

**STRATEGI RASIONAL PELAKU UMKM PENGGUNA
LAYANAN MITRA GO FOOD (STUDI DESKRIPTIF
PADA PELAKU UMKM KULINER AYAM
GEPREK DI KOTA PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) 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
2023**

**STRATEGI RASIONAL PELAKU UMKM PENGGUNA
LAYANAN MITRA GO FOOD (STUDI DESKRIPTIF
PADA PELAKU UMKM KULINER AYAM
GEPREK DI KOTA PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

ASTIKA
17 0401 0132

Pembimbing:

Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Astika
Nim : 17 0401 0132
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

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

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Palopo, 05 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Astika

NIM 17 0401 0132

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek di Kota Palopo) yang ditulis oleh Astika Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0132, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 19 Januari 2023 Miladiyah bertepatan dengan 26 Jumadil Akhir 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 11 September 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S. HI., M.HI. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.EI., M. EI. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA. Ek. | Penguji I | () |
| 4. Nurdin Batjo, S. Pt., M. MM. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S. EI., MA. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S. HI., M.HI.
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Muhammad Alwi, S.Sy., M.EI.
NIP 198907152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go-Food (Studi Deskriptif Pelaku UMKM Ayam Geprek di Kota Palopo)” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat serta salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah Swt, sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan dari berbagai pihak walaupun penulisan ini masih jauh dari kata sempurna.

Penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua saya, Ayahanda Maesar, Ibunda Hamida yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah swt. Memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moral maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak

mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berkah dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo, Prof.Dr.Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Takdir, SH.,M.H. Wakil Dekan I, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III Ilham, S.Ag.,MA. dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.EI. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. selaku Ketua program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo beserta para dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak memberi arahan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan, bimbingan serta masukan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy.,MA.Ek.Dan Nurdin Batjo, S.Pt.,M.M selaku Penguji 1 dan Penguji 2 yang telah memberikan arahan dan masukan dalam rangka penyelesaian skripsi.
6. Humaidi, S.E.I., M.M. selaku Penasihat Akademik.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.Ag, beserta staf yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
8. Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang turut adil dalam penyusunan skripsi ini, yang juga banyak memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Saudara-saudariku dan seluruh keluarga yang selama ini membantu dan tak henti untuk selalu mendo'akan dalam penyelesaian skripsi ini. Mudah-mudahan Allah SWT mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
10. Kepada para pelaku UMKM kuliner ayam geprek di Kota Palopo, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian.
11. Kepada sahabat-sahabatku, terimakasih telah menjadi sahabat yang setia untuk menemani, menerima setiap keluh kesah dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2017 Ekonomi Syariah C yang selama ini selalu memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini dan berjuang bersama-sama, saling menyemangati, saling mendukung yang

akan menjadi salah satu kenangan terutama dalam proses penyusunan skripsi ini.

13. Kepada semua pihak yang telah membantu demi kelancaran dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih yang sebesar-besarnya.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan merekamendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. Dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Penulis menyadari bahwa karya yang terlahir dari ketidak sempurnaan, dengan ini penulis berharap saran dan kritik demi kesempurnaan karya ini di masa mendatang. Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Aamiin Ya Rabbal Alamiin.

Palopo, 05 Maret 2023


ASTIKA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

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

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
ؤ	<i>ḍammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	<i>fathah dan yā</i>	Ai	a dan i
يَو	<i>kasrah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ اِي	<i>fathah dan alif atau yā</i>	Ā	a dan garis diatas
إِ	<i>kasrah dan yā</i>	Ī	i dan garis diatas
أُ	<i>dammah dan wau</i>	Ū	u dan garis diatas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā' marbūṭah

Transliterasi untuk *tāmarbūṭah* ada dua, yaitu: *tāmarbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tāmarbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tāmarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tāmarbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةَ الْأَطْفَالِ : raudah al-aṭfāl

الْمَدِينَةَ الْفَاضِلَةَ : al-madīnah al-fādilah

الْحِكْمَةَ : al-ḥikmah

5. *Syaddah (Tasydid)*

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

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā

نَجَّيْنَا : najjainā

الْحَقِّ : al-haqq

نُعْمَ : nu'ima

عُدُّوْ : 'aduwwun

Jika huruf *bertasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

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

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَسْفَافَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

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

Contoh :

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

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

Contoh:

Syarḥ al-Arba'in al-nawāw

Risālah fī Ri'āyah al-maṣlahah

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata 'Allah' yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā marbutāh* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-Jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُفِيرَ حَمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

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

Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-laz\i unzila fih al-Qur'an

Naşr al-Din al-Tūsi

Naşr Hāmid Abū Zayd

Al- Tūfi

Al-Maṣlahah fi al-Tasyri' al-Islāmi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak/)

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan
Abu>

(bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama
terakhir itu

harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau
daftar referensi.

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abu al-Walid Muhammad

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid
(bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:



swt.	: <i>subhānahū wa ta'ālā</i>
saw	: <i>sallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
QS	: <i>Qurān surah</i>
Cet	: Cetakan
Terj.	: Terjemahan
Vol.	: Volume
No.	: Nomor
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
RI	: Republik Indonesia
KBBI	: Kamus Besar Bahasa Indonesia
M	: Masehi
H	: Hijriyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR AYAT.....	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Terdahulu yang Relevan	7
B. Landasan Teori	10
C. Kerangka Pikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	35
C. Sumber Data	36
D. Subjek/Informan Penelitian.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Pemeriksaan Keabsahan Data	39
G. Teknik Analisis Data	40
H. Defenisi Istilah	43
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	45
A. Deskripsi Data	45
B. Hasil Penelitian.....	47
C. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat QS Al-Baqarah/2: 276	29
---	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data Informan	36
-----------	---------------------	----



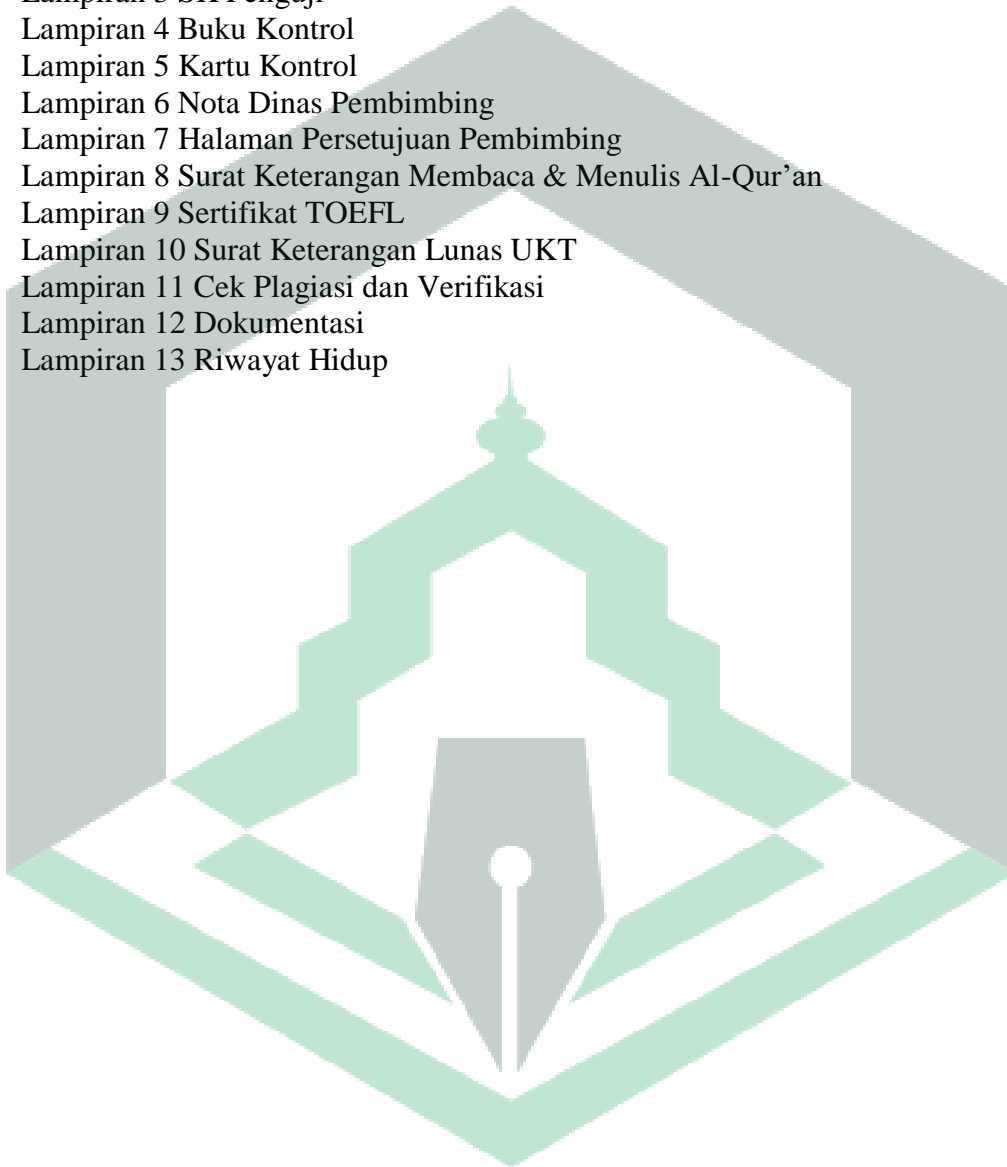
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 34



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 SK Penguji
- Lampiran 4 Buku Kontrol
- Lampiran 5 Kartu Kontrol
- Lampiran 6 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 8 Surat Keterangan Membaca & Menulis Al-Qur'an
- Lampiran 9 Sertifikat TOEFL
- Lampiran 10 Surat Keterangan Lunas UKT
- Lampiran 11 Cek Plagiasi dan Verifikasi
- Lampiran 12 Dokumentasi
- Lampiran 13 Riwayat Hidup



ABSTRAK

Astika, 2022. *“Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo)”*. Skripsi Program Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh. Ruslan Abdullah.

Skripsi ini membahas tentang Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo). Penelitian bertujuan untuk mengkaji mengapa layanan mitra Go Food sangat dibutuhkan bagi pelaku usaha UMKM kuliner ayam geprek, untuk menerapkan strategi rasional bagi pelaku UMKM kuliner ayam geprek, dan memanfaatkan sumber daya yang dapat diakses dalam pengembangan bagi pelaku usaha ayam geprek di Kota Palopo.

Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder dengan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Instrumen penelitian ini atau alat yang digunakan untuk mengambil data dalam penelitian adalah handphone untuk dokumentasi serta untuk rekam suara. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

Dari hasil penelitian ini yang pertama, Layanan Mitra Go Food Sangat dibutuhkan bagi Pelaku Usaha UMKM Kuliner ayam geprek di kota Palopo untuk mengembangkan usahanya karena melalui Go-Food usaha kulinernya dapat tersebar luas dapat dikenali di semua penjuru kota Palopo bahkan di luar kota Palopo. Dahulunya hanya mempromosikan hasil produknya secara tradisional dari mulut-kemulut seiring waktu jaman sudah modern dan para pengusaha kuliner ayam geprek di kota palopo memutuskan untuk bergabung dengan layanan Go Food untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Dan yang kedua penerepan strategi rasional yaitu mempromosikan produk melalui medial sosial seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook dan promosi dari Gojek dengan layanan Go Food untuk mengembangkan sebuah usaha dan memperoleh keuntungan yang maksimal dan memanfaatkan rumah sebagai tempat usaha.

Kata Kunci : Pelaku UMKM Ayam Geprek, Layanan Go Food, Strategi Rasional.

ABSTRACT

Astika, 2022. "*Rational Strategy for MSMEs Using Go Food Partner Services (Descriptive Study on MSME Actors for Geprek Chicken Culinary in Palopo City)*". Thesis of the Islamic Economics and Business Faculty of Islamic Economics Program Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muh. Ruslan Abdullah.

This thesis discusses the Rational Strategy of MSME Actors Using Go Food Partner Services (Descriptive Study on MSME Actors for Geprek Chicken Culinary in Palopo City). This study aims to examine why Go Food partner services are needed for geprek chicken culinary SMEs, to implement rational strategies for geprek chicken culinary SMEs, and to utilize accessible resources in the development of fried chicken business actors in Palopo City.

This study uses a qualitative descriptive approach to qualitative. Sources of data in this study were obtained from primary data sources and secondary data with observation, documentation and interview techniques. The instrument of this research or the tool used to collect data in the study is a cell phone for documentation and for voice recording. The data analysis technique used is data reduction, data presentation, and conclusion drawing or data verification.

From the results of this study, Go Food Partner Services are in great need for SMEs Culinary geprek chicken in the city of Palopo to develop their business because through Go-Food their culinary business can be spread widely and can be recognized in all corners of the city of Palopo even outside the city of Palopo. Previously, only promoting their products traditionally by word of mouth over time has become modern and the entrepreneurs of geprek chicken culinary in Palopo city have decided to join the Go Food service to get maximum profit. And the implementation of a rational strategy, namely promoting products through social media such as Whatsapp, Instagram and Facebook and promotions from Gojek with Go Food services.

Keywords: Geprek Chicken SMEs Actors, Go Food Services, Rational Strategies.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UMKM diatur dalam Undang-Undang (UU) Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. Dalam bab 1 pasal 1 dari undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagai diatur dalam UU Nomor 20 tahun 2008. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung atau tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU.

Kondisi perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan UMKM. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi.¹

¹Irsyadul ibal,” *Strategi Rasional Pelaku UMKM Kuliner Dalam Layanan Mitra Go Food(Studi Deskriptif Pada pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya)*”, (Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 2019), 03. <http://repository.unair.ac.id/88010/5/JURNAL%20IRSYADUL%20IBAD%20OF.pdf><http://journal.unair.ac.id/filerP>

Pemberdayaan UMKM ditengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumberdaya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).²

UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia peranan UMKM selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi pengangguran. Tumbuh dan berkembangnya usaha kecil dan menengah menjadikannya sebagai pertumbuhan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat. Menyadari pentingnya peran UMKM, maka upaya pemberdayaan UMKM dalam rangka percepatan pembangunan ekonomi daerah dan pusat serta peningkatan daya saing produk UMKM.³

Pada era globalisasi pada saat ini, perkembangan teknologi sangat berperan penting dalam dunia bisnis dan sangat dibutuhkan dalam bidang usaha

² Sudaryanto, " *The Need For ICT-Education For Manager or Agribusinessman To Increasing Farm Income: Study Of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Fram Agribusiness*. (Internasional Journal of Education and Depeloment, JEDICT, Vol 7 No 1 hal. 56-67)

³ Ni Nyoman Sunariani, AAN. Oka Suryadinatha, Ida IDM Rai Mahaputra, " Jurnal Ilmiah Manajemen," *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali*, Volume 2, NO. 1, Tahun 2017. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/149>

kuliner ataupun konsumen agar kebutuhan mereka terpenuhi, sebagaimana data APJII (Asosiasi pengguna Jasa Internet di Indonesia). Yang menyatakan bahwa teknologi dan informasi di Indonesia semakin canggih jika dilihat dari pengguna internet, lebih dari 50% atau sekitar 143 juta orang dari 262 juta penduduk Indonesia saat ini yang telah terhubung dengan jaringan internet. Semakin canggihnya teknologi akhir-akhir ini membuat manusia berlomba-lomba untuk membuat suatu aplikasi yang bisa memberikan dampak kemudahan bagi manusia untuk membantu proses berbelanja, salah satunya yaitu GO-Jek. Go-Jek awalnya merupakan salah satu sebuah layanan booking ojek secara online melalui aplikasinya yang bisa di download melalui smartphone. Salah satu fitur yang ada dalam aplikasi Go-Jek yaitu Go-Food dimana Go-Food merupakan salah satu fitur layanan food delivery layaknya delivery order di sebuah rumah makan. Hanya menggunakan smartphone dan membuka fitur Go-Food di aplikasi Go-Jek konsumen bisa dapat langsung memesan makanan di rumah makan atau restaurant yang sudah berkerjasama dengan Go-Jek.⁴

Strategi Rasional merupakan cara untuk memaksimalkan usahanya demi mendapatkan keuntungan. Menurut Popkin (1979) (dalam Rustinsyah, 2009:27). Strategi Rasional merupakan orang yang rasional yang ingin memaksimalkan usahanya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi (uang).⁵

⁴ Sriwahyuni, "Analisis Dampak Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku usaha Kuliner Di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan)," (Sumatra Utara: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2020), 2. <http://repository.uinsu.ac.id/9920/>

⁵ Popkin, Samuel L, "Petani Rasional, Sjahrir Mawi, Penerjemah (Jakarta: Yayasan Padamu Negeri, 1997)

Strategi Rasional yaitu salah satu upaya pelaku UMKM kuliner untuk memanfaatkan potensi konsumen dalam suatu daerah. Dimana salah satunya di Kota Palopo untuk mengetahui strategi apa saja yang akan dilakukan pelaku UMKM kuliner ayam geprek dalam meningkatkan penjualan hasil olahan ayam Geprek di Kota Palopo dengan bekerjasama dengan jasa pengantaran dan transportasi berbasis online di kota Palopo yaitu Go-Jek melalui fitur layanan Go-Food. Adapun pelaku usaha kuliner ayam geprek di kota Palopo lebih memilih bekerja sama dengan layanan Go-Food agar usaha yang dijalankan bisa berkembang dan usaha tersebut bisa dikenal di semua kalangan masyarakat. Adapun Pelaku usaha kuliner ayam geprek di kota Palopo yang bekerja sama dengan layanan mitra Go-Food menurut data sumber data observasi yaitu Ayam Geprek Jendud, ayam geprek budiah, ayam geprek kia, ayam geprek Radit, Ayam geprek Nahyam, dan Ayam geprek Mbak Jawa. Ayam geprek maknyus, dan ayam geprek ondeng. Pelaku usaha kuliner tersebut bekerjasama dengan Go-Food dan adapun juga sebagian pelaku menjualnya melalui via Whatsapp, Instagram, Facebook, akan tetapi lebih mementingkan dengan Go-Food agar lebih cepat sumber aksesnya.

Secara lebih spesifik, permasalahan dasar yang dihadapi UMKM adalah Pertama, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh sumber –sumber permodalan yang memadai. Ketiga, kelemahan dibidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (pandem informasi pemasaran).

Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. Keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil (Kuncoro, 2009).⁶

Dari penjabaran di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Strategi Rasional Pelaku UMKM Dalam Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo)*”.

B. Rumusan Masalah

1. Mengapa Layanan Mitra Go Food Sangat di Butuhkan Bagi Pelaku Usaha UMKM Kuliner ayam geprek di kota palopo Untuk Mengembangkan Usahanya?
2. Bagaimana Strategi Rasional Pelaku Usaha UMKM kuliner ayam geprek di kota Palopo Untuk Mengembangkan Usahanya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Mengapa Layanan Mitra Go Food Sangat di Butuhkan Bagi Pelaku Usaha UMKM Kuliner Ayam Geprek di Kota Palopo Untuk Mengembangkan Usahanya.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Rasional Pelaku UMKM kuliner ayam geprek di kota Palopo untuk mengembangkan usahanya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

⁶ Kuncoro, M, "Dasar-Dasar Ekonomi Pembangunan Edisi 5, (Yogyakarta :STIM YKPN)

Penelitian ini berguna untuk memperluas wawasan berpikir kita sebagai bahan perbandingan apa yang kita dapat selama masa perkuliahan dapat diterapkan di masyarakat dan menerapkan sejauh mana teori-teori yang kita dapat selama ini pada masa perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pelaku UMKM ayam geprek di kota palopo untuk bagaimana cara menerapkan strategi rasional untuk mengembangkan usahanya.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Terdahulu Yang Relevan

Merupakan penelitian yang digunakan sebagai referensi oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini dan dimanfaatkan untuk memperlihatkan keaslian maka penelitian tidak melakukan penjiplakan dari penelitian terdahulu. Untuk itu, peneliti secara ringkas akan memaparkan hasil dari penelitian terdahulu yang dijadikan referensi bagi peneliti.

1. Penelitian Irsyadul Ibad dengan skripsi tentang “*Strategi Rasional Pelaku UMKM Kuliner Dalam Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya)*”. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Sumber datanya merupakan data primer dan sekunder. Di mana hasil penelitian pengusaha dapat memaksimalkan keuntungan, dan dapat dilihat dari segi strategi yang diambil untuk memperoleh keuntungan ekonomi yang maksimal, memperhitungkan untung dan rugi, memanfaatkan sumber daya yang dapat diakses, dan melakukan pendekatan keputusan, dimana para pengusaha mengambil langkah strategi mana yang lebih tepat dengan mendatangkan hasil dan keuntungan berupa keputusan yang secara rasional dengan tanpa harus mengalami kerugian dengan memutuskan bergabung

dengan mitra Go food.⁷ Dalam penelitian ini mempunyai kemiripan dengan penelitian penulis dimana sama-sama membahas tentang strategi rasional pelaku UMKM dalam layanan mitra go food, dan sama-sama merupakan penelitian kualitatif. Dan yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu yaitu objek dan lokasi penelitian.

2. Penelitian Ika Hanifa Rahmawati dengan skripsi tentang “*Penerapan Strategi Rasional Pada Pengusaha Kerajinan Cor Kuningan Guna Mengatasi Kendala Usaha Di Desa Bejijong Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto*”. Dengan menggunakan penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber datanya merupakan data primer dan sekunder. Dimana penelitian mendapatkan hasil penelitian dengan menerapkan strategi rasional yang digunakan yaitu menggunakan uang tendon, kredit Bank, gadai, berhutang pada krabat, pemilihan system pembayaran bahan baku, dan mempertahankan tenaga kerja. Dimana strategi tersebut diterapkan agar memaksimalkan keuntungan, memperhitungkan untung dan rugi, memanfaatkan sumber daya yang dapat diakses, dan melakukan pendekatan keputusan berdasarkan kemampuan dan berbagai sumber alternatif sebagai pilihan yang paling rasional atau menguntungkan.⁸ Dalam penelitian ini memiliki persamaan

⁷Irsyadul ibal,” *Strategi Rasional Pelaku UMKM Kuliner Dalam Layanan Mitra Go Food(Studi Deskriptif Pada pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya)*”,(Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga , 2019),06-14 <http://repository.unair.ac.id/88010/5/JURNAL%20IRSYADUL%20IBAD%20F.pdf><http://journal.unair.ac.id/filerP>

⁸Ika Hanifah Rahmawati,”*Penerapan Strategi Rasional Pada Pengusaha Kerajinan Cor Kuningan Guna Mengatasi Kendala Usaha Di Desa Bejijong Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto*”, (Mojokerto: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 2019), 4. http://repository.unair.ac.id/88343/5/JURNAL_IKA%20HANIFAH%20RAHMAWATI_.pdf

dengan peneliti yaitu dari segi metode penelitian tujuan penelitian. Sedangkan yang menjadi pembeda yaitu penelitian terdahulu berfokus pada penerapan strategi rasional pada pengusaha kerajinan cor kuningan. Sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada strategi rasional pada pelaku umkm dalam layanan mitra go food.

3. Penelitian Iqe Putri Rahmawati dengan skripsitentang "*Strategi Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Batik Gajah Mada Di Desa Mojosari Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung (Prespektif Teori Moral – Rasional)*". Dengan menggunakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan sumber data primer dan sekunder. Dimana hasil penelitiannya memperlihatkan strategi pengusaha batik untuk mengembangkan usahanya yaitu melibatkan tenaga kerja keluarga, mengambil modal dari pinjaman bank, mengembangkan usaha dari segi pemasaran, menjalin baik dengan rekan bisnis, memasarkan produk melalui medsos, dan mengikuti pameran.⁹ Dalam penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yaitu dari segi metode penelitian tujuan penelitian. Sedangkan yang menjadi pembeda yaitu penelitian terdahulu berfokus pada strategi pengusaha dalam mengembangkan usahanya kecil batik gajah mada. Sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada strategi rasional pada pelaku umkm dalam layanan mitra go food.

⁹Iqe Putri Rahmawati, "*Strategi Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Batik Gajah Mada Di Desa Mojosari Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung (Prespektif Teori Moral – Rasional)*", (Surabaya: Universitas Airlangga, 2018), 285. <http://repository.unair.ac.id/79453/>

B. Landasan Teori

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Defenisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Pembahasan mengenai usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) meliputi defenisi ataupun kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), jenis dan bentuk usaha yang akan didirikan. Dengan memahami hal tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) akan mempunyai sesuatu pedoman yang jelas dalam mendirikan, menjalankan, dan mengembangkan usahanya serasional mungkin. Adapun defenisi Usaha Mikro Kecil dan menengah Menurut Para ahli sebagai berikut.¹⁰

Menurut Basri ,Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.¹¹

Menurut R.W. Suparyanto dalam Basri menyatakan bahwa Usaha mikro kecil dan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki,

¹⁰Hanny Maharani, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Wilayah Bogor Timur*, (Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, 2018,), 5. <https://core.ac.uk/download/pdf/270137282.pdf>

¹¹Basri, Yuswar Zainul dan Nugroho, Mahendro, *Ekonomi Kerakyatan: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dinamika Dan Pengembangan*. (Jakarta: Universitas Trisakti, 2009),15

dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.¹²

Sedangkan menurut Bank Dunia dalam Basri Usaha kecil merupakan usaha gabungan atau usaha keluarga dengan tenaga kurang dari 100 orang, termasuk meskipun di dalamnya usaha tersebut hanya dikerjakan oleh satu orang saja yang dalam hal ini orang tersebut sekaligus bertindak sebagai pemilik usaha.¹³

Adapun pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah di atas menurut para ahli bisa ditarik kesimpulan Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan usaha yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang atau badan usaha dan bisa menciptakan lapangan kerja untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan bagi pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya serasional mungkin.

b. Sentra Komunitas UMKM

1) Pelaku UMKM

Pelaku usaha mikro kecil dan menengah sebagian besar masih dilakukan oleh kelompok masyarakat marginal. Jumlah pelaku sangat besar namun skala usahanya masih sangat kecil, oleh karena itu pelaku UMKM masih membutuhkan pendampingan pada aspek manajerialnya terutama peningkatan kompetensi pengelolaan usaha, akses pasar, akses permodalan, akses teknologi komunikasi dan informasi serta membangun

¹²Basri, Yuswar Zainul dan Nugroho, Mahendro, *Ekonomi Kerakyatan: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dinamika Dan Pengembangan*. (Jakarta: Universitas Trisakti, 2009), 17

¹³Basri, Yuswar Zainul dan Nugroho, Mahendro, *Ekonomi Kerakyatan: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dinamika Dan Pengembangan*. (Jakarta: Universitas Trisakti, 2009), 18

jejaring (kemitraan). Keberlanjutan usaha UMKM merupakan upaya strategis dalam rangkaih memperkokoh sistem perekonomian dan jati diri suatu bangsa.¹⁴

Oleh karena itu pengembangan kompetensi manajerial pelaku UMKM harus di arahkan pada beberapa kebijakan strategis yaitu.

- a) Terciptanya pelaku UMKM yang berkompeten kreatif dan inovatif, sehingga mampu dan siap menghadapi berbagai tantangan dan persaingan global.
 - b) Berorientasi pada bisnis, dimana bukan hanya sekedar membuka usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya akan tetapi untuk meraih profit dan menciptakan nilai sumber daya yang produktif.
 - c) Meningkatkan pengelolaan usahanya lebih efektif dan efisien.
 - d) Menjalini kemitraan dengan lembaga lain baik yang terkait dengan akses pembiayaan, akses pasar, akses sumber daya dan akses keberlanjutan usaha.
 - e) Memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi dalam rangka menuju pada bisnis berbasis digital, hal ini akan menunjang implementasi bisnis yang cepat, jangkauan luas, kinerja bisnis semakin baik.
- 2) Sentra UMKM Wilayah Pesisir

Sentra UMKM adalah suatu kawasan yang dihuni oleh sekelompok orang yang menjalankan kegiatan usaha yang sama karena adanya panggilan jiwa dan merasa senasib dan sepenanggungan, memiliki tujuan yang

¹⁴Dr. Sri Handini, MM, *Manajemen UMKM Dan Koperasi*, (Surabaya: universitas Dr Soetomo, 2019) 104-105

sama, memiliki komunitas yang sama bahkan terbentuk karena faktor lingkungan yang sama.

Adapun nilai tambah yang diperoleh pelaku usaha yang berada disentra UMKM yaitu.

- 1) Transformasi hardskill dan softskill berjalan lebih lancar diantara pelaku UMKM karena berada pada satu kawasan sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama bahkan semua proses akan berjalan secara alami.
- 2) Komunitas semua aspek kegiatan sentra UMKM akan berjalan dengan efektif dan efisien, karena bersifat informal dan melibatkan pelaku yang karakteristiknya sama.
- 3) Memudahkan konsumen atau masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pada suatu produk yang diinginkannya.
- 4) Ajang pengenalan produk yang sangat efektif dan efisien, karena tidak harus melakukan promosi secara individual, konsumen bisa datang langsung dan mengenalinya sendiri ke lokasi.
- 5) Akses informasi dan kemitraan dengan lembaga lain akan menjadi mudah dan cepat karena semua proses kemitraan akan berlangsung ditempat lokasih usaha serta member rasa aman bagi mitranya, dimana kemitraan menjadi bagian strategi penting dalam mengembangkan usaha.

c. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM adalah sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam

menjalankan bisnisnya. Dimana UMKM sendiri memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari yang lainnya sebagai berikut.

- 1) Bahan bakunya mudah diperoleh
- 2) Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan
- 3) Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-temurun
- 4) Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak
- 5) Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserat dipasar local maupun domestic dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor
- 6) Beberapa komoditi tertentu memiliki cirri khas terkait dengan karya seni budaya daerah setempat.
- 7) Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat secara ekonomis dan menguntungkan.

d. Kelebihan dan kekurangan UMKM

Menurut Tambunan, beberapa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki UMKM yaitu.

- 1) Kelebihan UMKM
 - a. Adanya tahan motivasi pengusaha kecil sangat kuat dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, kerana usaha tersebut adalah satu-satunya sumber penghasilan keluarga. Oleh karena itu pengusaha kecil sangat adaptif dalam menghadapi perubahan situasi dalam lingkungan usaha.

- b. Padat karya pada umumnya UMKM yang ada di Indonesia merupakan usaha yang bersifat padat karya, di mana dalam proses produksinya usaha kecil lebih memanfaatkan kemampuan tenaga kerja yang dimiliki daripada penggunaan mesin-mesin sebagai alat produksi.
- c. Keahlian khusus UMKM di Indonesia adalah banyak UMKM membuat produk sederhana yang membutuhkan keahlian khusus tetapi tidak membutuhkan pendidikan formal, keahlian tersebut biasanya dimiliki secara turun-temurun, di mana produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia mempunyai kandungan teknologi yang sederhana dan murah.
- d. Jenis dan produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia pada umumnya bernuansa cultural yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat di masing-masing daerah, sebagai contohnya yaitu, kerajinan tangan dari bambu ataupun rotan dan ukir-ukiran kayu.
- e. Permodalan, pada umumnya pengusaha kecil menggantungkan diri pada uang (tabungan) sendiri atau dana pinjaman dari sumber-sumber informal untuk kebutuhan modal kerja.

2) Kelemahan UMKM

Kelemahan-kelemahan UMKM tercermin pada kendala-kendala yang dihadapi oleh usaha. Adapun kendala pada umumnya yang dihadapi oleh UMKM yaitu.

- a. Adanya keterbatasan modal
- b. Kesulitan dalam pemasaran dan penyediaan bahan baku
- c. Pengetahuan yang minim tentang dunia bisnis

- d. Keterbatasan penguasaan teknologi
- e. Kualitas SDM (pendidikan formal) yang rendah
- f. Manajemen keuangan yang belum baik
- g. Tidak adanya pembagian tugas yang jelas
- h. Serta sering mengandalkan anggota keluarga sebagai pekerja tidak dibayar.¹⁵

2. Strategi

a. Defenisi strategi rasional

Strategi adalah suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karna itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.¹⁶

Sedangkan menurut Hak dan Majlur mengatakan bahwa strategi merupakan suatu pola keputusan yang konsisten, menyatu dan integral, menentukan dan menampilkan tujuan organisasi dalam arti sasaran jangka panjang, program kegiatan dan skala prioritas, alokasi sumber daya manusia, menyeleksi bidang yang digeluti organisasi, mencoba mendapatkan keuntungan yang mampu bertahan lama, dengan memberikan respon yang tepat terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi dan kekuatan serta kelemahannya

Adapun tujuan suatu strategi yaitu untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pihak pesaing, organisasi tersebut masih harus meraih keunggulan apabila iya dapat

¹⁵Dindin Abdurohim BS, S.Sos., M.M., M.Si, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, (Bandung: Bintang pustaka madani, 2020), 25 dan 31.

¹⁶Iban Sofyan, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2015), 3.

memanfaatkan peluang-peluang didalam lingkungan yang memungkinkan menarik keuntungan-keuntungan dari bidang-bidang kekuatannya.¹⁷

Manajemen strategis merupakan proses penetapan tujuan organisasi dan pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan, dan mengkombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai sebuah tujuan dalam dunia bisnis.¹⁸

Dan dapat disimpulkan strategi merupakan suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran dalam dunia bisnis.

b. Strategi rasional

Strategi rasional merupakan cara untuk memaksimalkan usahanya demi mendapatkan keuntungan. Strategi rasional menurut Popkin, Samuel L Strategi rasional merupakan orang yang rasional yang ingin memaksimalkan usahanya untuk mendaptkan keuntungan ekonomi (uang).¹⁹

Standar perilaku rasional ditandai dalam teori ekonomi bahwa wajar untuk mengatakan ada dua metode dominan untuk mendefinisikan rasionalitas perilaku dalam teori ekonomi arus utama. Pertama adalah untuk melihat rasionalitas sebagai konsistensi internal pilihan, dan kedua adalah

¹⁷Mgs. H. Nazaruddin, MM, *Manajemen Strategik*, (Palembang: Noer Fikri, 2018), 6

¹⁸H. Abd. Rahman Rahim, Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016), 6.

¹⁹Putra, H.S, Ahimsa, *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik Dalam Usaha Industri Kecil di Jawa*, (Yogyakarta : Kepel Press, 2003) 7.

untuk mengidentifikasi rasionalitas dengan memaksimalkan kepentingan self-interest (diri sendiri).²⁰

Asumsi rasionalitas islam Menurut Roger LeRoy Miller, yang dimaksud dengan asumsi rasionalitas adalah anggapan bahwa manusia berperilaku secara rasional (masuk akal) dan tidak secara sengaja membuat keputusan yang akan menjadi mereka lebih baik. Terminologi rasional merupakan terminology yang sangat longgar. Argumentasi apapun yang dibangun, selama hal tersebut memenuhi kaedah-kaedah logika yang ada dan oleh karenanya dapat diterima oleh akal maka hal ini dapat dianggap sebagai bagian dari ekspresi rasionalitas, oleh karena itu terminology rasional dibangun oleh kaedah kaedah yang diterima secara universal dan tidak perlu dilakukan pengujian untuk membuktikan kebenarannya yang disebut sebagai aksioma. Aksioma-aksioma ini akan di posisikan sebagai acuan dalam pengkajian rasionalitas dari suatu argumentasi atau perilaku. Aksioma digali dari nilai-nilai suatu budaya yang bersifat universal, nilai-nilai tersebut didasarkan pada cara pandang dan berfikir yang ada pada budaya tersebut. Menurut Weber bahwa rasionalitas merupakan konsepsi cultural, artinya bersifat unik untuk setiap kultur. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Rasionalitas adalah orang yang rasional untuk memaksimalkan keuntungan untuk mendapatkan keuntungan.²¹

²⁰ Muh. Ruslan Abdullah, Fasiha Kamal, *Islamic Economics Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, (Makassar : Lumbung Informasi Pendidikan, 2014), 45.

²¹ Muh. Ruslan Abdullah, Fasiha Kamal, *Islamic Economics Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, (Makassar : Lumbung Informasi Pendidikan, 2014), 49.

Perilaku rasional dapat mempunyai dua makna, yaitu: metode dan hasil. Dalam makna metode, perilaku rasional berarti tindakan yang dipilih berdasarkan pikiran yang beralasan bukan berdasarkan kebiasaan, prasangka, atau emosi. Sedangkan makna hasil perilaku rasional berarti tindakan yang benar-benar dapat mencapai tujuan yang ingin di capai bagi pelaku usaha kuliner ayam geprek.²²

Adapun strategi-strategi rasional pelaku UMKM yang di gunakan yaitu:

1. Strategi promosi produk kuliner melalui media social

Pada awalnya, strategi didefinisikan sebagai berbagai pendekatan untuk mencapai tujuan. Sesuai dengan evolusi konsep manajemen strategis, strategi tidak hanya didefinisikan sebagai sarana untuk mencapai tujuan. Sebaliknya, strategi dalam konsep manajemen strategis mencakup penetapan berbagai tujuan yang diharapkan dapat mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam hal pengembangan bisnis, promosi produk media sosial sangat penting bagi industri kuliner.

2. Strategi Promosi dari gojek

Gojek merupakan perusahaan sadar sosial yang berada di garda depan revolusi transportasi ojek. Sedangkan gojek sendiri adalah layanan antar makanan atau pemenuhan pesanan. Promosi dari Gojek diperlukan untuk pertumbuhan bisnis di industri kuliner.

²² Muh. Ruslan Abdullah, Fasiha Kamal, *Islamic Economics Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, (Makassar : Lumbung Informasi Pendidikan, 2014), 50.

3. Rumah sebagai tempat usaha

Dengan memanfaatkan rumah sebagai tempat usaha, para pengusaha kuliner dapat memanfaatkannya sebagai sarana dan prasarana yang berpotensi memangkas produksi dan biaya modal.²³

Adapun beberapa konsep dasar strategi rasional yaitu:

1. Memaksimalkan keuntungan

Manusia adalah *homo economicus* atau pelaku ekonomi yang rasional yang selalu melakukan perhitungan dan memperhitungkan secara terus menerus ketika berada disituasi yang sedang dihadapi atau saat mengalami kendala usaha. Terkait dengan usaha mikro kecil dan menengah, Popkin beranggapan bahwa seseorang akan memperhatikan kesejahteraan dan keamanan diri dan keluarga. Dengan demikian, manusia (pelaku ekonomi) selalu mengambil posisi yang menguntungkan secara maksimal.

2. Memperhitungkan untung dan rugi

Terlepas dari berbagai tujuannya, pelaku UMKM kuliner ayam geprek juga bertindak atau memperhitungkan kemungkinan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan atas dasar tindakan-tindakan individual. Memperhatikan untung dan rugi seperti manusia yang lainnya, pelaku UMKM kuliner ayam geprek juga manusia yang penuh perhitungan untung-rugi, jadi saat mereka melakukan tindakan dalam

²³Putra, H.S, Ahimsa, *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik Dalam Usaha Industri Kecil di Jawa*, (Yogyakarta : Kepel Press, 2003) 7.

pilihan-pilihan yang diperolehnya sehingga kesempatan bertahan hidup dapat diperoleh dan akses pasar dapat dijangkau.

3. Memanfaatkan sumber daya yang dapat diakses

Tindakan-tindakan ini bersifat rasional berkaitan dengan pemaksimalan pemanfaatan sumber daya (alam, manusia, modal) yang dapat diakses dengan mudah guna memenuhi target keuntungan yang bisa dicapai karena pada umumnya para pengusaha berusaha mendapatkan sebanyak mungkin bagian sumber daya.²⁴

c. Perumusan strategi

Perumusan Strategi dilakukan dilihat dari berbagai faktor baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan agar terlihat secara baik. Adapun tahap-tahap perumusan manajemen strategi sebagai berikut.²⁵

1) Pengembangan misi bisnis

Pengembangan misi bisnis berkaitan dengan gambaran perusahaan yang bergerak dalam sebuah bidang dengan tujuan tertentu. Dimana misi organisasi terutama di tingkat unit bisnis dimana menentukan batas dan maksud aktivitas bisnis perusahaan, yang akan menjadikan suatu organisasi mampu menghasilkan produk dan jasa berkualitas yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggannya. Agar misi dapat dikembangkan terlebih dahulu, dimana

²⁴Ika Hanifah Rahmawati, "Penerapan Strategi Rasional Pada Pengusaha Kerajinan Cor Kuningan Guna Mengatasi Kendala Usaha Di Desa Bejijong Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto", (Mojokerto: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 2019), 4. http://repository.unair.ac.id/88343/5/JURNAL_IKA%20HANIFAH%20RAHMAWATI_.pdf

²⁵Senja Nilasari, *Manajemen Strategi Itu Gampang*, (Jakarta Timur : Dunia Cerdas, 2014) 12-14.

misi bisnis dalam perusahaan adalah dasar dari perumusan strategi agar dapat berkembang dengan baik.

- 2) Mengidentifikasi peluang dan juga ancaman lingkungan eksternal perusahaan

Setelah mengembangkan misi bisnis tertentu maka selanjutnya adalah mengidentifikasi lingkungan luar perusahaan. Dimana lingkungan luar perusahaan akan mendatangkan peluang dan juga ancaman, perumusan strategi perlu merinci peluang dan ancaman yang ada dan mungkin terjadi di sekitar perusahaan bagi pelaku bisnis.

- 3) Mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan lingkungan internal perusahaan

Selain faktor eksternal perumusan strategi juga memerlukan data tentang lingkungan internal perusahaan yang diperlukan sebagai data perumusan strategi kekuatan dan juga kelemahannya, dan jika perumus strategi dapat mengidentifikasi dengan baik maka akan menjadi salah satu dasar strategi yang akan diterapkan, dimana strategi tersebut akan akan membuat kekuatan perusahaan akan menjadi optimal dan kelemahan perusahaan akan dapat dikelola dengan baik.

- 4) Menetapkan tujuan jangka panjang

Setelah mengetahui kekuatan tentang kelemahan dan kekuatan internal perusahaan lalu selanjutnya menetapkan jangka tujuan jangka panjang.

5) Menentukan alternatif strategi

Alternatif strategi diperlukan untuk mendapatkan pilihan strategi lain yang bisa dipilih. Setiap strategi dalam dunia bisnis kuliner pasti memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing.

6) Pemilihan strategi untuk dilaksanakan

Tahap terakhir dalam perusahaan strategi yaitu memilih strategi terbaik yang bisa diterapkan dalam dunia bisnis. Pembuatan strategi tentunya memiliki alasan tersendiri dalam memilih sebuah strategi yang cocok bagi perusahaan, dimana pilihan tersebut tentunya telah melalui proses sebelumnya dengan memperhatikan berbagai faktor.

d. Tingkatan Manajemen Strategi

Didalam perusahaan, strategi dapat dibagi berdasarkan tingkatan dalam dunia bisnis. Sebagian bisnis dalam mengembangkan strategi terdapat dua tingkat yang berbeda, dimana kedua tingkat tersebut dapat memberikan kombinasi yang kaya dari berbagai pilihan strategi bagi organisasi.²⁶

1) Strategi tingkat bisnis

Strategi tingkat bisnis adalah tingkatan yang dihubungkan dengan strategi kompetitif, atau strategi bisnis, dimana strategi disini menekankan cara bagaimana perusahaan bersaing pada pasar. Tertentu dilihat dari segi produk, harga, kualitas, teknologi, pelayanan, dan desain.

²⁶Ricky W. Griffin, *Manajemen Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2004), 227.

2) Strategi tingkat korporasi

Strategi tingkat korporasi adalah strategi yang berhubungan dengan persoalan jenis bisnis yang harus dipilih oleh perusahaan, yang berkaitan dengan keputusan-keputusan cakupan bisnis yang di jalankan, mempersoalkan bisnis-bisnis yang perlu di beli atau dijualnya, atau bagaimana kiranya sumber-sumber daya yang dialokasikan dan mengelola operasinya di beberapa industri atau pasar.²⁷

e. Tipe-Tipe Strategi

Menurut Freddy bahwa pada prinsipnya strategi dapat dikelompokka berdasarkan 3 tipe strategi yaitu, strategi pemasaran, strategi investasi, dan strategi bisnis.²⁸

- 1) Strategi manajemen, meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya: strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisis, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.
- 2) Strategi investasi, merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya: apakah organisasi ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahap, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

²⁷AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta: Erlangga, 2004) 42-43

²⁸Fredi Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 6-7

- 3) Strategi bisnis, sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya: strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.
- 4) Strategi pemasaran sering disebut juga pemasaran yang mencakup beberapa hal istilah atas kesempatan kepemilikan, sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana implementasi serta pengawasan.

f. Strategi pengembangan usaha

a) Defenisi Pengembangan usaha

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri Pengembangan Usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain.

Freddy menjelaskan ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli, diantaranya.²⁹

²⁹Fredi Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 10.

- 1) Mahmud Mach Foedz Perkembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- 2) Brown dan Petrello Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.
- 3) Steinfeld Pengembangan usaha adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha.
- 4) Mussleman dan Jackson Pengembangan usaha adalah suatu aktifitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut.
- 5) Allan Affuah Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.

b) Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha

Tujuan kegiatan perusahaan pada dasarnya untuk melaksanakan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Dengan adanya kegiatan tersebut akan memberi dampak positif bagi sebuah pengembangan usaha.

Adapun faktor-faktor mempengaruhi pengembangan suatu usaha yakni antara lain:

1) Perencanaan

Perencanaan usaha (business plan) adalah dokumen disediakan oleh entrepreneur sesuai pula dengan pandangan penasehat profesionalnya yang membuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan (lahan), pekerja, produk, sumber permodalan. Business plan ini pandangan dan ide dari anggota tim manajemen, hal ini menyangkut strategi dan tujuan usaha yang hendak dicapai.

2) Sumber daya manusia

Sumber Daya Manusia Salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan usaha adalah sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya. Manusia menjadi motor penggerak kegiatan

usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset paling berharga dalam mengembangkan usaha.³⁰

Keadaan sumber daya manusia pada saat ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja, dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankannya, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor kemauan/motivasi, karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugasnya dalam menghasilkan produk.

3) Permodalan

Kegiatan melaksanakan atau menjalankan suatu usaha, modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha tersebut. Dimana modal sangat besar perannya dalam menunjang kelangsungan kegiatan usaha tersebut dalam proses pencapaian tujuan. Modal juga mencakup arti ruang yang tersedia didalam perusahaan untuk membeli mesin-mesin serta faktor produksi lainnya.³¹

Modal (Capital) adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk menghasilkan kekayaan yang lebih besar lagi.³² Modal yang pertama kali dikeluarkan, selanjutnya adalah biaya untuk membiayai pendirian perusahaan (prainvestasi), mulai dari persiapan yang diperlukan sampai perusahaan tersebut berdiri.³³

³⁰Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), h. 154.

³¹Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996), 56.

³²Jasman Saripuddin, *Pengantar Bisnis Edisi Revisi*, (Medan: CV. Simphony Baru, 2016),

³³Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), 90.

Dimana modal dibedakan menjadi 3 bentuk yaitu.

- 1) Modal Uang, adalah sumber dari mana uang itu diperoleh untuk dipergunakan dan ditanamkan dalam barang-barang modal. Jadi modal uang merupakan cermin dari modal barang. Jika dilihat dalam neraca, modal ini terletak pada sisi kredit.
- 2) Modal Barang, adalah seluruh asset yang dimiliki oleh perusahaan di dalamnya.
- 3) Modal Rediman, adalah semua alat-alat produksi yang harus merupakan kesatuan modal yang mendapatkan laba dengan tidak melupakan pribadi pengusaha yang cakap.

Aturan dalam konsep Islam dalam hal bunga sangat jelas. Modal harus bebas dari bunga, bunga tidak diperkenankan memainkan pengaruhnya merugikan pekerja, produksi dan distribusi. Dalam Islam modal bukanlah tanpa biaya, walaupun dalam kenyataannya bunga dilarang. Biaya modal dapat dinyatakan dari segi biaya peluang dari kerangka Islam. Islam mengakui saham modal suatu saham yang dapat berubah-ubah. Dengan demikian, karena adanya keuntunganlah maka modal dapat tumbuh bahkan dalam perekonomian yang bebas bunga seperti Islam, dalam Al-Quran Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah (2): 279.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَکُمْ

رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Terjemahan:

*Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.*³⁴

Sebagaimana dijelaskan oleh Azhari Akmal Tarigan penafsiran pada kitab tafsir Al-Misbah bahwa: melaksanakan perintah Allah sebagaimana yang termaksud dalam ayat sebelumnya, jika tidak melaksanakannya yaitu tetap memungut sisa riba, maka akan terjadi perang yang dahsyat dari Allah dan Rasulnya. Namun jika kita bertaubat yaitu melakukan transaksi dan mengambil pokok harta dari mereka. Dengan demikian kita tidak menganiaya mereka dengan membebani bunga dan tidak pula dianiaya oleh mereka karena kita mendapat modal yang kita berikan. Dan jika mereka tidak mampu membayar hendaklah kita memberikan kelonggaran.³⁵

4. Layanan Go Food

a. Defenisi Layanan Go Food

Layanan adalah suatu perbuatan atau penampilan yang dapat ditawarkan oleh suatu partai kepada yang lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Ini mungkin atau mungkin tidak diikat pada suatu produk fisik. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Perannya akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut kompetisi

³⁴Kementrian, Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005.

³⁵Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*, (Bandung: PT. Cita Pustaka Media Perintis), 174-176

(persaingan) cukup ketat dalam upaya merebut pangsa pasar atau pelanggan.³⁶ Adapun layanan mitra Pada dasarnya Mitra menurut KBBI adalah teman kerja atau pasangan kerja atau partner usaha dalam menjalankan usaha adapun layanan mitra go food adalah layanan yang bersifat kerjasama anantara layanan go food dan pelaku UMKM kuliner ayam geprek di kota Palopo untuk perkembangan usaha untuk mendapatkan keuntungan.

Dari kesimpulan di atas yaitu dimana para pelaku UMKM kuliner ayam geprek di kota palopo bekerja sama dengan pihak jasa layanan mitra go food untuk perkembangan usaha yang di jalankan.

Layanan Go Food adalah Layanan Go-Food merupakan layanan Go-Jek yang melayani food delivery service di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai suatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner.³⁷

Go-Food adalah layanan pesan antar makanan dengan lebih dari 75.000 restoran yang terdaftar di aplikasi GO-JEK. Pada layanan Go-Food, driver akan membelikan makanan yang dipesan oleh konsumen dan

³⁶ Philip Kotler, *Marketing Management : An Asian Perspective* (Jakarta: Prenhallindo, 1999), 168.

³⁷ Syarif Hidayatullah, dkk, “*Eksistensi Transportasi Online (Go-Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Malang*”, Seminar Nasional Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang, (9 Agustus 2018), hlm. 1428.

mengantarkannya ke lokasi konsumen sesuai dengan keterangan di aplikasi. Maksimal jarak pengantaran pada layanan Go-Food adalah 25 km.³⁸

Hadirnya Go-Food dinilai mempermudah usaha membuka bisnis kuliner. Go-Food merupakan layanan Go-Jek yang melayani food delivery service di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai suatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner.³⁹

Dan layanan ini merupakan cara strategi rasional bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dari cara pemasaran tradisional yaitu dari mulut ke mulut mulai berubah ke cara pemasaran berbasis online. Melakukan promosi bisnis kuliner melalui layanan mitra Go-Food merupakan cara rasional untuk mendapatkan keuntungan dan usaha dapat berkembang. Berikut beberapa keuntungan bergabung dengan Go Food dan Grab Food:

- a. Ongkos kirim yang lebih murah: Banyak orang yang tidak terlalu memikirkan berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk mengantarkan makanan ke pengguna atau pelanggan. Dengan mendaftarkan bisnis di Go Food atau Grab Food, masalah tersebut telah teratasi. Karena pembayaran dapat dilakukan menggunakan Go Pay dan OVO, yang memangkas biaya.

³⁸ Driver.go-jek.com, "Jenis-jenis Layanan Go-Jek" <https://driver.go-jek.com/s/article/Jenis-Jenis-Layanan-GO-JEK-1536834537778>, (Diakses pada 13 Maret 2019, pukul 13.42)

³⁹Syarif Hidayatullah, dkk, "Eksistensi Transportasi Online (Go-Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Malang", Seminar Nasional Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang, (9 Agustus 2018), hlm. 1428.

- b. Menumbuhkan Basis Pelanggan: Jangkauan bisnis kuliner atau produk makanan olahan yang terbatas seringkali menghambat ekspansi. Namun, hal tersebut tidak menjadi masalah saat ini. Karena pengusaha kuliner akan dapat secara otomatis meningkatkan basis pelanggannya dengan bekerja sama dengan Go Food atau Grab Food layanan aplikasi. karena ratusan ribu pengemudi siap mengantarkan minuman dan makanan ke pelanggan.
- c. Memudahkan Pelanggan: Beragamnya kategori dalam layanan Go Food dan Grab Food akan memudahkan pelanggan untuk menemukan restoran dan tempat kuliner lainnya.
- d. Kemudahan Mempromosikan Menu: Berbagai fitur aplikasi Go Food dan Grab Food memungkinkan Anda untuk menampilkan menu kuliner terbaik. Karena itu, pelanggan dapat memilih dari menu tersebut.
- e. Tidak Perlu Kurir Sendiri: Keuntungan lainnya adalah pengusaha kuliner tidak memerlukan kurir untuk mengantarkan produknya. Karena selalu ada driver yang bersedia membantu.
- f. Meningkatkan Laba Penjualan: Restoran, kafe, atau tempat kuliner lainnya yang sudah lama berdiri pasti akan menarik banyak pelanggan khusus.⁴⁰

⁴⁰Cahyati Nengsih, Analisis Inovasi Penjualan Usaha Rumah Makan Dalam Pemanfaatan Go-Food Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Rumah Makan Ayam Geprek King Di Kecamatan Sukarame), Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022. Hlm. 102. file:///C:/Users/Windows%208.1%20Pro/Downloads/Documents/SKRIPSI%20KECIL%20CAHYATI.pdf

C. Kerangka Pikir

Adapun yang menjadi kerangka pikir dalam penelitian sebagai berikut.



Gambar 2.I Kerangka Pikir

Dari kerangka pikir diatas dapat dilihat bahwa untuk mengetahui bagaimana pola atau sistem usaha pelaku UMKM kuliner ayam geprek yang ada dikota palopo. Kemudian dimana pelaku usaha UMKM ayam geprek di kota Palopo menggunakan strategi rasional demi mengembangkan usaha kuliner nya agar mendapatkan keuntungan dengan bekerjasama dengan layanan Go-Food agar usahanya dapat dikenal disemua kalangan masyarakat. Dimana layanan Go-Food merupakan cara yang rasioanal untuk mempromosikan usaha kuliner nya untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan memanfaatkan sumber daya yang dapat di akses.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara intensif, dimana peneliti ikut berpartisipasi di lapangan, mencatat apa yang terjadi, melakukan analisis terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan secara detail.⁴¹

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menguraikan pemikiran orang secara individu maupun kelompok. Adapun alasan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa data deskriptif yang diperoleh dari data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya. Metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan, pertama menyesuaikan metode kualitatif lebih muda apabila berhadapan dengan kenyataan, kedua metode ini menyajikan secara langsung hubungan antara peneliti dan responden, ketiga metode ini dapat menyesuaikan diri dengan penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.⁴²

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dalam penelitian ini selama 3 bulan, sementara lokasi penelitian berada di Kota Palopo.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi, (Mixed Methods)*(Bandung: Alfabeta 2013), 16.

⁴² Meolong, Lexy.J, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakaya 2000), 3.

C. Sumber Data

Sumber yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek (informan) darimana peneliti mengambil data.⁴³ Sumber data dikategorikan menjadi dua bagian yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang langsung diperoleh dari sumbernya guna menjawab masalah penelitian yang diteliti di lapangan.⁴⁴ Dalam penelitian data primer bersumber dari beberapa informasi penelitian yaitu dari pihak pelaku Usaha Mikro kecil dan menengah Ayam Geprek di Kota palopo.

Tabel 3.1 Data informan

No.	Nama	Nama Usaha
1.	Riyan	Ayam Geprek Jensud
2.	Ari	Nahyam
3	Eva Sari	Ayam Geprek Kia
4.	Evi	Ayam Geprek Mbak Jawa
5.	Radit	Ayam Geprek Radit
6.	Nafsika	Ayam Gebrek Budia

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan, buku, surat-surat pribadi, dokumen-dokumen resmi, notula rapat dan sebagainya.⁴⁵

⁴³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rinika Cipta, 2006), 129.

⁴⁴Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana 2013), 128.

⁴⁵Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Edidi Ke-1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 143.

Sumber data sekunder yang digunakan penulis dalam penelitian ini bersumber dari dokumentasi, dokumen, data-data dan beberapa referensi yang berkaitan dengan penelitian.

D. Subjek/ Informasi Penelitian

Menurut Bagong Suryanto, informan penelitian yaitu orang yang dapat memberikan keterangan atau informasi lengkap mengenai data penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti.⁴⁶ Subjek informan dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM Ayam Geprek yang ada di Kota Palopo.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan sebuah data dalam proses penelitian. Penulis menggunakan tiga metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Metode observasi meliputi pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diamati.⁴⁷ Observasi sebagai salah satu teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan membuat daftar isian sebelumnya ataupun dilakukan secara spontan. Pada dasarnya observasi digunakan peneliti untuk mengamati perubahan fenomena sosial yang ada kemudian peneliti akan melakukan penilaian terhadap perubahan fenomena yang terjadi.⁴⁸ Peneliti melakukan peninjauan serta pencatatan-pencatatan tentang

⁴⁶Ajad Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif, Edisi 1* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018),8.

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 455.

⁴⁸P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Cet. 3 (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1999), 63.

pelaku atau sasaran, dalam hal ini pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Ayam Geprek di Kota Palopo.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab mengenai kegiatan, organisasi, orang, perasaan, motivasi dan sebagainya.⁴⁹ Dimana 2 orang atau lebih berhadapan dengan responden secara langsung untuk memperbincangkan suatu topik atau permasalahan atau bertukar informasi sehingga akan diperoleh makna tertentu dari proses wawancara tersebut. Peneliti melakukan wawancara secara *face to face* kepada pihak yang menjadi informan dalam penelitian. Selain itu, wawancara juga dapat dilakukan dengan telepon atau terlibat langsung dengan wawancara dalam kelompok (*focus group interview*). Wawancara seperti ini umumnya bersifat tidak terstruktur dan terbuka serta memerlukan pertanyaan yang dirancang guna mendapatkan opini dan pandangan dari partisipan.⁵⁰

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumen digunakan sebagai suatu pelengkap dari teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara. Dokumen berupa catatan harian, buku besar, majalah, company profile atau data lainnya yang terkait dengan tema penelitian yang dapat dipakai sebagai bukti atau keterangan.⁵¹ Dokumen yang digunakan penulis

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 194.

⁵⁰John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, Edisi ke-4, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar, 2019), 254.

⁵¹Surayin, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Bandung: PT. YRAMA IDYA, 2001), 120.

dalam penelitian ini merupakan pelengkap data dari wawancara, dimana hasilobservasi dan wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya dengan adanya bukti berupa dokumen dan foto-foto yang ada.

F. Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, instrument utamanya adalah manusia karena yang diperiksa adalah keabsahan datanya. Untuk menguji kredibilitas data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber adalah membandingkan cara mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi, dan membandingkan hasilwawancara.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik observasi dan wawancara untuk mengecek data yang diperoleh dengan teknik pengumpulan data sebelumnya.

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk validitas data yang berkaitan dengan pengecekan data berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Perubahan suatu proses dan perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu kewaktu. Untuk mendapatkan data yang sah melalui observasi

pada penelitian ini akan diadakan pengamatan tidak hanya satu kali pengamatan saja, sehingga data yang diperoleh dari pelaku usaha lebih akurat.

Menurut William dalam Sugiyono mengartikan bahwa pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dimana dalam teknik triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang sudah diperoleh melalui beberapa sumber. Selanjutnya menjaring data dengan berbagai metode dengan cara menyilangkan informasi yang diperoleh agar data yang didapatkan lebih lengkap dan sesuai yang diharapkan.⁵²

Jadi setelah penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian data hasil dari penelitian itu digabungkan sehingga saling melengkapi.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang merupakan penelitian yang mendeskripsikan situasi atau atau peristiwa tertentu berdasarkan fakta-fakta yang terjadi melalui observasi dan wawancara yang selanjutnya akan dianalisis secara kualitatif. Proses analisis data diawali dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Selanjutnya ditelaah dengan cara sebagai berikut:⁵³

⁵²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 518-520.

⁵³Jogiyanto Hartono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: Andi, 2018), 299.

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. Berdasarkan data wawancara yang telah ada maka pada tahap ini data dikurangi (reduksi) untuk data yang tidak relevan, dirangkum, dipilih yang pokok, dicari tema, pola dan kategori yang sama. Data hasil dari reduksi akan memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil wawancara dan mempermudah peneliti mencari kembali data yang diperlukan. Reduksi data berlangsung selama proses pengambilan data itu berlangsung, pada tahap ini juga berlangsung tahap *coding* (memberikan kode) , meringkas dan membuat bagian-bagian.

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, langkah yang dilakukan peneliti adalah melakukan penyajian data. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, jaringan atau bagan, matriks sebagai wadah panduan informasi tentang apa yang terjadi. Proses penyajian data dilakukan dengan menyusun petikan-petikan wawancara untuk tiap-tiap ide yang ada di pola atau tema yang sama. Penyusunan hasil penelitian dengan menampilkan petikan-petikan wawancara tersebut dimaksudkan untuk memberikan gambaran

kealamanian penelitian yang bersumber dari wawancara asli dengan para informan. Tujuan penyajian data dalam penelitian ini yaitu agar peneliti dapat memahami apa yang terjadi dalam merencanakan tindakan selanjutnya yang akan dilakukan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan pola-pola penjelasan dan alur sebab akibat. Kesimpulan yang ditarik segera diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali sambil melihat catatan lapangan agar memperoleh pemahaman yang lebih tepat. Pada bagian ini penulis membuat kesimpulan dari proses reduksi data dan penyajian data, karena tahap-tahap analisis data kualitatif merupakan proses yang interaktif dan berulang-ulang. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵⁴

Jadi kesimpulan pada tahap analisis data ini dilakukan dengan memberikan gambaran hasil penelitian secara menyeluruh yang dihubungkan dengan logis, baik secara teoritis, empirik dan non empirik sehingga dapat menjawab rumusan masalah, tujuan penelitian dan fokus penelitian.

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 485.

H. Defenisi Istilah

Definisi istilah yaitu menjelaskan permasalahan yang akan diteliti, sehingga perlu diberikan ruang lingkup. Di mana ruang lingkup penelitian ini menyangkut tentang strategi rasional pelaku umkm dalam layanan mitra go food (studi deskriptif pelaku umkm ayam geprek di kota palopo). Adapun variable-variabelnya yaitu:

1. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif milik orang atau perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro. Atau badan usaha disemua sektor ekonomi atau sebagai usaha ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat kalangan menengah ke bawah.
2. Strategi Rasional adalah cara untuk memaksimalkan usahanya demi mendapatkan keuntungan atau strattegi rasional merupakan orang rasional yang ingin memaksimalkan usahanya untuk mendaptkan keuntungan ekonomi (uang). Maka dari itu strategi rasional yang akan dipakai dalam pelaku usaha kuliner ayam geprek untuk memaksimalkan usahanya agar dapat berkembang dengan baik dan hasil usaha kulinernya dapat berjalan terus-menerus, maka dari itu diamana pelaku UMKM ayam geprek memanfaatkan sumber daya yang dapat diakses dengan memanfaatkan alat-alat yang ada dirumahnya dan dapat mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan bekerja sama dengan mitra layanan Go-Food agar usahanya dapat dikenal disemua kalangan masyarakat terutama kalangan anak muda.

3. Layanan Go-Food merupakan layanan pesan antar makanan berbasis online di aplikasi Go-Jek atau mitra usaha yang sudah terdaftar. Dimana Go-Food merupakan sebagai kegiatan layanan untuk menginformasikan tentang suatu produk dan merupakan cara strategi rasional yang dipakai oleh pelaku UMKM usaha kuliner ayam geprek karena hadirnya layanan Go-Food dinilai mempermudah untuk menginformasikan suatu usaha kuliner. Dengan bergabungnya dilayanan Go-Food pelaku bisnis kuliner ayam geprek dapat mempermudah untuk menginformasikan usahanya karena dahulu hanya menggunakan alat tradisional kini telah hadir layanan Go-Food berbasis online. Dalam layanan ini pelaku usaha UMKM ayam geprek mendapatkan keuntungan yang dapat diambil, tidak hanya bagi pelaku usaha bisnis ayam geprek itu sendiri mendapatkan keuntungan tetapi juga bagi driver Go-Food.
4. Usaha kuliner ayam geprek adalah usaha makanan ayam goreng tepung khas Indonesia yang diulek atau dilumatkan bersama sambal bajak. Dimana di kota palopo sendiri kini ayam geprek telah menjadi hidangan populer yang dapat ditemukan di hampir semua kota besar Indonesia, akan tetapi asal mula ayam geprek berasal dari kota Yogyakarta. kini tersebar luas keseluruh penjuru kota termasuk kota palopo, kini banyak pelaku UMKM telah mendirikan usaha kuliner ayam geprek dimana kuliner ayam geprek banyak diminati semua kalangan terutama kalangan anak remaja.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Palopo adalah sebuah kota di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Palopo sebelumnya berstatus Kota 45andemic45ative sejak 1986 dan merupakan bagian dari Kabupaten Luwu yang kemudian berubah menjadi Kota pada tahun 2002 sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 Tanggal 10 April 2002. Kota Palopo secara geografis terletak antara $2^{\circ}53''15''$ - $3^{\circ}04''08''$ Lintang selatan dan $120^{\circ}03''10''$ – $120^{\circ}14''34''$ Bujur Timur. Kota Palopo yang merupakan daerah otonomi kedua terakhir dari empat daerah otonom di Tana Luwu, dimana di sebelah utara perbatasan dengan Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu, di sebelah Timur dengan Teluk Bone, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bua Kabupaten Luwu sedangkan di sebelah Barat dengan kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Tana Toraja.⁵⁵

Luas wilayah administrasi Kota Palopo sekitar 247,52 kilometer persegi atau sama dengan 0,39% dari luas wilayah Propinsi Sulawesi Selatan. Secara 45 andemic 45 ative Kota Palopo terbagi menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan. Sebagian besar Wilayah Kota Palopo merupakan dataran rendah sesuai dengan keberadaanya sebagai daerah yang terletak di pesisir pantai. Sekitar 62,00 persen dari luas Kota Palopo

⁵⁵ Palopo Kota, "Geografis", [.https://palopokota.go.id/page/geografis](https://palopokota.go.id/page/geografis). Diakses pada tanggal 19 mei 2022

merupakan daerah dataran rendah. Dengan ketinggian 0-500 m dari permukaan laut, 24,00 persen terletak pada ketinggian 501-1000 m sekitar 14,00 persen yang terletak diatas ketinggian lebih dari 1000 m. Dari segi luas bahwa Kecamatan terluas adalah Kecamatan Wara Barat dengan luas 54,13 km² dan yang tersempit adalah Kecamatan Wara Utara dengan luas 10,58 km².

Kondisi permukaan tanah kawasan perkotaan (Kawasan Build-up Area) cenderung datar, linier sepanjang jalur jalan Trans Sulawesi, dan sedikit menyebar pada arah jalan kolektor dan jalan lingkungan di wilayah perkotaan, sedangkan kawasan yang menjadi pusat kegiatan dan cukup padat adalah di sekitar kawasan pasar (pusat perdagangan dan jasa), sekitar perkantoran, dan sepanjang pesisir pantai, yang merupakan kawasan pemukiman kumuh yang basah dengan kondisi tanah genangan dan pasang surut air laut. Secara garis besar keadaan topografis Kota Palopo ini terdiri dari 3 variasi yaitu daratan rendah sepanjang pantai, wilayah perbukitan bergelombang dan datar di bagian Tengah, dan wilayah perbukitan dan pegunungan di bagian Barat, Selatan dan sebagian di bagian Utara.

Kota Palopo secara spesifik dipengaruhi oleh adanya iklim tropis basah, dengan keadaan curah hujan bervariasi antara 500-1000 mm/tahun sedangkan untuk daerah hulu sungai di bagian pegunungan berkisar antara 1000-2000 mm/tahun. Suhu udara berkisar antara 25,5 derajat sampai dengan 29,7 derajat celcius, dan berkurang 0,6 derajat celcius setiap

kenaikan sampai dengan 85% tergantung lamanya penyinaran matahari yang bervariasi antara 5,2 sampai 8,5 jam perhari.

B. Hasil Penelitian

1. Layanan Mitra Go Food Sangat di Butuhkan Bagi Pelaku Usaha UMKM Kuliner ayam geprek di kota palopo Untuk Mengembangkan Usahanya.

Layanan Go-Food adalah jasa layanan pesan antar makanan melalui layanan Go-Jek yang melayani food delivery service di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai suatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang di sajikan oleh distributor ataupun produsen dalam hal penyajian kuliner. Dalam hasil wawancara Go Food sangat di butuhkan oleh pelaku kuliner ayam geprek di kota palopo untuk mengembangkan usaha kulinernya.

Wawancara dengan Bapak Riyan selaku pelaku kuliner ayam geprek menjelaskan bahwa:

“Terbantu sekaligus dengan adanya ini layanan go food banyak mi yang kenal ini usahaku di Kota Palopo bahkan diluar kota palopo juga, dan sebelum bekerja sama ka dengan Go Food kurang pendapatanku tapi selama bekerja sama ka Alhamdulillah pendapatan saya meningkat. Adapun modal awal yang saya keluarkan sebesar 28.000.000 dan pendapatan perhari ku itu sebesar 3000.000”.⁵⁶

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Radit pelaku kuliner ayam geprek menjelaskan bahwa:

“Saya sangat membutuhkan kerjasama dengan layanan Go-Food atau Gojek demi perkembangan usaha ayam geprek saya yang saya jalankan sekarang karena melalui Go-Food usaha kuliner dapat tersebar luas dapat dikenali di semua penjuru kota palopo bahkan di luar kota palopo. Sebelum sayabekerjasama dengan layanana Go-Food pendapatan

⁵⁶Riyan, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

saya berkurang Selama bekerjasama sama dengan Go-Food pendapatan ku meningkat. Adapun modal awal yang saya gunakan sebesar 25 juta dan pendapatan perhari saya itu 3 juta kalau pelanggan mulai ramai kalau dalam musim sepi sekitar 1 juta apalagi dalam tahu keamrin ini kan pandemic dan pendapaan perhari saya itu cumin ratusan saja Maka dari itu kenapa saya bekerjasama dengan layanan Go-Food agar pendapatan saya meningkat usaha kuliner yang di jalankan sekarang bisa terkenal karena dahulunya untuk memperkenalkan produk saya hanya dari mulut-kemulut seiring waktunya media informasi atau promosi produk sudah berkembang dan modern. Akan tetapi selama pandemic beberapa tahun kemarin pendapatan saya berkurang tapi sekarang pandemic sudah menurun pendapatan saya sudah mulai stabil sedia kala bahkan Alhamdulillah pendapatan sudah mulai naik”.⁵⁷

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Nahyam pelaku kuliner ayam geprek menjelaskan bahwa:

“Saya sangat membutuhkan kerjasama dengan layanan Go-Food atau Gojek demi perkembangan usaha ayam geprek yang di jalankan sekarang karena melalui Go-Food usaha kuliner saya dapat tersebar luas dapat dikenali di semua penjuru kota palopo bahkan di luar kota palopo. Sebelum bekerjasama dengan layanana Go-Food pendapatan saya kurang Selama bekerjasama sama dengan Go-Food pendapatan meningkat. Adapun modal awal sebesar Rp.20.000.0000 dan pendapatan perhari 1-2 juta. Maka dari itu pak Nahyam bekerjasama dengan layanan Go-Food agar pendapatanya meningkat usaha kuliner yang di jalankan sekarang bisa terkenal karena dahulunya untuk memperkenalkan produknya hanya dari mulut-kemulut seiring waktunya media informasi atau promosi produk sudah berkembang dan modern. Akan tetapi selama pandemi beberapa tahun kemarin pendapatanya berkurang tapi sekarang pandemic sudah menurun pendapatanya sudah mulai stabil”.⁵⁸

Hal senada juga disampaikan oleh Nasfika dan Rinilewa pelaku kuliner ayam geprek menjelaskan bahwa:

“Saya sangat membutuhkan kerjasama dengan layanan Go-Food atau Gojek demi perkembangan usaha ayam geprek yang di jalankan sekarang karena melalui Go-Food usaha kuliner saya dapat tersebar luas dapat dikenali di semua penjuru kota palopo bahkan di luar kota palopo. Sebelum bekerjasama dengan layanana Go-Food pendapatan kurang Selama bekerjasama sama dengan Go-Food pendapatan saya

⁵⁷Radit, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

⁵⁸Nahyam, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

meningkat. Adapun modal awal yang saya keluarkan sebesar Rp. 50.000.000, dan pendapatan perhari yang saya dapat sebesar Rp. 3000.000/hari. Maka dari itu saya mulai bekerjasama dengan layanan Go-Food agar pendapatan saya meningkat dan usaha kuliner yang saya jalankan sekarang bisa terkenal karena dahulunya untuk memperkenalkan produk saya hanya dari mulut-kemulut seiring waktunya media informasi atau promosi produk sudah berkembang dan modern. Akan tetapi selama pandemic beberapa tahun kemarin ini pendapatan saya mulai berkurang tapi sekarang pandemic sudah menurun pendapatannya sudah mulai stabil”.⁵⁹

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Eva Sari pelaku kuliner ayam geprek menjelaskan bahwa:

“Saya sangat membutuhkan kerjasama dengan layanan Go-Food atau Gojek demi perkembangan usaha ayam geprek yang saya jalankan sekarang karena melalui Go-Food usaha kuliner saya dapat tersebar luas dapat dikenali di semua penjuru kota palopo bahkan di luar kota palopo. Sebelum bekerja sama dengan layanan Go-Food pendapatan kurang. Selama bekerjasama dengan Go-Food pendapatan meningkat. Adapun modal awal yang saya keluarkan sebesar Rp.5000.000, dan pendapatan/hari saya sebesar Rp.1000.00. Maka dari itu ibu Eva bekerjasama dengan layanan Go-Food agar pendapatannya meningkat usaha kuliner yang di jalankan sekarang bisa terkenal karena dahulunya untuk memperkenalkan produk saya hanya dari mulut-kemulut seiring waktunya media informasi atau promosi produk sudah berkembang dan modern. Akan tetapi selama pandemic beberapa tahun kemarin pendapatannya berkurang tapi sekarang pandemic sudah menurun pendapatannya saya sudah mulai stabil”.⁶⁰

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Evi pelaku kuliner ayam geprek menjelaskan bahwa:

“Saya sangat membutuhkan kerjasama dengan layanan Go-Food atau Gojek demi perkembangan usaha ayam geprek yang saya jalankan sekarang karena melalui Go-Food usaha kuliner saya dapat tersebar luas dapat dikenali di semua penjuru kota palopo bahkan di luar kota palopo. Sebelum saya bekerja sama dengan layanan Go-Food pendapatan kurang. Selama bekerjasama dengan Go-Food pendapatan meningkat. Adapun modal awal yang dikeluarkan sebesar Rp.5000.000, dan pendapatan/hari

⁵⁹Nasfika, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 09 Juni 2022

⁶⁰Eva Sari, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 22 Juni 2022

kurang lebih Rp.500.000. Maka dari itu saya memutuskan untuk bekerjasama dengan layanan Go-Food agar pendapatan saya meningkat usaha kuliner yang saya jalankan sekarang bisa terkenal karena dahulunya untuk memperkenalkan produk saya hanya dari mulut-kemulut seiring waktunya media informasi atau promosi produk sudah berkembang dan modern.tetapi selama pandemi beberapa tahun kemarin pendapatan saya berkurang dan menurun tapi sekarang pandemic sudah menurun pendapatanya saya sudah mulai stabil”.⁶¹

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Layanan Go-Food atau gojek sangat di butuhkan bagi pelaku usaha ayam geprek di kota palopo untuk perkembangan usahanya demi memperluas daganganya dan sumber pendapatan yang di dapatkan para pelaku tersebut meningkat, karena layanan Go food juga merupakan strategi rasional untuk meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha tersebut. Dan adapun media promosi dahulunya para pelaku melakukan promosi dari mulut-kemulut akan tetapi seiring berkembangnya zaman modern, promosi dilakukan melalui media sosial.

2. Strategi Rasional Pelaku Usaha UMKM kuliner ayam geprek di kota Palopo Untuk Mengembangkan Usahanya.
 - a. Strategi-strategi rasional bagi pelaku usaha kuliner ayam geprek di kota palopo.
 - 1) Promosi produk kuliner melalui media sosial

Dengan bergabung sebagai mitra GoFood, mulai merubah pelaku UMKM bisniskuliner ayam geprek dalam cara memasarkan produknya, dari cara pemasaran tradisional mulai berubah ke cara pemasaran secara online.

⁶¹Evi, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 17 Juni 2022

Wawancara dengan Bapak Riyan selaku pelaku kuliner ayam geprek menjelaskan bahwa:

“Sebelum saya bergabung dengan layanan go food atau grab food dahulunya saya melakukan promosi produk saya dari mulut-kemulut atau para konsumen data langsung di tempat saya karena promosi ini saya anggap mudah dan tidak memakan biaya yang begitu banyak, dan sekarang saya melakukan promosi juga melalui wa,facebook,instgram”.⁶²

Dan hal serupa juga disampaikan oleh ibu Eva Sari menjelaskan bahwa:

“Sebelum saya bergabung dengan layanan go food atau grab food dahulunya saya melakukan promosi dari mulut-kemulut atau para konsumen data langsung di tempat saya karena promosi ini saya anggap mudah dan tidak memakan biaya yang begitu banyak, dan sekarang saya melakukan promosi juga melalui wa,facebook,instgram”.⁶³

Dan diperkuat lagi oleh Pak Nahyam menjelaskan bahwa:

“Sebelum saya bergabung dengan layanan go food atau grab food dahulunya saya melakukan promosi dari mulut-kemulut atau para konsumen data langsung di tempat saya karena promosi ini saya anggap mudah dan tidak memakan biaya yang begitu banyak, dan sekarang saya melakukan promosi juga melalui wa,facebook,instgram”.⁶⁴

Dan hal serupa juga disampaikan oleh ibu Evi menjelaskan bahwa:

“Sebelum saya bergabung dengan layanan go food atau grab food dahulunya saya melakukan promosi dari mulut-kemulut atau para konsumen data langsung di tempat saya karena promosi ini saya anggap mudah dan tidak memakan biaya yang begitu banyak, dan sekarang saya melakukan promosi juga melalui wa,facebook,instgram”.⁶⁵

⁶²Riyan, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

⁶³Eva Sari, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 22 Juni 2022

⁶⁴Nahyam, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

⁶⁵Evi, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 17 Juni 2022

Dan hal serupa juga disampaikan oleh Nasfika menjelaskan bahwa:

“Sebelum saya bergabung dengan layanan go food atau grab food dahulunya saya melakukan promosi dari mulut-kemulut atau para konsumen data langsung di tempat saya karena promosi ini saya anggap mudah dan tidak memakan biaya yang begitu banyak, dan sekarang saya melakukan promosi juga melalui wa,facebook,instagram dan Alhamdulillah sekarang saya membuka 3 cabang usaha”.⁶⁶

Dan hal serupa juga disampaikan oleh Pak Radit menjelaskan bahwa:

“Sebelum saya bergabung dengan layanan go food atau grab food dahulunya saya melakukan promosi dari mulut-kemulut atau para konsumen data langsung di tempat saya karena promosi ini saya anggap mudah dan tidak memakan biaya yang begitu banyak, dan sekarang saya melakukan promosi juga melalui wa,facebook,instagram, dan yang baru lagi saya bekerjasama dengan maxim juga”.⁶⁷

Dari kesimpulan hasil wawancara diatas sebelum bergabung sebagai mitra Go Food, dalam memasarkan produknya hanya menjalankan metode penjualan secara tradisional, dimana dalam memasarkan produk usaha yang di bangun masih menggunakan strategi pemasaran mulut ke mulut, karena pemasaran ini dirasa mudah dan tidak membutuhkan biaya. Selain itu, belum memaksimalkan dalam memanfaatkan ketersediaan media sosial sebagai media promosi, pelaku UMKM Ayam Geprek sebelum bergabung dengan mitra Go Food, masih memandang media sosial hanya sebagai sarana untuk mengekspresikan kegiatan sehari-hari, belum memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Akan tetapi seiring berkembangnya

⁶⁶Nasfika, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 09 Juni 2022

⁶⁷Radit, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

zaman media sosial sangat di butuhkan untuk mempromosikan jualanya. Para pelaku usaha kuliner ayam geprek di kota palopo untuk mempromosikan kulinernya selain Gojek untuk mempromosikan kulinernya media sosial yang lainya yaitu Facebook, Instgram, Whatsapp.

2) Promosi dari Gojek

Di Layanan Go Food sering mengadakan stimulus-stimulus untuk dapat menarik pelanggan sebanyak-banyaknya dengan cara memberikan diskon terhadap pengguna aplikasi GOJEK.

Dari hasil wawancara oleh Pak Nahyam menjelaskan bahwa:

“Memang dari pihak aplikasi itu sendiri sering mengadakan promo ongkir atau promo subsidi dari gojek atau grab untuk menarik pelanggan dan pasti penjualan kita lebih banyak, tapi kekurangannya dari pihak sana biasanya ada pemotongan pajak atau biaya kerja sama lah dengan aplikasi atau biaya aplikasi dari go foodnya. Metode pembayaran itu sendiri melalui atm kalau go food pakai gofai nanti pencairannya itu jam 12 malam, direkap dulu satu hari nanti close jam 12 malam baru bisa di transfer kerekeningta”.⁶⁸

Hal senada juga disampaikan oleh Pak Riyan menjelaskan bahwa:

“Memang dari pihak aplikasi itu sendiri sering mengadakan promo ongkir atau promo subsidi dari gojek atau grab untuk menarik pelanggan dan pasti penjualan kita lebih banyak, tapi kekurangannya dari pihak sana biasanya ada pemotongan pajak atau biaya kerja sama lah dengan aplikasi atau biaya aplikasi dari go foodnya. Metode pembayaran itu sendiri melalui atm kalau go food pakai gofai nanti pencairannya itu jam 12 malam, direkap dulu satu hari nanti close jam 12 malam baru bisa di transfer kerekeningta”.⁶⁹

⁶⁸Nahyam, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

⁶⁹Riyan, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Eva Sari menjelaskan

bahwa:

“Memang dari pihak aplikasi itu sendiri sering mengadakan promo ongkir atau promo subsidi dari gojek atau grab untuk menarik pelanggan dan pasti penjualan kita lebih banyak,tapi kekurangannya dari pihak sana biasanya ada pemotongan pajak atau biaya kerja sama lah dengan aplikasi atau biaya aplikasi dari go foodnya. Metode pembayaran itu sendiri melalui atm kalau go food pakai gofai nanti pencairannya itu jam 12 malam, direkap dulu satu hari nanti close jam 12 malam baru bisa di transfer kerekeningta”.⁷⁰

Dan diperjelas lagi oleh Nasfika Dari hasil wawancaranya menjelaskan bahwa:

“Memang dari pihak aplikasi itu sendiri sering mengadakan promo ongkir atau promo subsidi dari gojek atau grab untuk menarik pelanggan dan pasti penjualan kita lebih banyak,tapi kekurangannya dari pihak sana biasanya ada pemotongan pajak atau biaya kerja sama lah dengan aplikasi atau biaya aplikasi dari go foodnya. Metode pembayaran itu sendiri melalui atm kalau go food pakai gofai nanti pencairannya itu jam 12 malam, direkap dulu satu hari nanti close jam 12 malam baru bisa di transfer kerekeningta”.⁷¹

Hal senada juga disampaikan oleh Pak Radit menjelaskan bahwa:

“Memang dari pihak aplikasi itu sendiri sering mengadakan promo ongkir atau promo subsidi dari gojek atau grab untuk menarik pelanggan dan pasti penjualan kita lebih banyak,tapi kekurangannya dari pihak sana biasanya ada pemotongan pajak atau biaya kerja sama lah dengan aplikasi atau biaya aplikasi dari go foodnya. Metode pembayaran itu sendiri melalui atm kalau go food pakai gofai nanti pencairannya itu jam 12 malam, direkap dulu satu hari nanti close jam 12 malam baru bisa di transfer kerekeningta”.⁷²

Dan hal senda juga disampaikan oleh Ibu Evi menjelaskan bahwa:

⁷⁰Eva Sari, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 22 Juni 2022

⁷¹Nasfika, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 09 Juni 2022

⁷²Radit, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

“Memang dari pihak aplikasi itu sendiri sering mengadakan promo ongkir atau promo subsidi dari gojek atau grab untuk menarik pelanggan dan pasti penjualan kita lebih banyak, tapi kekurangannya dari pihak sana biasanya ada pemotongan pajak atau biaya kerja sama lah dengan aplikasi atau biaya aplikasi dari go foodnya. Metode pembayaran itu sendiri melalui atm kalau go food pakai gofai nanti pencairannya itu jam 12 malam, direkap dulu satu hari nanti close jam 12 malam baru bisa di transfer kerekeningta”.⁷³

Dengan memberikan diskon atau promo ongkir yang menarik kepadapara penggunanya, dapat memberikan keuntungan pada pihak GOJEK. Selain itu, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner ayam geprek juga mendapatkan keuntungan dengan adanya program-program diskon yang diadakan oleh pihak GOJEK.

3) Rumah sebagai tempat usaha

Dengan bergabung sebagai mitra Go Food, tempat usaha tidak lagi menjadikendala bagi pelaku UMKM kuliner ayam geprek, karena dengan memanfaatkan rumah sebagai tempat usaha tidak perlu mengeluarkan modal uang untuk menyewa tempat usaha.

Dari wawancara Pak Radit menjelaskan bahwa:

“Tempat usaha yang saya tempati sekarang rumah saya sendiri dan lokasi rumah saya tempati untuk membuka usaha ini sangat strategis sekali karna berada di tengah kota dengan memanfaatkan rumah saya sebagai tempat usaha saya tidak lagi mengeluarkan modal uang untuk menyewa tempat karna memanfaatkan rumah saya bisa memaksimalkan keuntungan yang saya dapatkan”.⁷⁴

Dan hal senada juga disampaikan oleh Ibu Evi menjelaskan bahwa:

⁷³Evi, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 17 Juni 2022

⁷⁴Radit, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 10 Mei 2022

“Tempat usaha yang saya tempati sekarang ini milik saudara saya sendiri dan lokasi tempat ini sudah dikasi kepada saya agar tidak menyewa tempat usaha lagi dan lokasi tempat ini untuk membuka usaha kecil-kecilan ini sangat strategis sekali karna berada di tengah kota dengan memanfaatkan lokasi atau tempat milik saudara saya ini saya tidak lagi mengeluarkan modal uang untuk menyewa tempat karna memanfaatkan lokasi rumah saudara saya, saya bisa memaksimalkan keuntungan yang saya dapatkan”.⁷⁵

Dan hal senada juga disampaikan oleh Ibu Eva Sari menjelaskan bahwa:

“Tempat usaha yang saya tempati sekarang rumah saya sendiri dan lokasi rumah saya tempati untuk membuka usaha ini sangat strategis sekali karna berada di tengah kota dengan memanfaatkan rumah saya sebagi tempat usaha saya tidak lagi mengeluarkan modal uang untuk menyewa tempat karna memanfaatkan rumah saya bisa memaksimalkan keuntungan yang saya dapatkan”.⁷⁶

Dan hal senada juga disampaikan oleh Nasfika menjelaskan bahwa:

“Tempat usaha yang saya tempati sekarang rumah saya sendiri dan lokasi rumah saya tempati untuk membuka usaha ini sangat strategis sekali karna berada di tengah kota dengan memanfaatkan rumah saya sebagi tempat usaha saya tidak lagi mengeluarkan modal uang untuk menyewa tempat karna memanfaatkan rumah saya bisa memaksimalkan keuntungan yang saya dapatkan dan sekarang usaha budiah ini membuka 3 cabang”.⁷⁷

Dengan mejalankan usaha dirumah merupakan salah satu cara yang di terapkan oleh pelaku UMKM kuliner ayam geprek untuk menekan modal usahadan biaya produksi, karena dapat memanfaatkan potensi rumah sebagai saranadan prasarana. Dan ada juga yang menyewa tempat usaha dan tempat usaha yang ditempati sekarang dan

⁷⁵Evi, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 17 Juni 2022

⁷⁶Eva Sari, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 22 Juni 2022

⁷⁷Nasfika, Pelaku Usaha Ayam Geprek “Wawancara” Kota Palopo, 09 Juni 2022

tempat yang di sewa sekarang sangat strategis apalagi di tengah kota palopo.

Dari kesimpulan di atas penerapan strategi rasional sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM kuliner ayam geprek yang ada di Kota Palopo. Dimana strategi rasional merupakan cara untuk memaksimalkan usahanya demi mendapatkan keuntungan. Strategi rasional menurut Popkin, Samuel L (1997) strategi rasional merupakan orang yang rasional yang ingin memaksimalkan usahanya untuk mendaptkan keuntungan ekonomi (uang).⁷⁸

C. Pembahasan

1. Layanan Mitra Go Food Bagi Pelaku Usaha UMKM Kuliner ayam geprek di kota palopo Untuk Mengembangkan Usahanya.

Dalam berwirausaha promosi merupakan salah satu hal penting untuk mengenalkan produk dan jasa kepada para konsumen atau masyarakat, sehingga para calon konsumen akan tertarik untuk membeli dan dapat menjadi pelanggan tetap. Dan juga melakukan kerjasama dalam memanfaatkan aplikasi seperti hal nya Gojek atau Grab yang memiliki fitur layanan Go-Food atau delivery food yang di mana perusahaan Gojek atau Grab memanfaatkan perkembangan teknologi terutama internet. Jika sebuah usaha sudah melakukan kerjasama dengan Go-Food maka mudah bagi pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya di dalam fitur Go-Food yang di mana jika seorang konsumen tertarik dengan promosi

⁷⁸Putra, H.S, Ahimsa, *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik Dalam Usaha Industri Kecil di Jawa*, (Yogyakarta : Kepel Press, 2003) 7.

usahanya di fitur Go-Food maka mereka dapat langsung memesan makanan atau minuman.

Go Food merupakan layanan dari Gojek dan Grab Food merupakan layanan dari Grab yang melayani food delivery service di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai sesuatu layanan promosi, seperti yang diketahui sebagai kegiatan menginformasikan sebuah produk yang disajikan oleh produsen tertentu dalam hal ini adalah pengusaha kuliner. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Go Food dan Grab Food ialah memberikan informasi serta pengenalan sebuah produk. Dengan adanya Go-Food dapat membantu UKM untuk menemukan para konsumen dan membangun image tentang merek produk yang dijual, meningkatkan produktivitas, dapat mengembangkan produknya ke pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan penjualan, yang di mana berdampak untuk pengembangan bisnis UKM itu sendiri.

Selain bisa menguntungkan secara finansial. Pengusaha kuliner pun bisa mendapatkan keuntungan lainnya. Jika sebelumnya pengusaha kesulitan dalam memasarkan produk kini hal tersebut bisa diatasi. Berikut beberapa keuntungan bergabung dengan Go Food dan Grab Food:

- a. Ongkos Antar Lebih Murah : Bagi sebagian masyarakat sangat memperhitungkan berapa biaya atau ongkos untuk antar makanan ke para pengguna atau pelanggan. Dengan mendaftarkan usaha ke Go Food atau Grab Food, masalah tersebut telah teratasi. Karena,

pembayaran bisa dilakukan dengan menggunakan Go Pay dan OVO sehingga biaya yang dikeluarkan lebih murah.

- b. Menjangkau Konsumen Lebih Luas : Hal yang sering menjadi hambatan dalam mengembangkan usaha kuliner atau produk olahan makanan itu biasanya karena terbatas jangkauan. Namun, hal tersebut tidak menjadi suatu hambatan di saat ini. Sebab jika pengusaha kuliner menjadi mitra dengan layanan aplikasi Go Food atau Grab Food akan secara otomatis dibantu menjangkau para konsumen secara luas. Karena ada ratusan ribu pengemudi yang siap mengantar makanan dan minuman kepada pelanggan.
- c. Memberikan Kemudahan bagi Pelanggan : Beberapa kategori di dalam layanan Go Food dan Grab Food akan mempermudah pelanggan untuk menemukan restoran atau bentuk usaha kuliner lainnya. Masyarakat tidak akan merasa kesulitan menemukan restoran, sebab berbagai hal penunjang pun sudah dilengkapi secara otomatis salah satunya GPS dan alamat lengkap, berapa jarak tempuh pun bisa langsung dilihat. Kemudian usaha kuliner yang didaftarkan akan masuk ke kategori Near Me. Artinya, para pengguna aplikasi yang berada di sekitar, akan dapat melihat restoran atau usaha kuliner pada daftar kategori tersebut.
- d. Kemudahan Mempromosikan Menu: Dengan banyaknya fitur dari aplikasi Go Food dan Grab Food, kamu dapat menampilkan menu-menu terbaik yang ada di usaha kuliner. Hal tersebut bisa memberikan

pilihan-pilihan menu kepada para pelanggan. Jika menu tersebut menarik dan harga yang sangat terjangkau, pasti orang-orang akan tertarik untuk membelinya.

- e. Tidak Memerlukan Kurir Sendiri : Hal menguntungkan lainnya yaitu pengusaha kuliner tidak perlu kurir antar. Sebab para driver siap kapan saja melayani. Jadi bagi pengusaha tidak perlu merasa khawatir dalam mencari kurir karena layanan Go Food dan Grab Food satu paket dalam aplikasi Gojek dan Grab. Bagi pengusaha hanya perlu fokus memunculkan berbagai inovasi dengan yang akan ditawarkan kepada pelanggan dan hanya perlu untuk menunggu orderan.
- f. Meningkatkan Omzet Penjualan : Jika restoran, cafe atau jenis usaha kuliner lainnya sudah berjalan cukup lama, tentu saja akan banyak pelanggan khusus dan bisa lebih banyak menjangkau pelanggan dengan bergabung ke dalam Go Food dan Grab Food, pangsa pasar semakin meluas dan mudah dalam memesan tentu akan meningkatkan penjualan.⁷⁹

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa rata-rata owner yang bergabung dan berkerjasama dengan Go-Food mengatakan bahwa usahanya mengalami peningkatan, mulai dari peningkatan penjualan, jumlah konsumen, bertambahnya karyawan, sampai dapat memperbaiki usahanya dan bahkan ada yang membuka cabang. Karena pada saat

⁷⁹Mimi Cahayani, “Analisis Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol.5, No.1 (Juni 2021). Hlm.101-102. file:///C:/Users/Windows%208.1%20Pro/Downloads/3333-12319-1-PB.pdf

Usaha Ayam Geprek mereka berdiri dan pada saat itu juga layanan aplikasi GoFood banyak di gunakan dan di ketahui oleh masyarakat.

2. Strategi Rasional Pelaku Usaha UMKM kuliner ayam geprek di kota Palopo Untuk Mengembangkan Usahanya.

Berdasarkan hasil Pengamatan, Pengumpulan data, dan wawancara mendalam kepada para informan, dalam rangka penerapan strategi rasional dalam layanan mitra Go Food Pelaku UMKM kuliner ayam geprek di kota palopo. Adapun penerapannya yaitu:

a. Promosi produk kuliner melalui media social

Dalam meningkatkan penjualan dibutuhkan sesuatu yang menarik minat beli konsumen. Salah satunya dengan cara penggunaan deskripsi yang menarik, tampilan produk secara visual/gambar juga menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk secara online.

Dengan bergabung sebagai mitra GoFood, mulai merubah pelaku UMKM bisniskuliner ayam geprek dalam cara memasarkan produknya, dari cara pemasaran tradisional mulai berubah ke cara pemasaran secara online. Sebelum bergabung sebagai mitra Go Food, dalam memasarkan produknya hanya menjalankan metode penjualan secara tradisional, dimana dalam memasarkan produk usaha yang di bangun masih menggunakan strategi pemasaran mulut ke mulut, karena pemasaran ini dirasa mudah dan tidak membutuhkan biaya. Selain itu, belum memaksimalkan dalam memanfaatkan ketersediaan media sosial sebagai media promosi, pelaku UMKM Ayam Geprek sebelum bergabung

dengan mitra Go Food, masih memandang media sosial hanya sebagai sarana untuk mengekspresikan kegiatan sehari-hari, belum memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Akan tetapi seiring berkembangnya zaman media sosial sangat di butuhkan untuk mempromosikan jualan. Para pelaku usaha kuliner ayam geprek di kota palopo untuk mempromosikan kulinernya selain Gojek untuk mempromosikan kulinernya media sosial yang lainya yaitu Facebook, Instgram, Whatsapp.

b. Promosi dari Gojek

Aplikasi Gojek terutama pada layanan food delivery (GoFood) memberikan kemudahan bagi semua kalangan yang menggunakan layanan tersebut. Terutama bagi konsumen dalam proses melakukan transaksi. Hanya dengan membuka fitur GoFood yang berada di aplikasi Gojek, konsumen dapat memilih menu makanan/minuman yang akan di pesan dan dari resttoran atau rumah makan mana. Untuk menghindari kesalah pahaman antar pemangku pihak yang terkait didalamnya, maka di dalam layanan Go-Food telah di ataur secara sistematis, mulai dari lokasi tempat pemesanan, lokasi konsumen, jumlah pemesanan pelanggan dan total harga pemesanan beserta upah untuk driver yang berfungsi untuk memberikan informasi yang jelas kepada para pelanggan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.⁸⁰

⁸⁰Cahyati Nengsih, Analisis Inovasi Penjualan Usaha Rumah Makan Dalam Pemanfaatan Go-Food Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Rumah Makan Ayam Geprek King Di Kecamatan Sukarame), Lampung:Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022. Hlm.

Di Layanan Go Food sering mengadakan stimulus-stimulus untuk dapat menarik pelanggan sebanyak-banyaknya dengan cara memberikan diskon terhadap pengguna aplikasi GOJEK. Dengan memberikan diskon yang menarik kepadapara penggunanya, dapat memberikan keuntungan pada pihak GOJEK.Selain itu,pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner ayam geprek juga mendapatkan keuntungan dengan adanya program-program diskon yang diadakan oleh pihak GOJEK.

Promo yang diberlakukan sangat bervariasi baik promo dalam pembelian paketan belanja bahkan pemotongan dari segi ongkos kirim.Di antara promo yang diberlakukan ialah berbentuk Voucher, Cashback, Buy One Get One atau potongan harga.Promo Voucher merupakan metode promosi di mana pengusaha kuliner memberikan potongan harga ke pelanggan.

c. Rumah sebagai tempat usaha

Dengan bergabung sebagai mitra Go Food, tempat usaha tidak lagi menjadi kendala bagi pelaku UMKM kuliner ayam geprek, karena dengan memanfaatkan rumah sebagai tempat usaha tidak perlu mengeluarkan modal uang untuk menyewa tempat usaha. Dengan menjalankan usaha dirumah merupakan salah satu cara yangdi terapkan oleh pelaku UMKM kuliner ayam geprek untuk menekan modal usahadan biaya produksi, karena dapat memanfaatkan potensi rumah

sebagai sarana dan prasarana. Dan ada juga yang menyewa tempat usaha dan tempat usaha yang ditempati sekarang dan tempat yang di sewa sekarang sangat strategis apalagi di tengah kota palopo.

Adapun beberapa konsep dasar strategi rasional yaitu:

1. Memaksimalkan Keuntungan

Dalam menjalankan suatu strategi, para pelaku pengusaha Ayam Geprek di kota Palopo memiliki prinsip untuk mencapai keuntungan ekonomi yang maksimal. Namun dengan demikian, langkah-langkah yang di tempuh dalam menjalankan usaha diharapkan mampu mendatangkan keuntungan, misalnya dalam menghadapi kendala usaha. Dimana para pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek di kota Palopo menerapkan strategi yang mampu mengatasi kendala selama pandemic covid 19 di beberapa tahun kemarin, namun tetap memperoleh untung. Misalnya, bergabung sebagai mitra Go Food dan pengembang akses promosi secara online melalui media sosial yang dianggap bisa mendatangkan keuntungan maksimal tanpa harus mengeluarkan modal yang begitu besar namun bisa memperluas pasar.

2. Memperhitungkan untung dan rugi

Para pengusaha Ayam Geprek memperhitungkan untung dan rugi dalam menjalankan usahanya, selain dengan bergabung sebagai mitra go food, para pelaku UMKM bisnis kuliner Ayam Geprek juga mempromosikan produknya yang diterapkan di antaranya strategi pemasaran, dalam menerapkan strategi pemasaran dilakukan dengan

beberapa cara yaitu promosi produk kuliner ayam geprek melalui media sosial seperti Facebook, Instagram dan Whatapps, diskon harga kepada konsumen baik diskon di aplikasi GOJEK atau diskon kepada pelanggan yang makan di tempat dan adanya diskon dari pihak aplikasi seperti gratis ongkos kirim (ongkir) yang dapat menarik pelanggan untuk membeli ayam geprek.

3. Memanfaatkan sumber daya yang dapat di akses

Sumber daya yang dapat diakses untuk mengelolah usahanya, para pelaku UMKM kuliner ayam geprek di kota Palopo memanfaatkan rumah dengan bergabung sebagai mitra Go Food, tempat usaha tidak lagi menjadi kendala bagi pelaku UMKM kuliner ayam geprek, karena dengan memanfaatkan rumah sebagai tempat usaha tidak perlu mengeluarkan modal uang untuk menyewa tempat usaha. Dengan mejalankan usaha di rumah merupakan salah satu cara yang diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner ayam geprek di kota Palopo untuk menekan modal usaha, karena dapa tmemanfaatkan potensi rumah sebagai sarana dan prasarana untuk perkembangan usaha.⁸¹

Sesuai dengan teori yang mengenai strategi rasional menurut Popkin Samuel L bahwasanya strategi rasional merupakan orang yang rasional yang ingin memaksimalkan usahanya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi (uang). Dalam teori tersebut mengatakan bahwa

⁸¹ Ika Hanifah Rahmawati, "Penerapan Strategi Rasional Pada Pengusaha Kerajinan Cor Kuningan Guna Mengatasi Kendala Usaha Di Desa Bejijong Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto", (Mojokerto: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 2019), 4. http://repository.unair.ac.id/88343/5/JURNAL_IKA%20HANIFAH%20RAHMAWATI_.pdf

orang yang rasional memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan usaha demi mendapatkan keuntungan yang maksimal.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian pelaku UMKM kuliner ayam geprek melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah di kaji, maka penulis mampu menarik beberapa kesimpulan yakni:

1. Layanan Mitra Go Food Sangat di Butuhkan Bagi Pelaku Usaha UMKM Kuliner ayam geprek di kota palopo Untuk Mengembangkan Usahanya karena melalui Go-Food usaha kulinernya dapat tersebar luas dapat dikenali di semua penjuru kota palopo bahkan di luar kota palopo. Dahulunya hanya mempromosikan hasil produknya secara tradisional dari mulut-kemulut seiring waktu jaman sudah modern dan para pengusaha kuliner ayam geprek di kota palopo memutuskan untuk bergabung dengan layanan Go Food untuk mendapatkn keuntungan yang maksimal. Adapun juga kendala yang dialami para pelaku usaha ayam geprek Di Kota Palopo pada dua tahun kemari masa pandemic Covid 19 dimana para pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan demi meningkatkan pendapatan memutuskan bergabung dengan Go Food/Gojek untuk memaksimalkan pendapatan.
2. Penerapan strategi rasional bagi pelaku usaha kuliner ayam geprek di kota palopo yaitu, para pelaku UMKM kuliner ayam geprek mempromisikan produk melalui medial sosial seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook dan promosi dari Gojek penerapan tersebut

penerapan yang rasional bagi pelaku UMKM kuliner ayam geprek untuk mengembangkan usahanya dan mendapatkan keuntungan.

3. Rumah sebagai tempat usaha. yaitu rumah sebagai tempat usaha yang bagus. karena dengan memanfaatkan rumah sebagai tempat usaha tidak perlu mengeluarkan modal uang untuk menyewa tempat usaha. Dengan menjalankan usaha di rumah merupakan salah satu cara yang di terapkan oleh pelaku UMKM kuliner ayam geprek untuk menekan modal usahadan biaya produksi, karena dapat memanfaatkan potensi rumah sebagai sarana dan prasarana. Dan ada juga yang menyewa tempat usaha dan tempat usaha yang ditempati sekarang dan tempat yang di sewa sekarang sangat strategis apalagi di tengah kota palopo.

B. Saran

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengajukan beberapa saran:

1. Perlu adanya tindak lanjut dari para pelaku usaha UMKM kuliner ayam geprek di kota palopo untuk terus berupaya mengembangkan usahanya agar meningkatkan pendapatan dan memperluas usahanya.
2. Untuk peneliti kedepanya agar dapat memberikan hasil yang lebih baik, dengan hasil penelitian yang diperoleh bisa dijadikan bahan referensi untuk peneliti kedepanya dan bisa ditambahkan beberapa penelitian yang belum diselidiki dan peneliti kedepanya diharapkan bisa terencana dengan baik sesuai waktu yang telah ditentukan untuk pengumpulan data dengan sumber yang jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Ahimsa Putra, H.S. *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik Dalam Usaha Industri Kecil di Jawa*. Yogyakarta : Kepel Press, 2003.
- Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rinika Cipta, 2006.
- Basri, Yuswar Zainul dan Nugroho, Mahendro. *Ekonomi Kerakyatan: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dinamika Dan Pengembangan*. (Jakarta: Universitas Trisakti, 2009).
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana 2013.
- Cahyati Nengsih. “*Analisis Inovasi Penjualan Usaha Rumah Makan Dalam Pemanfaatan Go-Food Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Rumah Makan Ayam Geprek King Di Kecamatan Sukarame)*”, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.
- Creswell, John W. *Reseach Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, Edisi ke-4. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar, 2019.
- Dindin Abdurohim BS, S.Sos., M.M., M.Si, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Bandung: Bintang pustaka madani, 2020.
- Driver.go-jek.com, “Jenis-jenis Layanan Go-Jek” <https://driver.go-jek.com/s/article/Jenis-Jenis-Layanan-GO-JEK-1536834537778>, (Diakses pada 13 Maret 2019, pukul 13.42).
- Evi, Pelaku Usaha Ayam Geprek , *Wawancara*, Tanggal 17 Juni 2022
- Hartono Jogiyanto. *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Andi, 2018.
- Hidayatullah Syarif. dkk, “*Eksistensi Transportasi Online (Go-Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Malang*”. Seminar Nasional Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang, (9 Agustus 2018).
- Ibal Irsyadul.”*Strategi Rasional Pelaku UMKM Kuliner Dalam Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya)*”. Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga , 2019.
- Kasmir, *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011.

- Kementrian, Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005.
- Kotler Philip. *Marketing Management : An Asian Perspective*. Jakarta: Prenhallindo, 1999.
- Kuncoro, M. *Dasar-Dasar Ekonomi Pembangunan Edisi 5*. Yogyakarta: STIM YKPN
- Lexy.J, Meolong, Lexy.J, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakaya 2000.
- Maharani Hanny. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Wilayah Bogor Timur*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, 2018.
- Masdiah, Pelaku Usaha Ayam Geprek, *Wawancara*, Tanggal 09 Juni 2022.
- Mgs. H. Nazaruddin, MM, *Manajemen Strategik*. Palembang: Noer Fikri, 2018.
- Mimi Cahayani. "Analisis Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram". 2021.
- Nahyam, Pelaku Usaha Ayam Geprek, *Wawancara*, Tanggal 10 Mei 2022
- Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Edisi Ke-1. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Nilasari Senja. *Manajemen Strategi Itu Gampang*. Jakarta Timur : Dunia Cerdas, 2014.
- Popkin, Samuel L. *Petani Rasional, Sjahrir Mawi, Penerjemah* (Jakarta: Yayasan Padamu Negeri, 1997)
- Radit, Pelaku Usaha Ayam Geprek, *Wawancara*, Tanggal 10 Mei 2022
- Radjab Enny, H. Abd. Rahman Rahim. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016.
- Rahmawati Ika Hanifah." *Penerapan Strategi Rasional Pada Pengusaha Kerajinan Cor Kuningan Guna Mengatasi Kendala Usaha Di Desa Bejijong Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto*". Mojokerto: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 2019.
- Rahmawati Iqe Putri." *Strategi Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Batik Gajah Mada Di Desa Mojosari Kecamatan Kauman Kabupaten*

Tulungagung (Prespektif Teori Moral – Rasional)”. Surabaya: Universitas Airlangga, 2018.

Rangkuti Fredi. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Riyan, Pelaku Usaha Ayam Geprek, *Wawancara*, Tanggal 10 Mei 2022

Rosyidi Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996.

Rukajad Ajad, *Pendekatan Penelitian Kualitatif, Edisi 1*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.

Ruslan, Muh. Abdullah, Fasiha Kamal. *Islamic Economics Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, (Makassar: Lumbung Informasi Pendidikan, 2014).

Sari Eva, Pelaku Usaha Ayam Geprek, *Wawancara*, Tanggal 22 Juni 2022

Saripuddin Jasman. *Pengantar Bisnis Edisi Revisi*. Medan: CV. Symphony Baru, 2016.

Sofyan Iban. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Graha ilmu, 2015.

Sri Handini, MM, *Manajemen UMKM Dan Koperasi*. Surabaya: universitas Dr Soetomo, 2019.

Sriwahyuni, "Analisis Dampak Keberadaan Go Food Dan Grap Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku usaha Kuliner Di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan)." Sumatra Utara: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2020.

Subagyo, P. Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Cet.3. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1999.

Subagyo, P. Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Cet.3. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1999.

Sudaryanto. *The Need For ICT-Education For Manager or Agribusinessman To Increasing Farm Income: Study Of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Fram Agribusiness*. Internasional Journal of Education and Depeloment, JEDICT, Vol 7 No 1 hal.56-67.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sunariani Ni Nyoman. Dkk, "Jurnal Ilmiah Manajemen," *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali*. Volume 2, NO.1, Tahun 2017.

Surayin, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Bandung: PT. YRAMA IDYA, 2001.

Sutami Wahyu Dwi. "Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional, Vol.1 No.2, Juli-Desember, hal 127-128.

Tarigan Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*. Bandung: PT. Cita Pustaka Media Perintis.

W. Griffin, Ricky. *Manajemen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2004.



L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana awal mulanya ibu dan bapak memulai usaha ini?
2. Sejak kapan bekerjasama dengan Go Food?
3. Apakah layanan Mitra Go Food sangat di butuhkan dalam usaha kuliner ibu?
4. Selain go food media promosi apa saja yang ibu dan bapak lakukan?
5. Apakah Selama bekerjasama dengan go food ibu dan bapak menerepkan diskon?
6. Apakah selama bekerjasama dengan go food pendapatan ibu dan bapak meningkat?
7. Apakah selama pandemic pendapatan bapak dan ibu menurun?
8. Berapakah modal awal ibu dan bapak?
9. Bagaimana strategi rasional yang diterapkan dalam usaha ini?
10. Bagaimana awal mula mempromosikan usaha kuliner ibu dan bapak?
11. Apakah tempat usaha yang ibu dan bapak tempati sekarang milik ibu dan bapak sendiri?
12. apakah ibu menggunakan modal sendiri?
13. Berapakah pendapatan ibu dan bapak dalam satu hari atau perbulan?

Lampiran 2

  
1 2 0 2 2 1 9 0 0 9 0 3 1 4

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI **IZIN PENELITIAN**
NOMOR : 314/IP/DPMPPTSP/IV/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : ASTIKA
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dsn. Kambong Kab. Luwu
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 17 0401 0132

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

STRATEGI RASIONAL PELAKU UMKM PENGGUNA LAYANAN MITRA GO FOOD (STUDI DESKRIPTIF PADA PELAKU UMKM KULINER AYAM GEPREK DI KOTA PALOPO)

Lokasi Penelitian : AYAM GEPREK RADIT JENSUD KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian : 04 April 2022 s.d. 04 Juli 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 05 April 2022
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP



SUBIHA, SH
Pangkat : Penata Tk.I
NIP : 19720215 200604 2 016

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang P.M.P. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Kantor 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Lampiran 3

SK PENGUJI


SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR 423 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO


REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Menimbang	1.	a. bahwa demi kelancaran proses pengujian tugas akhir skripsi bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu diberitahu Dosen Penguji Seriusitas Hasil dan Ujian Murnasqiyah;
		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;
Mengingat	1.	Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
	2.	Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
	3.	Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengkayaan 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 IAIN Palopo;
Memperhatikan	1.	Penunjukan penguji dari ketua prodi

MEMUTUSKAN

Menetapkan	1.	KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
Pertama	1.	Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf c) di atas.
Kedua	1.	Tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemandirian 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.
Ketiga	1.	Segala biaya yang timbul sebagai akibat diterapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPAL IAIN PALOPO TAHUN 2022.
Keempat	1.	Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian mungkasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.
Kelima	1.	Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Palopo
pada Tanggal : 04 Juli 2022


Rektor Institut Agama Islam Negeri Palopo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Tembusan :

1. Kabiro AUAK;
2. Pertanggung;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR 423 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

I. Nama Mahasiswa	1.	Astika
NIM	1.	17 00401 0122
Fakultas	1.	Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi	1.	Ekonomi Syariah
II. Juchi Skripsi	1.	Strategi Responal Pelaku UMKM Pengujian Layanan MHP Cto Food (Studi Kasus) pada Pelaku Kuliner Ayam Geprek di Kota Palopo)
III. Tiga Dosen Penguji		
Ketua Sidang	1.	Dr. Tahir, S.E., M.H.
Sekretaris	1.	Dr. Muh. Ruslan Asstullah, S.E., M.A.
Penguji Utama (I)	1.	Dr. Adnan Nour Bakri, SE,SE., MA,IE.
Pembantu Penguji (II)	1.	Nurdia Ratu, S.P., M.M.

Palopo, 04 Juli 2022


Rektor Institut Agama Islam Negeri Palopo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Lampiran 4

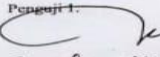
BUKU KONTROL


24

Buku Kontrol Penulisan Skripsi
**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
 SEMINAR HASIL PENELITIAN**
 Konsultasi ke, I Hari Tanggal, Senin, 05/12/2022

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Tambahkan Teori Asumsi Rasionalitas
2	Tambahkan konsep dasar strategi, rasional
3	Tambahkan teknik triangulasi di keabsahan
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji I.

 Dr. Afran Noor Bakri, S.E., M.Ak.
 NIP. 198706182015031009

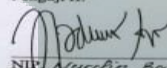
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo


25

Buku Kontrol Penulisan Skripsi
**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
 SEMINAR HASIL PENELITIAN**
 Konsultasi ke, I Hari Tanggal, Senin, 05 Desember 2022

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Tambahkan teknik triangulasi di keabsahan
2	perbaikan Daftar isi
3	perbaikan foot note
4	publisitas layanan mitra dan Go food
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji II.

 NIP. Nurdin Balje, S.Pt., M.Pi.


 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo


26

Buku Kontrol Penulisan Skripsi
**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
 SEMINAR HASIL PENELITIAN**
 Konsultasi ke, I Hari Tanggal, Senin, 05 Desember 2022

Materi Konsultasi


No.	Uraian
1	ACC
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I.

 NIP. Dr. Muhsin Baslan Abdullaha, S.E., M.A.

 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Lampiran 5


KARTU KONTROL


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

KARTU KONTROL SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : Astika
 NIM : 17 0401 0132
 Prodi : Ekonomi Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Kamis, 30 Juni 2022	Almira Dian Pratiwi	Pengaruh Inflasi dan Pengangguran terhadap Kemiskinan di Kota Palopo Tahun 2011-2021	✓	
2	Jumat, 01 Juli 2022	Nurul Fadila	Analisis Preferensi Pengunjung Café di Kota Palopo	✓	
3	Selasa, 27 September 2022	Sri Yuanisa	Persepsi Pelanggan Pada Branding Beppa Tori terhadap Peningkatan Penjualan di Kabupaten Luwu	✓	
4	Rabu, 21 September 2022	Firdayanti	Pengaruh Pendistribusian Bantuan Program Keluarga Harapan terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Desa Tampinna	✓	
5	Rabu, 21 September 2022	Fardayatul Umma	Peran Corporate Social Responsibility Pada Kesejahteraan Masyarakat (Studi PT Hadji Kalla Toyota Cabang Kota Palopo)	✓	
6	Senin, 26 September 2022	Leli Sagita	Pengembangan Potensi Desa Melalui Sektor Perikanan dalam Meningkatkan Daya Saing Daerah Desa Tirowali Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu	✓	
7	Selasa, 02 Agustus 2022	Sartika	Pengembangan Potensi Objek Wisata Air Terjun Sarambu Masiang dalam Mendukung Pendapatan Desa Kaladi Darussalam Kecamatan Suli Barat Kabupaten Luwu	✓	
8	Senin, 13 Juni 2022	Tenri Esse	Efektivitas Pemanfaatan BLT UMKM dalam Menunjang Kelancaran Usaha Kecil	✓	
9	Kamis, 09 Juni 2022	Bella	Optimalisasi Dana Desa dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui Kelompok Tani Desa Tandung Kecamatan Malange Kabupaten Luwu Utara	✓	
10	Jumat, 08 September 2022	Asrina	Pengembang Masyarakat Desa Berbasis Ekowisata (Studi Kasus Desa Mabonta, Kecamatan Burau, Kabupaten Luwu Timur)	✓	
11	Jumat, 07 Januari 2022	Nana Srihardina	Efektivitas E-Commerce Bagi Komunitas TDA Luwu Raya dalam Meningkatkan Kinerja Usaha di Masa Pandemi	✓	
12	Rabu, 09 Februari	Haidir	Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Syariah di Kabupaten Luwu Kecamatan Latimojong	✓	
13	Selasa, 28 September 2021	Citra Wulandari	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia Periode 2016-2021	✓	
14	Selasa, 11 Januari 2022	Ryan Dwi Saputra	Strategi Pengelolan Waqaf Produktif dalam Rangka Pemberdayaan Umat di Kota Palopo	✓	
15	Senin, 07 Februari 2022	Novita Cahyani	Pengaruh Brand Equitas terhadap Keputusan Pembelian Laptop (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019 IAIN Palopo)	✓	

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

 Dr. Laili, S.H.
 M.H.NIP.197907242003121000

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikutuijian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil

Lampiran 6

NOTA DINAS PEMBIMBING

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

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 02 Desember 2022

Lam: -

Hal : Skripsi Astika

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

Assalamu Alaikum Wr.Wb

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

Nama	: Astika
NIM	: 17 0401 0132
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: "Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo)".

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

Wassalamuataikum Wr.Wb

Pembimbing Utama

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

Lampiran 7

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul:

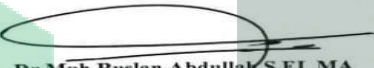
“Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo)”

Nama : Astika
NIM : 17 0401 0132
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing Utama


Dr. Muh. Ruslan Abdullak, S.EI., MA

Lampiran 8

Nota Dinas Tim Penguji dan Halaman Persetujuan Tim Penguji

Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.
Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lam: -
Hal : Skripsi An. Astika
Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
Di
Palopo
Assalamu Alaikum Wr. Wb

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

Nama	: Astika
NIM	: 17 0401 0132
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: "Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo)".

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

Wassalamu Alaikum Wr. Wb

1. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek. (Penguji I)	(tanggal:
2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. (Penguji II)	(tanggal:
3. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. (Pembimbing Utama)	(tanggal:

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul "Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo)" yang ditulis oleh Astika Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0132, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah ditujikan pada seminar hasil penelitian pada hari Rabu, tanggal 23 November 2022, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan tim penguji dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, SH., MH. (Ketua Sidang/Penguji)	(
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. (Sekretaris Sidang/Penguji)	(
3. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek. (Penguji I)	(
4. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. (Penguji II)	(
5. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. (Pembimbing Utama)	(

Lampiran 9

Surat Keterangan Membaca dan Menulis Al-Qur'an

 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Agatis Belandai Telp. 0471-22076.
Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://febi-iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis Al-Qur'an dengan *kurang/baik/anejar*coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa.*

Nama. : ASTIKA
NIM : 17 0401 0132
Fakultas. : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Palopo, 26 Oktober 2021

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Syariah	Dosen Penguji
 Dr. Fasma, M.Kr. NIP.198102132006042002	 Humaidi, S.E.I., M.E NIDN. 2007038302


Lampiran 10

Sertifikat Toefl



Lampiran 11

Surat Keterangan Lunas UKT

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

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

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


Menerangkan bahwa:

Nama : ASTIKA
NIM : 17 0401 0132
Semester/Prodi : XI / EKIS-C
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester 1 s/d XI.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 30 Agustus 2022
an.Dekan
Kepala Bagian Tata Usaha


Saepul, S.Ag., M.Pd.I
NIP19720715 200604 1001

Lampiran 11

Cek Plagiasi dan Verifikasi

Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo)

ORIGINALITY REPORT

25% SIMILARITY INDEX	24% INTERNET SOURCES	9% PUBLICATIONS	8% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.unair.ac.id Internet Source	4%
2	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
3	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2%
4	core.ac.uk Internet Source	1%
5	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
7	repository.unj.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Student Paper	1%

TIM VERIVIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp : -
Hal : Skripsi an. Astika
Yth. Dekan FEBI
Di
Palopo

Assalamu'alaikum Wr.wb
Tim Verivikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Astika
NIM : 17 0401 0132
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Rasional Pelaku UMKM Pengguna Layanan Mitra Go Food (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Kuliner Ayam Geprek Di Kota Palopo).

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut


1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam Buku Pedoman Penulisan skripsi yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan pada Proses Selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Tim Verivikasi

1. Hardianti Yusuf, S.E.Sy.,M.E
Tanggal: 21 Desember 2022
2. Kamriani, S.Pd
Tanggal: 21 Desember 2022



Lampira 12

DOKUMENTASI HASIL WAWANCARA



Wawancara dengan Pak Riyan (Pemilik Usaha ayam geprek Jensud)



Wawancara dengan Pak Radit (Pemilik Usaha Ayam Geprek Radit)



Wawancara dengan Pak Ari (Pemilik Usaha Ayam Geprek Nahyam)



Wawancara Dengan Nasfika (Pegawai Pemilik Usaha Ayam Geprek Bu'diah)



Wawancara dengan Ibu Evi (Pemilik Usaha ayam Geprek Mbak Jawa)



Wawancara dengan Ibu Eva (Pemilik Usaha Ayam Geprek Kia)

Lampiran 13

RIWAYAT HIDUP



Astika, lahir di Dusun Kombong, Desa Tiromanda Kecamatan Bua Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 07 Oktober 1999. Penulis merupakan anak ketujuh dari tujuh bersaudara dari pasangan Ayah bernama Maesar dan Ibu bernama Hamida. Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Kombong Desa Tiromanda Kecamatan Bua . Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2005 di SDN 369 Tiromanda dan tamat pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di tingkat SMPN tepatnya di SMPN 1 Bua dan tamat pada tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di tingkat SMA Negeri 1 Bua dan dinyatakan lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2017 kembali melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dengan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.