, kelemahan 1,11, peluang 1,89, ancaman 1,44. Jadi di ketahui selisih total skore faktor kekuatan dengan kelemahan ialah (+) 2,03, sedang selisih total skor faktor peluang serta ancaman ialah (+) 0,45. Berikut ini adalah gambar diagram Cartesius Analisis SWOT Dapur Kue Gambung :



Gambar 4.3 Diagram Cartesius Analisis SWOT Toko Dapur Kue Gambung

Pada gambar diagram *cartesius* tersebut, dengan jelas memperlihatkan bahwa toko Dapur Kue Gambung terdapat di kuadran growth dimana kuadran itu ialah keadaan yang sangat memberi keuntungan. Perusahaan itu mempunyai peluang serta kekuatan hingga bisa memanfaatkan peluang dengan adanya strategi yang mesti dilakukan didalam keadaan ini yaitu mendukung peraturan pertumbuhan dengan agresif (*Growth Oriented Strategy*), pada penerapan GOS itu perusahaan bisa memaksimalkan kekuatan yang di miliki dalam merebut beragam peluang yang ada hingga perusahaan bisa menyeimbangi pesaing lainnya yang mengeluarkan produk sejenis.

5. Matriks SWOT

Matriks SWOT yaitu alat-alat yang dipergunakan didalam mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks inipun bisa menjabarkan dengan jelas bagaimana peluang dengan ancaman eksternal yang di miliki. Matriks tersebut bisa memperoleh empat sel kemungkinan alternatif strategi yang bisa di lihat didalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4 Matriks SWOT

	Kekuatan (Strenght)	Kelemahan (Weakness)	
	N PALOPO		
	1. Nama brand Dapur Kue	1.Banyak pesaing pada	
	Gambung sudah dikenal oleh	penjualan produk yang	
	banyak orang.	sama.	
	2. Harga produk toko Dapur Kue	2.Meningkatnya harga	
	Gambung dan jenis kue	bahan baku saat ini yang	
EFAS	lainnya dengan terjangkau di	sama halnya memberi	
	kalangan pelanggan.	pengaruh pada naik	
	3. Modal usaha yang di	turunnya penjualan.	
IFAS	keluarkan berdasar pada	3.Program manajemennya	
	keuntungan yang didapatkan.	yang tidak tertulis	
	4. Mengutamakan kualitas pada	4.Jaringan pemasaran	

	bahan baku.	yang tarbatas
		yang terbatas 5.Peralatan Dapur Kue
		_
	loyalitas pelanggan.	sederhana dan tidak
	6. Memberi bonus pada tiap	memakai alat modern.
	pembelian pelanggan jika	
	konsumen banyak beli.	
	7. Penempatan toko yang	
	terletak pada lokasi strategis.	
	8. Strategi pemasaran dengan	
	media sosial yang banyak di	
	cenderungi dari ibu-ibu	
	maupun remaja saat ini.	
	9. Sudah memiliki nomor izin	
	dari depertemen kesehatan.	
	10.Pelayanan karyawan toko	
	bagus.	
OPPURTUNITY	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1. Mengikuti tiap	1. Meningkatkan mutu produk	1.Perbaikan manajemen
kegiatan-kegiatan	untuk menarik pelanggan	untuk mengatasi SDM.
kuliner dengan ada.	1	
Kullilei deligali ada.	baru.	2.Selalu mengikuti
2. Mengikuti banyaknya		
		beragam kegiatan
2. Mengikuti banyaknya	2. Mengutamakan kualitas	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya
2. Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran.	2. Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama 	2. Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang 	2. Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan.	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli. 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan pada 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selerah ataupun
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli. Mengikuti kemajuan 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan pada media sosial supaya lebih 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selerah ataupun permintaan pelanggan
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli. Mengikuti kemajuan teknologi didalam 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan pada 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selerah ataupun
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli. Mengikuti kemajuan teknologi didalam menciptakan pemasaran 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan pada media sosial supaya lebih 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selerah ataupun permintaan pelanggan
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli. Mengikuti kemajuan teknologi didalam menciptakan pemasaran produk dengan 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan pada media sosial supaya lebih 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selerah ataupun permintaan pelanggan
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli. Mengikuti kemajuan teknologi didalam menciptakan pemasaran produk dengan maksimal. 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan pada media sosial supaya lebih 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selerah ataupun permintaan pelanggan
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli. Mengikuti kemajuan teknologi didalam menciptakan pemasaran produk dengan maksimal. Melihat tingkat daya 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan pada media sosial supaya lebih 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selerah ataupun permintaan pelanggan
 Mengikuti banyaknya permintaan pelanggan dipasaran. Sebagai pilihan utama untuk perantau yang singgah membeli oleholeh khas pada Selatan khususnya kabupaten Luwu kecamatan Suli. Mengikuti kemajuan teknologi didalam menciptakan pemasaran produk dengan maksimal. 	 Mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli dan permintaan pelanggan. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan pada media sosial supaya lebih 	beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama. 3.Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selerah ataupun permintaan pelanggan

- Perusahaan pesaing yang banyak membuat produk yang lebih bervariasi.
- 2.Harga produk lebih murah dari toko Dapur Kue Gambung
- 3.Ketersediaan bahan baku serta harga bahan baku yang bisa meningkat sewaktuwaktu.
- 4.Adanya pendemi Covid-19 yang membuat penghasilan ikut turun.
- 5.Promosi pada usaha lainnya yang lebih baik.

- 1. Mempertahankan harga produk Dapur Kue Gambung yang terjangkau supaya tidak kalah saing pada perusaahaan yang mengeluarkan produk yang sama.
- 2. Menjalin kesepakatan soal harga antar konsumen.
- 3. Mengutamakan loyalitas pelanggan dengan menciptakan pelayanan dengan baik.
- 4. Melakukan percobaan agar mendapatkan pilihan bahan baku yang berkualitas disaat harga bahan baku naik.

- 1.Menciptakan produk yang lebih variatif dengan memperhatikan kualitas pada bahan baku.
- 2.Melakukan peningkatan kualitas layanan pada tiap toko.
- 3.Menggunakan media internet untuk menganalisis pasar dan memasarkan produk dengan menggunakan media sosial yang ada.

Sesuai dengan analisis tersebut menunjukan bahwa kinerja perusahaan bisa ditetapkan dari kombinasi faktor internal dengan eksternal. Kombinasi kedua faktor itu ditunjukan didalam diagram hasil analisis SWOT dibawah ini:

a. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi SO ialah gabungan pada faktor internal (*Strength*) dengan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi tersebut di buat sesuai pada jalan pikir perusahaan, yakni melalui memanfaatkan segala kekuatan didalam merebut serta memanfaatkan peluang sebanyak-banyaknya. Strategi ini yang di tempuh dari toko Dapur Kue Gambung yaitu :

- 1) Meningkatkan mutu produk agar menarik pelanggan baru.
- Mengutamakan kualitas produk didalam melihat daya beli dan permintaan pelanggan.

- 3) Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru.
- Meningkatkan promosi dengan membuat iklan di media sosial agar lebih banyak lagi dikenal oleh banyak orang.

b. Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ST ialah gabungan pada faktor internal (*Strength*) dengan faktor eksternal (*Threat*), strategi tersebut di buat didalam memakai kekuatan yang di miliki perusahaan didalam mengatasi ancaman. Strategi ini yang di tempuh dari toko Dapur Kue Gambung yaitu :

- Mempertahankan harga produk kue gambung dan jenis kue lainnya dengan terjangkau supaya tidak kalah saing pada perusaahaan yang mengeluarkan produk dengan sama.
- 2) Menjalin kesepakatan soal harga antar konsumen.
- 3) Mengutamakan loyalitas pelanggan melalui menciptakan layanan dengan baik.
- 4) Melakukan percobaan agar mendapatkan pilihan bahan baku yang berkualitas disaat harga bahan baku meningkat.
- c. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi WO ialah gabungan pada faktor internal (*Weakness*) dengan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi tersebut di terapkan sesuai dengan pemanfaatan peluang yang ada melalui cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang di tempuh dari toko Dapur Kue Gambung yaitu:

1) Perbaikan manajemen untuk mengatasi SDM.

- Selalu mengikuti beragam kegiatan kuliner yang ada supaya tidak kalah saing pada pesaing yang mengeluarkan produk yang sama.
- Meningkatkan variasi produk yang ada didalam dengan melihat selera ataupun permintaan pelanggan dipasaran.

d. Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi WT ialah gabungan pada faktor internal (*Weakness*) dengan faktor eksternal (*Threat*), strategi tersebut disesuaikan dengan aktivitas yang sifatnya defensif dengan berupaya meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman. Strategi WT yang di tempuh pada toko Dapur Kue Gambung yaitu:

- Menciptakan produk yang lebih variatif yang memperhatikan kualitas pada bahan baku.
- Menggunakan media internet untuk menganalisis pasar dan memasarkan produk dengan menggunakan media sosial yang ada.
- 3) Lebih meningkatkan kualitas pelayanan di toko Dapur Kue Gambung.

Sesuai dengan hasil analisis SWOT tersebut didapatkan bahwa pada matriks IFAS menunjukan faktor kekuatan dengan kelemahan mempunyai total skor 4,25. Hal tersebut mengindikasikan bahwa usaha pada toko Dapur Kue Gambung terdapat diposisi internal dengan begitu kuat. Kemudian, pada matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang dengan ancaman mempunyai total skor 3,33. Hal tersebut mengindikasikan bahwa usaha pada toko Dapur Kue Gambung bisa merespon peluang yang ada melalui tahap yang luar biasa serta menghindari ancaman dengan terdapat dipasar industri. Adapun didalam diagram cartesius ditunjukan bahwa toko Dapur Kue Gambung terdapat di kuadran *Growth*

Oriented Strategy dimana kuadran itu ialah kondisi yang sangat memberi keuntungan. Setelah menggandengkan kekuatan dan peluang ataupun strategi SO, jadi didapatkan faktor kekuatan dengan harus di pertahankan agar dapat mengambil peluang dengan ada. Penggandengan strategi ST menunjukan bahwa perusahaan perlu memaksimalkan kekuatan didalam mengatasi ancaman dengan ada. Strategi WO, memanfaatkan peluang dengan ada melalui meminimalkan kelemahan perusahaan. Dan strategi WT dengan mengharuskan perusahaan agar bisa meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman.

Pada dasarnya bisnis didalam memasarkan produk di anggap menjadi media upaya dengan sifatnya material agar mencapai tujuannya yakni melalui peningkatan penghasilan perusahaan. Salah satu upaya dengan harus dilaksanakan pada perusahaan mesti dapat meningkatkan penghasilannya yakni mesti melakukan peningkatan pengembangan usaha tersebut.

IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Mepertahankan eksitensi Dapur Kue Gambung pada masa pandemi dengan melihat permasalahan-permasalahan yang dihadapi usaha kuliner Dapur Kue Gambung, maka perlu adanya strategi yang sifatnya intensif yakni strategi didalam meningkatkan dan mempertahankan posisi didalam persaingan usaha, dan strategi yang sifatnya diferensiasi yakni strategi didalam melakukan peningkatan kualitas produk ataupun melaksanakan inovasi baru untuk melakukan peningkatan nilai jual pada produk tersebut. Melalui penggunaan analisis SWOT yang ada di toko Dapur Kue Gambung penerapan strategi di perusahaan itu memakai *Growth Oriented Strategy*. Hal tersebut karena, didalam diagram cartesius analisis SWOT di tunjukan bahwa nilai total skor paling tinggi tereletak di kuadran pertama dimana kuadran itu ialah kondisi yang sangat memberi keuntungan. Toko Dapur Kue gambung mempunyai banyak peluang serta kekuatan hingga bisa merebut serta memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi beragam ancaman yang dapat mempertahankan eksitensinya.

Adapun Strategi yang di gunakan yaitu:

1. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi SO ialah gabungan pada faktor internal (*Strength*) dengan faktor eksternal (*Opportunity*), Strategi SO yang ditempuh dari toko Dapur Kue Gambung yaitu :

- a. Meningkatkan mutu produk agar menarik pelanggan baru.
- b. Mempertahankan kinerja perusahaan dengan bisa membuka cabang baru.
- Mengutamakan kualitas produk melalui melihat daya beli dan permintaan pelanggan.
- d. Lebih meningkatkan promosi dengan membuat iklan di media sosial agar lebih banyak dikenal banyak orang.
- 2. Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ST ialah gabungan pada faktor internal (*Strength*) serta faktor eksternal (*Threat*), Strategi ST dengan ditempuh oleh toko Dapur Kue Gambung yaitu:

- a. Mempertahankan harga produk kue gambung dan jenis kue lainnya dengan terjangkau supaya tidak kalah saing pada perusaahaan yang mengeluarkan produk dengan sama.
- b. Menjalin kesepakatan soal harga antar konsumen.
- Mengutamakan loyalitas pelanggan melalui menciptakan layanan dengan baik.
- d. Melakukan percobaan agar mendapatkan alternatif bahan baku yang berkualitas disaat harga bahan baku meningkat.
- 3. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi WO ialah gabungan pada faktor internal (*Weakness*) dengan faktor eksternal (*Opportunity*), Strategi WO yang ditempuh oleh toko Dapur Kue Gambung yaitu:

- a. Perbaikan manajemen untuk mengatasi SDM.
- b. Selalu mengikuti beragam event kuliner dengan ada supaya tidak kalah saing pada pesaing dengan mengeluarkan produk yang sama.
- c. Meningkatkan variasi produk yang terdapat melalui melihat selera ataupun permintaan pelanggan pada pasaran.
- 4. Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi ini ialah gabungan pada faktor internal (*Weakness*) dengan faktor eksternal (*Threat*), Strategi WT yang ditempuh oleh toko Dapur Kue Gambung yakni:

- a. Menciptakan produk yang lebih variatif yang memperhatikan kualitas pada bahan baku.
- Menggunakan media internet untuk menganalisis pasar dan memasarkan produk dengan menggunakan media sosial yang ada.
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan di Toko Dapur Kue Gambung.

B. Saran

Sesuai dengan hasil penelitian maka saran dengan di ajukan berikut ini:

 Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dipakai menjadi bahan perbandingan referensi pada penelitian dengan peneliti berikutnya bisa melaksanakan penelitian yang berhubungan pada eksistensi usaha mikro kecil menengah (UMKM) didalam meningkatkan minat pembeli.

- 2. Pemerintah agar tetap memperhatikan UMKM demi membantu kebutuhan perekonomian masyarakat dalam membuka usaha di daerah maupun di kota. Perlu mendukung kegiatan tersebut sebagai peluang usaha masyarakat supaya tidak terjadinya pengangguran diwilayahnya.
- 3. Pelanggan atau konsumen untuk memberikan komentar yang baik yang bersifat memotivasi produsen sehingga dapat memproduksi kue tradisional lainnya. Selain itu, pelanggan perlu memberikan kritik dan saran yang membangun untuk tetap eksis UMKM diberbagai daerah sebagai peluang pekerjaan demi meningkatkan perekonomian masyarakat.
- 4. Mahasiswa diharapkan mampu menciptakan produk khas tradisional yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha melalui pemasaran langsung atau ecommerce. Sebagai generasi penerus bangsa maka mahasiswa harus mampu menciptakan lapangan pekerjaan buat masyarakat yang ada disekitarnya.

IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim Albukhari Alja'fi, *Shahih Bukhari*, Juz. 3, No. 215, Bairut-Libanon: Darul fikri, 1981.
- Afrizal. Metode Penelitian Kualitatif; Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Amelia, Meri Nur dkk.*E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia.* Prosiding: SNATIF, Universitas Negeri Semarang, 2017.
- Ardiansyah, Fidi. Implementasi Penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Sektor UMKM (Studi pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Cabang Batu). Jurnal Ilmiah, Universitas Brawijaya Malang, 2016.
- Anggit Dyah Kusumastuti, "Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Eksistensi Bisnis UMKM Dalam mempertahankan Business Continuty Managemen", Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8 No. 3,2020.
- Arifin, Zainal. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineke Cipta, 2009.
- Burhan, "Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya", Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Banurea Nurfazri, "Strategi Pemasaran Produk Parfum dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus pada TOA' Perfume Jl. SM. Raja Sidikalang)", (Skripsi, program S1Fakultas Ekonomi UIN Sumater Utara, 2017.
- Conference on Innovation and Application of Science and Technologi, Universitas Widyagama Malang, 2019.
- Dryanto, Manajemen Pemasaran, Bandung: Satu Nusa, 2011.

- Dakhoir, Ahmad. Eksistensi UMKM dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, Vol. 14, No. 1, 2018.
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Haryono, Amirul Hadi. *Metodologi Penelitian Pendidikan II*. Bandung: Pustaka Setia, 2007.
- Hermawati, Adya, Rahayu Puji Suci, Suhermin, dan Kartika Dewi.

 Pendekatan Analisis Swot Salah Satu Strategi Membangun Kinerja UMKM.
- Hudayana, Bambang. *Pemberdayaan Masyarakat Bunga Rampai Antropologi Terapan*. Cet. 1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Quran Transiterasi Perkata Dan Terjemahan, Jakarta : Cipta Bagus Sagara, 2012.
- Milles, Mattew B. dan Michael A. Huberman. Analisis Data Kualitatif.
- Maskarto Lucky Nara Rosmadi, "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19", Jurnal IKRA-ITH Ekonomika 4, no. 1, 2021.
- Maritfa Nika dan Muhammad Mukti, "Kajian Ekstiensi Pasar Tradisonal", Jurnal, Kota Surakarta. Jurnal Teknik PWK, Vol. 2, No. 2, 2018.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Nurtain. Analisis Item. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2010.
- Nurussama, dan Guntoro Barovih. Pelatihan dan Pendampingan kepada Pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Produsen Pia Kota Palembang. Comvice: Journal of Community Service, PalComTech, Palembang, Vol. 2, No. 2, 2018.
- Nursakinah, "Strategi Pengembangan Industri Kuliner Kreatif Berbasis IT dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus pada Rumah Blepots Jl. Medan Area Selatan Gg. Puri No. 8/909 a)", (Skripsi, program S-1 Fakultas Ekonomi UIN Sumatera Utara, 2017), 23 November 2021, http://repository.uinsu.ac.id/5198/1/SKRIPSI%20HIDAYATI%20F AUZIAH%20P_EKI.pdf

- Nita Zarotul Nisa, "Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Prespektif Teori Tindak==an Sosial Max Weber", Skripsi Fakultas Ilmu Sosial,2021.
- Penerjemah: Rohendi Rohidi. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.
- Panca Kurniasari, "Analisis Efesiensi Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Industri Kecil Kabupaten Kendal", Skripsi Program Sarjana Ekonomi Universitas Negri Malang, 2020.
- Prasetyo, Deni Widyo. *Pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah* (UMKM) Konveksi Desa Karobelah Mojoagung-Jombang. Comvice: Journal of Community Service, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jombang, Vol. 2, No. 1, 2018.
- Pratama, Dian dkk. Inovasi Pemasaran Melalui Banyuwangi Mall dalam Upaya Eksistensi Produk Lokal dengan Sasaran Wisatawan. Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, dan UMKM, Universitas Airlangga Surabaya, Vol. 2, No. 1, 2019.
- Purwanto, Nuri dan Chusnul Rofiah. *Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif bagi Masyarakat di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang*. Comvice: Journal of Comunity Service, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dewantara Jombang, Vol. 1, No. 1, 2017.
- Ramayanti, Rizka dan Novita. Perkembangan Kinerja UMKM Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. Proceedings: Profesionalisme Akuntan Menuju Sustainable Busines Practice, Bandung, 2017.
- Rifai, Syamsul. *Buku Ekonomi Peminatan Ilmu Sosial*.Cet. I, Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Rohim, Abd, dan Indra Kurniawan. Manajemen Usaha dan Produksi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Carang Wulung
- Wonosalam. Comvice: Journal of Community Service, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jombang, Vol. 1, No. 1, 2017.
- Rosmadi, Maskarto Lucky Nara. "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*4, no. 1 (24 Mei 2021): 125, https://journals.upi-yai.ac.id.
- Setiawan, Budi dan Simon De Lagarde. Edukasi Blockchain sebagai Solusi Bisnis Masa Depan bagi Pelaku UMKM di Kota

- *Palembang*. Jurnal Abdimas Mandiri, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang, Vol. 3, No. 2, 2019
- Sri Rahayu "Evaluasi Strategis Pengembangan Genteng Guna Meningkatkan Produktifitas Masyarakat Trenggalek" Jurnal Teknik Industri vol. 13, No. 1, September 2021.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cet. XVIII; Bandung: Alfabeta, 2013.
- TamaraAngelica, "Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Mandir Tabungan Bisnis" Jurnal Riset Bisnis dan Manejemen Vol, 4 No 13, (Universitas Sam Ratulangi 2017), November 23, 2021, https://docplayer.info/30093320-Implementasianalisis-swot-dalam-strategi-pemasaran-produk-mandiri-tabungan-bisnis-abstract.html
- Tan, Siti Sehat. Eksistensi Lembaga Keuangan Mikro-Agribisnis pada UMKM Berbasis Petani. Bogor: Peneliti pada Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, 2017.
- Taufik dan Eka Avianti Ayuningtyas, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online, Jurnal Pengembang Wiraswasta", Jurnal Vol. 22 No. 01, 2020.

IAIN PALOPO



Lampiran 1: Surat Izin Penelitian



Lamp

PEMERINTAH KABUPATEN LUWU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jl. Opu Daeng Risaju No. 1, Belopa Telpon : (0471) 3314115

245/PENELITIAN/03.01/DPMPTSP/VII/2021

Kepada Yth. Lurah Suli Tempat

Biasa Perihal: Izin Penelitian

> Berdasarkan Surat Dekan Institut Agama Islam Negeri Palopo : B 70/In.19/FEBI.04/KS.02/06/2021 tanggal 17 Juni 2021 tentang permohonan Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Resky Winalda Tempat/Tgl Lahir Suli / 21 Oktober 1998 Nim 16.0401.0016

Jurusan Ekonomi Syariah Alamat Jl. Andi Tadda Kelurahan Suli Kecamatan Suli

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul

EKSISTENSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DAPUR KUE GAMBUNG PADA MASA PANDEMI DI KELURAHAN SULI KABUPATEN LUWU

Yang akan dilaksanakan di KELURAHAN SULI, pada tanggal 14 Juli 2021 s/d 17 Agustus 2021

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujul kegiatan dimaksud dengan

- 1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
- 2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
- 3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 4. Menyerahkan 1 (satu) examplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
- 5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.



Diterbitkan di Kabupaten Luwu Paga tanggat: 14 Juli 2021 Kepala Dinas

Pangkat : Pembina Tk. I IV/b NP 019641231 199403 1 079

- 1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
- 2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
- 3. Dekan Institut Agama Islam Negeri Palopo; 4. Mahasiswa (i) Resky Winalda;
- 5. Arsip.

PEDOMAN WAWANCARA

A. PEMILIK DAN KARYAWAN TOKO

- Menurut Anda, selama ini produk apa sajakah yang dijual oleh toko dapur kue gambung?
- 2. Apakah yang membedakan produk yang dijual toko dapur kue gambung dengan pesaingnya?
- 3. Bagaimana harga yang ditawarkan toko dapur kue gambung kepada konsumennya?
- 4. Bentuk promosi apa sajakah yang dilakukan oleh toko dapur kue gambung?
- 5. Sejak kapan took dapur kue gambung didirikan?
- 6. Menurut Anda apakah kekuatan (strength) yang dimiliki toko dapur kue gambung? Mengapa demikian?
- 7. Menurut anda, adakah perbedaan jumlah penjualan sebelum pandemi dan setelah pandemi seperti sekarang ini?
- 8. Menurut Anda apakah kelemahan (weakness) yang dimiliki toko dapur kue gambung? Mengapa demikian?
- 9. Menurut Anda apakah kesempatan (opportunity) yang dihadapi oleh toko dapur kue gambung?
- 10. Menurut Anda apakah ancaman (threat) yang dihadapi oleh toko dapur kue gambung?
- 11. Bagaimanakah karyawan dalam melayani konsumen?

- 12. Untuk kedepan pengembangan usaha semacam apakah yang akan dilakukan oleh pihak toko dapur kue gambung untuk mempertahankan eksitensinya?
- 13. Bagaimanakah sistem transaksi dan produk yang dijual took dapur kue gambung termasuk produk dengan jumlah massal / kecil, dan termasuk desain produk khusus / tidak? Mengapa?
- 14. Bagaimanakah hubungan antara pihak toko dapur kue gambung dengan pihak karyawannya?

B. KONSUMEN

- 1. Menurut anda, apa yang menjadi kekuatan toko Dapur Kue Gambung?
- 2. Apa yang menjadi kelemahan toko ini?
- 3. Bagaimana dengan harga yang ditawarkan oleh toko ini?
- 4. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen?
- 5. Apa yang mendorong anda untuk tetap belanja ditoko ini?
- 6. Menurut anda, bagaimana produk yang dihasilkan oleh toko ini?
- 7. Menurut anda, bagaimana dengan lokasi toko dapur ini, apakah dengan adanya toko ini dapat membantu anda? Apakah lokasinya strategis?
- 8. Menurut anda, apa peluang yang dimiliki dari toko ini?
- 9. Menurut anda, apakah kue gambung yang di hasilkan toko ini berbeda rasanya pada saat sebelum pandemi dan setelah pandemi seperti sekarang ini ?
- 10. Apa saran anda untuk meningkatkan penjualan toko dapur kue gambung?
- 11. Bagaimana pelayanan yang diberikan?
- 12. Apakah produk yang dihasilkan, sesuai dengan kemauan konsumen?
- 13. Apa yang membedakan toko ini dengan yang lainnya?

Lampiran 3 : Keterangan Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama

H) SALMAH

Pekerjaan

: PEMILIK TORO DAPUR KUE GAMBUNG

Menerangkan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama NIM

: Resky Winalda

: 16 0401 0016 Program Studi : Ekonomi Syariah

Pekerjaan

: Mahasiswi

Benar telah melakukan wawancara dengan kami, sehubungan dengan penyelesaian penelitian skripsi yang berjudul Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung pada Masa Pandemi di Kelurahan Suli Kabupaten Luwu.

> Palopo, 20 Agustus 2021 Yang Menerangkan

> > HJ . SALMAH Pemilik Toko

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama

YUSUF

Alamat

Maros

Pekerjaan

Konsumen / Dembeu

Benar telah melakukan wawancara dengan saudara (i)

Nama

Resky Winalda

Nim

16.0401.0016

Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi

Ekonomi Syariah

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melakukan wawancara dalam penelitiannya dan sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "EKSISTENSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DAPUR KUE GAMBUNG PADA MASA PANDEMI DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU"

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Suli, Agustus 2021

Yang menetapkan

IAIN PALOPO

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Liona Sori

Alamat : Palopo

Pekerjaan : Konsumen/Pembeu

Benar telah melakukan wawancara dengan saudara (i)

Nama : Resky Winalda

Nim : 16.0401.0016

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melakukan wawancara dalam penelitiannya

dan sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "EKSISTENSI USAHA MIKRO

KECIL MENENGAH DAPUR KUE GAMBUNG PADA MASA PANDEMI DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU"

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Suli,15 november 2021

Yang menetapkan

Llana Sari

Konsumen / Pembeli

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama

: Suaidah

Alamat

: JL and Toddo Suy

Pekeriaan

: Karyawan Dapur Kue Gambung

Benar telah melakukan wawancara dengan saudara (i)

Nama

Resky Winalda

Nim

16.0401.0016

Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi

Ekonomi Syariah

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melakukan wawancara dalam penelitiannya

dan sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "EKSISTENSI USAHA MIKRO

KECIL MENENGAH DAPUR KUE GAMBUNG PADA MASA PANDEMI DI

KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU"

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

IAIN PALOPO

Suli, Agustus 2021

Yang menetapkan

Caryawan Dapur Kue Gondu

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : JariaH

Alamat : Beiopa

Pekerjaan : Konsumen / Pembeli

Benar telah melakukan wawancara dengan saudara (i)

Nama : Resky Winalda

Nim : 16.0401.0016

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melakukan wawancara dalam penelitiannya dan sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "EKSISTENSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DAPUR KUE GAMBUNG PADA MASA PANDEMI DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU"

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Suli, Juli 2021

Yang menetapkan

Konsumen / Pembeu

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anitq

Alamat : JL. andı tadda Suu

Pekerjaan : Koryawan Dapur Kue Gambung

Benar telah melakukan wawancara dengan saudara (i)

Nama : Resky Winalda

Nim : 16.0401.0016

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melakukan wawancara dalam penelitiannya

dan sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "EKSISTENSI USAHA MIKRO

KECIL MENENGAH DAPUR KUE GAMBUNG PADA MASA PANDEMI DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU"

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Suli, Duli 2021

Yang menetapkan

Anita

Karvawan Dapur Kue Gambung



SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO NOMOR: 470 TAHUN 2021

TENTANG

PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHRI SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAM ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

: a. bahwa demi kelancaran proses pengujian tugas akhir skripsi bagi mahasiswa Program S1, Menimbang

maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah; b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat

Keputusan Rektor.

1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional; Mengingat

Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;

3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;

4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi

IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja

Memperhatikan : Penunjukan penguji dari ketua prodi

MEMUTUSKAN

: KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI Menetapkan

TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SI INSTITUT AGAMA ISLAM

NEGERI PALOPO

: Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana Pertama

yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.

Tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa adalah : mengoreksi, mengarahkan,

menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.

Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada

DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2021.

: Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan

pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat

kekeliruan di dalamnya.

Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana

mestinya

Ditetapkan di : Palopo : 18 Oktober 2021 Pada Tanggal

Rektor Gekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Ketiga

Tembusan :

1. Kabiro AUAK;

Pertinggal;
 Mahasiswa yang bersangkutan;

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NOMOR : 470 TAHUN 2021 TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

I. Nama Mahasiswa : Rezky Winalda NIM : 16 0401 0016

> Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

: Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung pada Masa Pandemi di Kelurahan Suli Kabupaten Luwu. II. Judul Skripsi

III. Tim Dosen Penguji

: Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Ketua Sidang

: Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Sekretaris

: Muzayyanah Jabani, ST., M.M. Penguji Utama (I)

Pembantu Penguji (II) : Hamida, SE.Sy., ME.Sy.

Palopo, 18 Oktober 2021



Lampiran 5: Halaman Persetujuan Tim Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung Pada Masa Pandemi di Kelurahan Suli Kabupaten Luwu yang di tulis oleh Resky Winalda Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0016, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Jumat, tanggal 5 November 2021 bertepatan dengan 29 Rabiul Awal 1443 H telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan padasidang ujian *Munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.

Ketua Sidang

2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

Sekretaris Sidang

3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.

Penguji I

4. Hamida, SE. Sy., ME. Sy.

Penguji II

5 Dr. Hj. Ramlah M., M.M.

Pembimbing I/Penguji

6. Dr. Fasiha, M.EI

Pembimbing II/Penguji

tanggal

tanggal:

tanggal:

tanggal:

tanggal:

tanggal:

Lampiran 6 :Nota Dinas Tim Penguji

Muzayannah Jabani, ST., M.M. Hamida, SE. Sy., ME. Sy. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Dr. Fasiha, M. EI.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp.

Hal : Skripsi a.n Resky Winalda

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikumwr.wb.

Setelah menelah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama :Resky Winalda

NIM 16 0401 0016

Program Studi : EkonomiSyariah

Judul Skripsi : Eksitensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung Pada Masa Pandemi di Kelurahan Suli Kabupaten

Luwu

Maka skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Wassalamu alaikum Wr.wb.

1. Muzayannah Jabani, ST., M.M.

Penguji I

2. Hamida, SE. Sy., ME. Sy.

Penguji II

3. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.

Pembimbing I

Dr. Fasiha, M.EI Pembimbing II Tanggal

Tanggal

Tangga

Tanggal

Lampiran 7: Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul "Eksitensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung pada masa Pandemi di kelurahan Suli Kabupaten Luwu" yang ditulis oleh:

Nama

: Resky Winalda

NIM

16 0401 0016

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi

: Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Ramlah, M.M.

NIP: 196102081994032001

MP: 49810213206042002

Tanggal

Tanggal

Dr. Hj. Ramlah, M.M. Dr. Fasiha, M.El.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. Hal

: Skripsi a.n Resky Winalda

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wh.

Setelah menelah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Resky Winalda NIM 16 0401 0016

NIM 16 0401 0016
Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Eksitensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue

Gambung pada masa Pandemi di kelurahan Suli Kabupaten Luwu

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hi, Ramlah, M.M.

NIP: 196102081994032001

NIP: 19810213206042002

Tanggal

Tanggal

Lampiran 9 :Dokumentasi













Lampiran 10 : Turnitin

Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung Pada Masa Pandemi Di Kelurahan Suli Kabupaten Luwu

ORIGINALITY REPORT	
	0% JDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES	
repository.uinsu.ac.id Internet Source	9
digilibadmin.unismuh.ac.id	2
repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2
repository.radenintan.ac.id Internet Source	2
repository.syekhnurjati.ac.id	<1
Submitted to UIN Sunan Kalijaga Yogyakart	^{ta} <1
7 idr.uin-antasari.ac.id PO	<1
Submitted to Universitas Muhammadiyah Ponorogo Student Paper	<1
ojs.unida.ac.id	

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. : -

Hal : skripsi an. Resky Winalda

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Resky Winalda
NIM 16 0401 0016
Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung Pada Masa Pandemi di Kelurahan Suli Kabupaten Luwu

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

 Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

 Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi

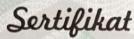
 Abdul Kadir Arno, SE.Sy., M.Si tanggal:

2. Kamriani, S.Pd.

tanggal: 21 Maret 2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO PANITIA PELAKSANA ORIENTASI PENGENALAN AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN



Nomor

Diberikan kepada:

RESKY WINALDA

sebagai:

PESERTA

Dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo Tahun 2016 yang diselenggarakan pada tanggal 29 s.d. 31 Agustus 2016 di Kampus IAIN Palopo.

Mengetahui: Rektor IAIN Palopo,

Dr. ABDUL PIROL, M.Ag. NIP 19691104 199403 1 004 PAS PHOTO 3 x 4 Palopo, 01 September 2016 Ketua Panitia Pelaksana,

Dr. H. HARIS KULLE, Le., M.A.

Dipindai dengan CamScanner

Lampran 13 : Surat Keterangan Martikulasi



RIWAYAT HIDUP



Resky Winalda, Lahir di Kelurahan Suli, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Pada tanggal 21 Oktober 1998. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Ayah bernama Sofyan (almarhum) dan Ibu bernama Mispa.

Penulis bertempat tinggal di Jalan Agatis, Kelurahan Balandai, Kecamatan Bara, Kota Palopo, Sulawesi Selatan.Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 di SD Negeri 4 Tangkalasi. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Suli dan dapat menyelesaikan pendidikan pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang SMK Mitra Utama Suli dengan mengambil jurusan Perbankan dan lulus pada tahun 2016. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sarjana pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Contact person penulis: reskywinalda22@gmail.com