

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH TANGGA
BAWANG GORENG DI DESA SUKAMAJU KECAMATAN
SUKAMAJU KABUPATEN LUWU UTARA**

Skripsi

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



Diajukan Oleh
Novi Ramadhani
1904030106

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

2023

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH TANGGA
BAWANG GORENG DI DESA SUKAMAJU KECAMATAN
SUKAMAJU KABUPATEN LUWU UTARA**

Skripsi

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



**Diajukan Oleh
Novi Ramadhani
1904030106**

**Pembimbing :
Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M**

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

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Novi Ramadhani
NIM : 1904030106
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi/tesis 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/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 04, November 2023

Yang membuat pernyataan,



Novi Ramadhani
NIM : 1904030106






HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara yang ditulis oleh Novi Ramadhani dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0106, Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 31 Oktober tahun 2023 miladiyah bertepatan dengan 16 Rabiul Akhir 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai sayarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 4 November 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Mursyid, S.Pd., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui :

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

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 1 006



Akbar Sofam, S.E.I., M.E.
NIM 00504058501

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أمد لرب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين وعلى آله

وأصحابه أجمعين. ومن تبعهم بحسن إيمانهم وما آتاهم الله من فضله.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada para keluarga, sahabat, dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang manajemen bisnis syariah pada Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus kepada kedua orang tua saya tercinta Ayah Maryadi dan Ibunda Herlina, yang sangat luar biasa dalam mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang yang tak terhingga, yang selalu mendukung penulis dalam setiap situasi dan keadaan apapun sejak kecil hingga sekarang, sungguh penulis sadari tidak mampu membalas semua itu hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk mereka

berdua semoga senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT. Serta selalu mendoakan penulis setiap saat memberikan banyak dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag.,M.HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam., Dr. Fasiha, M.EI. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani. S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Adminsitration Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Akbar Sabani, S.EI., M.EI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Ustadz Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.SY., M.A.Ek. selaku Penasihat Akademik.
5. Kepada Ibu Muzayyanah Jabani, S.T. M.M. selaku pembimbing yang mana telah membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penelitian ini.

6. Kepada Ustadz Mursyid, S.Pd., M.M. selaku penguji I yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada Ustadz Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. selaku penguji II yang juga telah banyak memperikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada Ustadz Abu Bakar S.Pd.I., M.Pd selaku Kepala Perpustakaan IAIN Palopo beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu penulis terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi penulis.
10. Kepada Kakak Indah Marlina Sari, S.P. dan Adik Muh. Afdhal Ramadhan penulis ucapkan terima kasih atas segala bentuk dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Ibu Lina selaku pemilik usaha rumah tangga penulis ucapkan terima kasih telah memberikan izin dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.
12. Kepada Adrean Irfandi penulis ucapkan terima kasih atas segala bentuk dukungan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada teman-teman penulis Nisa Pebriani, Muhlisa dan semua teman seperjuangan Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 terkhusus MBS C yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Teriring doa semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. Tak lupa penulis haturkan terima

kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan kepada penulis baik secara moril maupun materil.

Sebagaimana manusia yang tidak lepas dari kekurangan dan keterbatasan, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan dan banyak kekurangan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembacanya. Dalam rangka penyempurnaan skripsi ini penulis mengharapkan masukan dan kritik yang dapat membangun dan dapat dikembangkan dalam penelitian lebih lanjut.

Akhir kata dengan penuh harapan semoga materi dalam penulisan ini dapat bermanfaat dimasa yang akan datang.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb.

Palopo, 31 Oktober 2023

Novi Ramadhani
19 0403 0106

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	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrofterbalik
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
هـ	Ha	H	Ha
*	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika 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, maka transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>fathah</i>	A	a
اِ	<i>Kasrah</i>	I	i
اُ	<i>dammah</i>	U	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ي	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
و	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh :

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

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
ى ... ا ...	<i>fathah dan alifatau yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
ى	<i>kasrah dan yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مات : *māta*

رمى : *ramā*

قيل : *qila*

يموت : *yamûtu*

4. *Tā' marbūṭah*

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

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

Contoh:

روضة الأطفال	: <i>raudah al-atfāl</i>
المدينة الفاضلة	: <i>al-madinah al-fāḍilah</i>
الحكمة	: <i>al-ḥikmah</i>

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:

ربنا	: <i>rabbanā</i>
نجينا	: <i>najjainā</i>
الحق	: <i>al-ḥaqq</i>
نعم	: <i>nu'ima</i>
عدو	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ي* ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (سى), maka ditransliterasikan seperti huruf *maddah* menjadi i. Contoh:

علي : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عربي : '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 ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* 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:

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

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

الفلسفة : *al-falsafah*

البلد : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila huruf hamzah

terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تامرون : *ta'murūna*

النوء : *al-nau'*

شيء : *syai'un*

امرت : *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-Nawāwi

Risālah fi Ri'āyah al-Maṣlahah

9. *Lafẓ al-Jalālah (هلا)*

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

Contoh:

دين هلا : *dinullāh*

باهلا : *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هم في رحمة هلا : *hum fī 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 mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓi bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fihi al-Qur‘an

Naṣir al-Din al-Ṭūsi

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al- Ṭūfi

Al-Maṣlaḥah fi al-Tasyri‘ al-Islāmi

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

Abūal-Walid Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid

Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta‘ālā*

saw. = *ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam*

as = *‘alaihi al-salām*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w = Wafat tahun

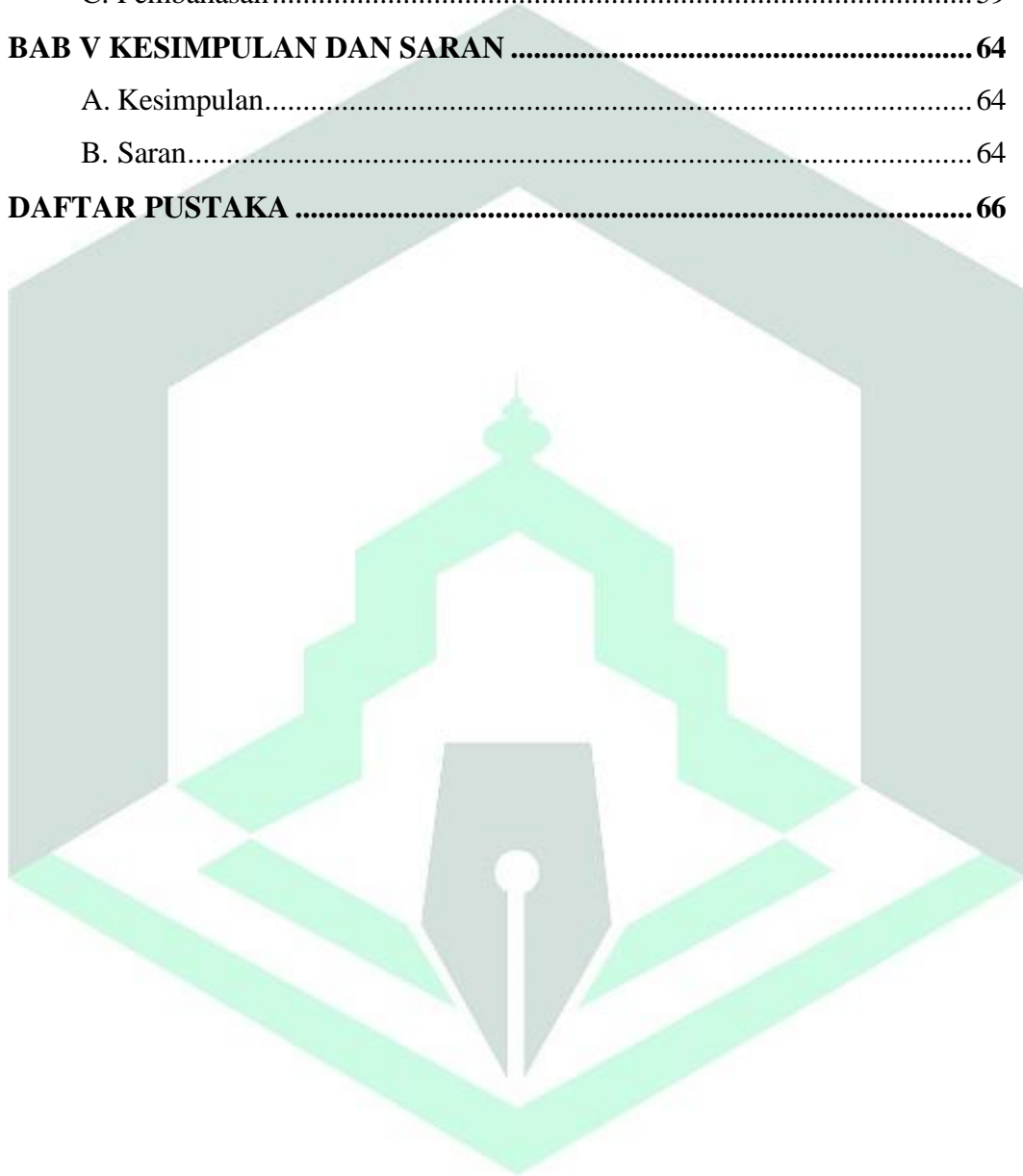
QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4

HR = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR KUTIPAN AYAT.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	7
B. Landasan Teori.....	14
C. Kerangka Pikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi dan waktu penelitian.....	32
C. Subjek Peneliti	32
D. Definisi Istilah.....	33
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Uji Keabsahan Data.....	34
G. Teknik Pengumpulan Data	35

H. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Data.....	38
B. Hasil Penelitian	47
C. Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Al-Baqara/2:279.....	20
Kutipan Ayat 2 Q.S Al-Ahzab/33:70-71.....	23



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Bobot	27
Tabel 2.2 Matriks SWOT	28
Tabel 4.1 Matriks IFAS Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng	52
Tabel 4.2 Matriks EFAS Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng	53
Tabel 4.3 Analisis Matriks IFAS dan EFAS	55
Tabel 4.4 Matriks SWOT Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng	41
Gambar 4.2 Bahan Baku Bawang Goreng	43
Gambar 4.3 Proses Pengupasan Bawang Merah	44
Gambar 4.4 Tahap Pengirisan Bawang Merah.....	45
Gambar 4.5 Pencampuran Bahan Baku.....	46
Gambar 4.6 Proses Penggorengan Bawang Merah	46
Gambar 4.7 Produk Bawang Goreng.....	48
Gambar 4.8 Matriks IFAS dan EFAS Usaha Rumah Tangga.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Dokumentasi

Lampiran 4 Surat Izin Meneliti

Lampiran 5 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 6 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 7 Nota Dinas Penguji

Lampiran 8 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 9 Nota Dinas Tim Verifikasi

Lampiran 10 Hasil Plagiasi



ABSTRAK

Novi Ramadhani, 2023. *“Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ibu Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M.

Penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Latar belakang dari penelitian ini yaitu usaha rumah tangga bawang goreng yang masih baru namun perkembangan usahanya cukup berkembang. Meskipun tergolong baru namun dapat menarik minat konsumen karena selain harga yang ekonomis juga kualitas dari produk yang dihasilkan sehingga konsumen tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi produk dari usaha rumah tangga tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan yang layak dilakukan oleh usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Jenis penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun tahap selanjutnya data penelitian dianalisis menggunakan analisis SWOT dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan yang dapat dilakukan dalam usaha rumah tangga bawang goreng ialah mempertahankan kualitas produk, mempertahankan cita rasa agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen karena tingkat permintaan produk yang tinggi, menciptakan atau membuat merk dagang agar lebih dikenal banyak konsumen, menggunakan teknologi yang lebih modern agar pembuatan produk lebih cepat, meningkatkan kegiatan promosi, mempertahankan ciri khas cita rasa dan kualitas produk agar tetap bisa bersaing dengan produk yang lain, dan menciptakan inovasi dalam hal pengemasan dan merk produk agar memiliki daya tarik yang tinggi.

Kata kunci : Strategi, Pengembangan Usaha, Strategi Pengembangan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan usaha rumah tangga saat ini merupakan kegiatan wirausaha yang banyak membuat masyarakat tertarik karena kegiatan usaha ini masih bisa dilakukan di rumah. Selain itu usaha ini bisa dijalankan oleh anggota keluarga yang berada disekitar tempat tinggalnya. Kegiatan ini banyak diminati oleh kalangan masyarakat terutama dikalangan ibu-ibu rumah tangga dengan berbagai alasan, mulai dari tidak memerlukan modal yang besar, motivasi atau perkembangan dari hobby atau kegemaran yang ternyata bisa menambah penghasilan dan membantu perekonomian keluarga.¹

Usaha rumah tangga adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.² Usaha ini tentunya hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi, dan pemasaran sekaligus. Jika dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap biasanya lebih sedikit dari pada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.³ Secara umum usaha rumah tangga bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut industri harus

¹ Diana dan Nor Laila, "*Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di Masa Pandemi Covid 19.*" Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPM UMJ, <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>.

² Tulus Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2002), 71.

³ Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, dan Umami Khulsum, "*Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Home Industri Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon*" DIMASEJATI, Vol.1 No.1, 2019.

mampu bersaing dengan industri yang sejenis. Oleh karena itu pihak atau pelaku usaha harus mampu membuat perencanaan apa yang dilakukan kedepannya agar industri tersebut dapat maju dan mampu bersaing.⁴

Usaha rumah tangga ini terdapat disemua sektor ekonomi yang merupakan usaha yang menjangkit tenaga kerja tanpa harus melihat jenjang pendidikan maupun keahlian khusus (Muhammad Nur Alam Muhajir, Ambas Hamida, Erwin Erwin, 2022; S et al., 2023). Industri yang proses produksinya berlangsung di dalam rumah dengan teknologi yang sederhana, tidak membutuhkan keterampilan khusus, serta modal yang digunakan relatif kecil (A. S. Iskandar, 2020; A. S. Iskandar et al., 2023; S. Iskandar et al., 2021). Selain itu, kendala yang dialami oleh usaha home industri atau industri rumah tangga tersebut ialah kegiatan promosi dan pemasaran yang masih cenderung pasif atau hanya dari mulut ke mulut saja dikarenakan industri rumah tangga tersebut tidak menggunakan media iklan atau mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan media sosial (Daswati et al., 2022; Syamsuddin et al., 2023).

Strategi merupakan sebuah alat untuk mencapai tujuan. Konsep strategi berkaitan erat dengan sebuah perencanaan untuk mencapai arah tujuan ke depan. Strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Strategi adalah pola, sebab strategi itu masih berbentuk perencanaan yang berorientasi ke masa depan dan belum terlaksana.⁵ Dengan menggunakan strategi yang tepat maka home industri yang dijalankan tersebut berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan atau dicapai sehingga perkembangan dari usaha home industri tersebut dapat berkembang (R. Abdullah & Al-Mashrafiyah, 2021; Muzdalifah, St, mahadin shaleh, 2021).

⁴Indrika Lavini, “*Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri (Studi Kasus Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis*”, (Universitas Islam Riau, 2021).

⁵Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, dan Ummi Khulsum, “*Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Home Industri Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon* DIMASEJATI, Vol.1 No.1, 2019.

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil, dan menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya.⁶ Untuk meningkatkan perkembangan tersebut perlu diadakannya analisis (A. S. Iskandar et al., 2023; N. M. Y. A. S. Iskandar, 2022; S et al., 2023; Syamsuddin et al., 2023). Analisis ini digunakan untuk menganalisis apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta ancaman dan peluang yang dimiliki oleh usaha rumah tangga tersebut agar lebih mudah melakukan perubahan yang signifikan dengan menggunakan analisis SWOT.

Strategi pengembangan usaha rumah tangga ini dapat dilakukan dengan diadakannya kegiatan pelatihan dan pembinaan khusus untuk pengembangan pengelolaan usaha kecil, memaksimalkan jumlah produksi, serta melakukan perluasan pemasaran dengan cara kegiatan promosi yang efisien seperti mengikuti era perkembangan zaman seperti media online. Dapat juga dilakukan melalui jalinan kerja sama yang baik dengan pemerintah. Namun, terdapat strategi penting dalam pengembangan usaha rumah tangga tersebut yaitu dengan tetap menjaga serta mempertahankan kualitas dari produk tersebut, mulai dari ciri khas, cita rasa produk, hingga kepercayaan pelanggan terhadap produk tersebut tetap terjaga dengan baik agar dapat bersaing dengan produk sejenis ataupun produk lainnya.⁷

⁶ Indrika Lavini, “Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri (Studi Kasus Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis”, (Universitas Islam Riau, 2021).

⁷ Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, dan Ummi Khulsum, “Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Home Industri Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon DIMASEJATI, Vol.1 No.1, 2019.

Bawang goreng merupakan makanan yang terbuat dari bawang merah yang diiris tipis dan digoreng hingga berwarna keemasan dan renyah yang digunakan sebagai bumbu tabur sebagai pelengkap atau penyedap makanan. Walaupun pembuatan bawang goreng sangat mudah, namun banyak orang yang tidak mau membuatnya karena memakan waktu yang cukup lama atau dalam kata lain seseorang menginginkan produk tersebut dengan mudah dan cepat atau praktis siap pakai. Untuk harga jual bawang goreng sendiri pun sangat ekonomis dan dapat terjangkau. Usaha rumah tangga bawang goreng merupakan suatu usaha yang cukup mampu bertahan hingga saat ini (A.S. Iskandar, 2020; Rahmad, 2020). Usaha rumah tangga bawang goreng ini merupakan usaha yang cukup berpotensi untuk dikembangkan, karena dengan adanya usaha ini dapat menciptakan lapangan kerja baru dan dapat menyerap tenaga kerja di daerah setempat.

Untuk meningkatkan pengembangan suatu usaha rumah tangga tersebut dibutuhkan sebuah strategi pengembangan seperti apa yang telah diuraikan di atas yang dapat menarik perhatian penulis untuk meneliti strategi pengembangan usaha home industri tersebut di salah satu desa yaitu Desa Sukamaju. Penelitian yang dimaksud berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng Di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis membatasi penelitian ini pada strategi pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju, Kecamatan Sukamaju, kabupaten Luwu Utara.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahannya adalah bagaimana strategi pengembangan yang layak dilakukan oleh usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang layak dilakukan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Maka hasil dari penelitian tersebut diharap mampu memberikan manfaat atau informasi terhadap berbagai pihak.

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini, peneliti dapat memperoleh pengetahuan baru dan pengalaman dalam melakukan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

2. Bagi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha sebagai sumber informasi dan tambahan masukan untuk mengetahui bagaimana strategi

pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng sehingga dapat menambah pengetahuan.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengetahui perkembangan usaha rumah tangga.



BAB II KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Adanya penelitian terdahulu maka peneliti bisa membandingkan penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian sekarang sehingga bisa memperoleh informasi terkait. Maksud pengkajian ini adalah agar dapat diketahui bahwa apa yang penulis teliti sekarang tidak sama dengan penelitian-penelitian terdahulu. Berikut memuat ringkasan terhadap penelitian terdahulu yang relevan:

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Tati Atmayanti, dkk ⁸	Strategi pengembangan <i>Home Industry</i> Era <i>New Normal</i> dalam Meningkatkan Pendapatan KUBE Arjanjang	Pada posisi <i>growth stratrgy</i> yang dapat meningkatkan kualitas produksi	Keduanya sama-sama ingin mengetahui strategi pengembangan yang digunakan atau yang akan dilakukan	Perbedaan penelitian ini adalah lokasi penelitian dan objek yang berbeda

⁸Tati Atmayanti dan Baiq Dewi Lita Andiana, "Strategi Pengembangan Home Industry Era New Normal Pandemi Covid 19 dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama (KUBE) "Arjanjang" Desa selebung Ketangga, Kabupaten Lombok Timur)," JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan) Vol. 5, No. 1 Juni 2021.pdf.semanticscholar.org

2.	Syaeful bakhri, dkk ⁹	Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan <i>Home Industri</i> Kue Gapit Sempurna Jaya	Menemukan bahwa agar produsen dapat menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, dan melakukan pemasaran secara online	Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan teknik analisis data	Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan tahun penelitian
3.	Indrika Lavini ¹⁰	Strategi Pengembangan Usaha Pada <i>Home Industri</i> Kerupuk Ikan Bogarasa	Adanya keterbatasan tenaga kerja, manajemen keuangan yang kurang serta pemasaran yang kurang maksimal	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode kualitatif	Terletak pada objek penelitian dan lokasi penelitian

⁹ Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, dan Ummi Khulsum, “Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan *Home Industri* Kue Gapit Sempurna Jaya Kabupaten Cirebon DIMASEJATI, Vol.1 No.1, 2019. <https://jurnal.syekhnurjati.ac.id/index.php/dimasejati/article/view/5407>

¹⁰ Indrika Lavini, “Strategi Pengembangan Usaha Pada *Home Industri* (Studi Kasus Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis”, (Universitas Islam Riau, 2021). <https://repository.uir.ac.id/15937>

4.	Chamim Thohari Mahfudillah ¹¹	Strategi Pengembangan Usaha Berbasis <i>Home Industry Arabian Food</i> di Era <i>New Normal</i> Studi Kasus <i>Home Industry</i> Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran	Strategi yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan promosi dan penjualan dengan menggunakan produk unggulan atau yang berkualitas guna untuk menarik minat konsumen	Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dan membahas tentang strategi pengembangan usaha	Terletak pada lokasi dan waktu penelitian serta objek penelitian yang berbeda
5.	Nurul Sakinah ¹²	Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Kerajinan Sebo	Produsen dapat meningkatkan kualitas produk, pemberian	Persamaan dari penelitian ini yaitu teknik analisis data	perbedaan dari penelitian ini yaitu lokasi penelitian dan objek penelitian

¹¹ Chamim Thohari Mahfudillah, “*Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food Di Era New Normal (Studi Kasus Home Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)*”, (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021). <http://etheses.uin-malang.ac.id/27518/>

¹² Sakinah, Nurul, “*Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Kerajinan Sebo di Jorong Galuang Nagari Sungai Pua Kabupaten Agam*”, (Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Bukittinggi, 2018).

			modal dari pemerintah atau bantuan dari pemerintah setempat, serta menjaga hubungan baik dengan konsumen	dan metode yang digunakan	
6.	Alvinatun Nadiroh ¹³	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Gerabah	Usaha Home Industri gerabah mengalami pengembangan, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kenuugulan atau kualitas produk dan	Keduanya ingin mengetahui strategi pengembangan yang digunakan atau yang layak digunakan dalam pengembangan usahanya	perbedaan dari penelitian ini terletak pada analisis data

¹³ Alfinatun Nadhiroh. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Gerabah di Desa Plumpungrejo Kabupaten Blitar*. Jurnal Pemberdayaan Ekonomi dan Sosial. Vol. 2. No. 01. 2022. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/joesment/article/view/21264>

			mengatur strategi pasar, modal dan lain sebagainya		
7.	Louis Allandika Tengor, dkk ¹⁴	Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi Sablon Kaos di <i>Home Industri</i> 35 Screen Printing Turen	Pengembangan industri berada pada posisi SO yang dimana dalam posisi ini perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mempertahankan kekuatan yang ada	Keduanya menggunakan analisis SWOT dalam menganalisis data	Terletak pada objek penelitian serta waktu penelitian
8.	Latif Syaipuddin, dkk ¹⁵	Strategi Pengembangan Produksi	Strategi pengembangan home	Keduanya menggunakan metode	Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian

¹⁴ Louis Allandika Tengor, dkk. *Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Konveksi Sablon Kaos Di Home Industri 35 Sablon Turen*. Jurnal Valtech. Vol. 4. No. 2. 2021. <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/view/3829>

¹⁵ Latif Syaipuddin, Idah Nurfaizyah Awwalin. *Strategi Pengembangan Produksi Home Industry Batu Ziolit Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Di Desa Besole Kecamatan Besuki*

<i>Home Industri</i>	industri	kualitatif	serta teknik
Batu Zolit	dapat		analisis data
untuk	meningkatk		
Meningkatkan	an omzet		
Omzet	penjualan		
Penjualan	dengan		
	melakukan		
	pengemban		
	gan usaha		
	yang		
	dilakukan		
	secara		
	online		
	maupun		
	offline		
	sehingga		
	dapat		
	menarik		
	pelanggan		
	untuk		
	melakukan		
	pembelian		
	produk		
	tersebut.		

9.	Edi Suroso, dkk ¹⁶	Strategi Pengembangan Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning	Strategi yang tepat untuk digunakan dalam usaha tersebut menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada	Menggunakan analisis SWOT dalam menganalisis data	Perbedaannya terletak pada objek penelitian lokasi serta waktu penelitian
10.	Faizol Aziz, dkk ¹⁷	Pengembangan <i>Home Industry</i> Tempe Keraton	Strategi yang digunakan yaitu strategi agresif dimana strategi tersebut meningkatkan manajemen, jumlah, dan kualitas	Persamaan terletak pada teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT dan metode penelitian kualitatif	Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitian

¹⁶ Edi Suroso, dkk. *Strategi Pengembangan Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning Di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Di Home Industry B.CO Bandar Lampung)*. Jurnal Agroindustri Berkelanjutan. Vol.1. No. 1. 2022.

¹⁷ Faisol Aziz, Insusmoko Adi Jansen, Mohammad Aliridla. *Pengembangan Home Industry Tempe "Keraton" Desa Montorna*. Journal of Food Technology and Agroindustry. Vol. 2. No.2. 2020. <https://ejournalwiraraja.com/index.php/JFTA/article/view/961>

produksi
untuk
mendapatka
n
kepercayaan
dari
konsumen

B. Landasan Teori

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “strategos” diambil dari kata stratus yang berarti militer dan “Ag” yang artinya memimpin. Strategi diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Secara umum strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide atau gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu.¹⁸

Strategi merupakan upaya pengembangan posisi kompetitif perusahaan ditengah persaingan usaha. Sementara itu, strategi adalah seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif yang diharapkan. Strategi membutuhkan informasi untuk membuat

¹⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, “*Dasar-Dasar Pemasaran,*” ed. By Alexander Sindoro, edisi ke 9 (Jakarta: PT Indeks, 2004).

keputusan strategi yang tepat berkaitan dengan pemilihan produk, metode produksi, saluran pemasaran. Dan hal lain yang bersifat jangka panjang.¹⁹

Strategi juga dikatakan sebagai pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana tindakan spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif yang diharapkan. Dengan kata lain, strategi merupakan jawaban atas pertanyaan bagaimana suatu perusahaan dapat mencapai tujuan.²⁰

Menurut Freddy (dalam Rudianto) bahwa prinsip strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 4 tipe strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi, strategi bisnis, dan strategi pemasaran.

- a. Strategi manajemen, meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya : strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi mengenai keuangan dan lain sebagainya.
- b. Strategi investasi, merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya : apakah organisasi ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahap dan lain sebagainya.
- c. Strategi bisnis, sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi berorientasi pada fungsi-fungsi manajemen, misalnya : strategi

¹⁹ Pratiwi, Risda, “*Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL JAYA di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat,*” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018).

²⁰ Rudianto, *Akuntansi Manajemen, Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategi,* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2013), h.5.

pemasaran, strategi produksi atau operasional, dan strategi-strategi lainnya yang berhubungan.²¹

- d. Strategi dalam pengembangan usaha, dimana strategi merupakan bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi kemasa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional dalam perumusannya sehingga perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.

2. Pengertian 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. Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli, yaitu :

a. 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.

²¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001).

b. Brown dan Petrello

Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apakah kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

c. 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.

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan suatu usaha. Terdapat 2 unsur yaitu :

a. Unsur yang berada dari dalam perusahaan (pihak internal)

- 1) Adanya niat dari si pengusaha atau pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
- 2) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang atau produk, dan lain sebagainya.

b. Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)

- 1) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
- 2) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik untuk usaha.
- 3) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan harga yang

sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula.

- 4) Cakupan jajaran produk, suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi yang memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam suatu tempat.²²

3. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah tindakan masa depan yang membutuhkan keputusan dari manajemen puncak dalam pengembangan bisnis untuk menjadi kenyataan. Selain itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, setidaknya selama lima tahun. Oleh karena itu, karakter strategi pengembangan berorientasi pada masa depan. Strategi pengembangan memiliki fungsi perumusan dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.²³

Hunger & wheelen berpendapat bahwa perumusan strategi merupakan pengembangan rencana jangka panjang untuk pengelolaan dari peluang dan ancaman lingkungan dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Strategi yang dirumuskan lebih spesifik dalam hal kegiatan manajemen dasar. David (dalam Afridal) mengemukakan bahwa perumusan strategi meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi suatu perusahaan, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang

²² Pratiwi, Risda, “*Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL JAYA di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat,*” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018).

²³ Yuldi, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil.* (Bekasi : Asoka Ilmu, 2017)

organisasi, membuat beberapa alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk organisasi.²⁴

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 memberikan dampak positif bagi sebuah pengembangan usaha. Adapun faktor-faktor mempengaruhi pengembangan suatu usaha yaitu :

a. Sumber Daya Manusia

Salah satu aspek yang tidak kalah penting ialah sumber daya manusia yang dimana keadaan sumber daya manusia pada saat ini lebih difokuskan pada kualitas tenaga kerja, dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankan, karena keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kinerja karyawan yang sangat tinggi dalam menjalankan tugasnya (Nasir et al., 2021; Nurdin et al., 2019; Shaleh et al., 2021).

b. Permodalan

Modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha tersebut yang dimana modal sangat besar perannya dalam menunjang kelangsungan usaha tersebut dapat tercapai. Modal (*capital*) adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk menghasilkan kekayaan yang lebih besar lagi. Modal yang pertama kali dikeluarkan, selanjutnya ialah biaya untuk membiayai pendirian

²⁴ Sukardi, Rizky Wiradhika Rahayu, “Strategi Pengembangan Usaha Kue Tori’ (Studi Kasus Pada Usaha Kue Tori’ Sinar di Desa Barammase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu)”, (Universitas Cokroaminoto Palopo, 2021).

perusahaan mulai dari persiapan yang diperlukan sampai perusahaan tersebut berdiri. modal dibedakan atas 3 bentuk yaitu :

- 1) Modal Uang, adalah sumber dana yang diperoleh untuk digunakan dalam barang-barang modal. Jadi, modal uang merupakan cermin dari modal barang (Arhami & Bakri, 2023; Bakri, 2019, 2020; Muzayyanah Jabani, Muhammad Nur Alam Muhajir, Muh. Shadri Kahar Muang, 2020).
- 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 unsure 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 (Bakri & Daud, 2019; Bakri & Hardianti, 2020; Yanti & Bakri, 2023). Dalam islam modal bukanlah tanpa biaya, walaupun kenyataannya dilarang. Biaya modal dapat dinyatakan dari segi biaya peluang dan kerangka islam. Islam mengakui saham modal suatu saham yang dapat berubah-ubah. Dengan demikian, karena adanya unsur keuntunganlah maka modal dapat tumbuh bahkan dalam perekonomian yang bebas bunga seperti islam, ²⁵dalam Al-Quran Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah (2): 279

فان لم تفعلوا فآذنوا بحرب من اللّٰه ورسوله وان تبتم فلكم رؤس اموالكم ّل تظلمون وّل تظلمون

Terjemahnya: *Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa **riba**), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari dari pengambilan **riba**) maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.*²⁶

²⁵ Zainal Arifin Zakaria, *Tafsir Inspirasi: Inspirasi Seputar Kitab Suci Al-Quran*, 2018.

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2018).

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.²⁷ Adapun jenis modal lainnya yaitu :

1) Modal Asing

Modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara dan bagi perusahaan modal tersebut merupakan hutang yang pada saatnya harus dibayar (Hamida et al., 2023; Muang et al., 2022; Muzayyanah Jabani, 2020; Rismayanti, 2023).

2) Modal sendiri

Modal sendiri pada dasarnya adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan yang tertanam di dalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya. Modal sendiri yang berasal dari modal intern dalam bentuk keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Adapun modal industri yang berasal dari sumber ekstern adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan (Arno et al., 2019; Muh, 2023; Rahmad, 2020; SIRRULLAHA et al., 2020).

c. Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui usaha produk yang ditawarkan. Pemasaran merupakan hal yang penting dalam

²⁷ Pratiwi, Risda, “*Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL JAYA di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat,*” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018).

kelangsungan hidup usaha. Banyak wirausaha memahami pemasaran hanya sebatas memasarkan produk yang dihasilkan dalam arti penjualan (M. R. Abdullah et al., 2022; Fasiha, 2022; Humaidi et al., 2022; Muh. Ruslan Abdullah, Fasiha, 2022). Kesuksesan dalam melakukan kegiatan usaha ditentukan oleh keberhasilan pemasaran perusahaan.

Tujuan pemasaran sangatlah berat dimana produk yang dipasarkan harus dipastikan dapat tiba ditangan konsumen sesuai harapan konsumen, baik itu berupa bentuk, fungsi, dan lain sebagainya. terdapat dua metode pemasaran yaitu pemasaran tradisional yang berfokus pada jumlah penjualan dan pemasaran modern yang berfokus pada pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen. ²⁸

d. Teknologi

Teknologi berarti suatu perubahan dalam fungsi produksi yang Nampak dalam teknis produksi yang ada. Sedangkan yang dimaksud dengan perubahan teknologi adalah termasuk perubahan dalam fgsi produksi dalam kegiatan tertentu yang dapat menambah hasil input tertentu. Teknologi dapat diklasifikasikan berdasarkan jenisnya antara lain : teknologi modern, teknologi madya atau teknologi tepat, dan teknologi tradisional atau sederhana (Baharuddin et al., 2022; Saleh et al., 2020; Syarief Iskandar, 2023).

1. Bauran Pemasaran

Menurut kotler, bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Perusahaan dapat membuat keputusan bauran pemasaran sesuai dengan variabel di dalamnya. Hal ini digunakan untuk menciptakan produk yang ditawarkan, menetapkan harga, memberikan informasi kepada konsumen, serta digunakan untuk

²⁸ Nurdin Batjo, *Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku dan Putusan Pembelian*, Jurnal of Islamic Management and Bussines. Vol. 1, No. 2. 2018

menentukan dimana penawaran dapat diakses. Bauran pemasaran (*marketing mix*) dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*).²⁹

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi yang dapat menentukan tingkat keberhasilan dalam pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

a) Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat memberikan manfaat memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen.³⁰ Pada pandangan islam, produk pada pemasaran yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada pembeli kelebihan dan produknya sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab: 70-71:

يا أيها الذين آمنوا اتقوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا . يَصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالِكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Terjemahnya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar (70) niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu, dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar (71).*” (QS. Al-Ahzab: 70-71)³¹

b) Harga

Menurut Suparyanto dan Rosad (dalam Sunarto), harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berapa uang yang harus dikorbankan untuk

²⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*, 2009.

³⁰ Sunarto, “*Manajemen Pemasaran*” (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2004), h.9

³¹ Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir *Al-Qur'an, Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Departemen Agama RI, 2006), h. 604

mendapatkan suatu produk. Sedangkan menurut Kotler & Armstrong harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

c) Promosi

Menurut Buchari Alma (dalam Sunarto) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang menyaksikan calon konsumen tentang barang dan jasa. Sedangkan menurut Kotler dan Keller promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau layanan. Dengan memilih media promosi yang tepat dan jangkauan yang cukup luas maka diharapkan segala informasi yang hendak disampaikan kepada masyarakat dan konsumen baik mengenai produk baru maupun nilai lebih dan manfaat tambahan bagi konsumen diharapkan akan dapat diterima dengan baik sehingga hal ini nantinya dapat meyakinkan dan mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

d) Tempat atau Distribusi

Berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran. Distribusi adalah kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan, sebagian dari tugas distribusi adalah memilih perantara

yang akan digunakan dalam saluran distribusi yang secara fisik menangani dan menyangkut produk melalui saluran tersebut.³²

4. Analisis SWOT

Menurut Philip Kotler analisis SWOT merupakan keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunities-Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal.³³

Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.³⁴ Analisis SWOT adalah metode penyusunan strategi perusahaan atau suatu bisnis tunggal tersebut baik berupa domestik maupun multinasional. Tahap awal penetapan strategi adalah menaksirkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Alat yang dipakai menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT.³⁵

a. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Menurut David (dalam Dinarni Pratiwi, 2022), ada lima tahap penyusunan matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.

³²Sunarto, "Manajemen Pemasaran" (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2004), h.9

³³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran", Edisi 13 Jilid 1, 2009, h.51.

³⁴ Marimin, "Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk", (Bogor: Grasindo, 2004), h. 60.

³⁵ Edward J. Blocher, et, al., "Manajemen Biaya", (Jakarta: Salemba Empat, 2007)

- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting), bobot yang diberikan masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri.
- 3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating=1), kelemahan yang kecil (rating=2), kekuatan kecil (rating=3), kekuatan besar (rating=4)
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan *score*.
- 5) Jumlah skor masing-masing variabel.

b. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Menurut David (dalam Dinarni Pratiwi, 2022), ada lima tahapan penyusunan matriks *Eksternal Factor Aanalysis Summary* (EFAS) :

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

- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlah semua skor untuk mendapatkan nilai total score perusahaan.
 Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Faktor-faktor IFAS dan EFAS di atas merupakan gambaran secara umum yang diperoleh pada saat melakukan penelitian dan dapat disesuaikan dengan kondisi lapangan, dimana dalam hal ini akan disesuaikan dengan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam penentuan bobot faktor berdasarkan pengaruh faktor terhadap posisi strategi perusahaan dengan skala 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (sangat tidak penting). Bobot dan rating ditentukan berdasarkan pada isian wawancara dimana hal tersebut menjadi acuan dari bobot dan rating tersebut.

Tabel 2.1 Bobot

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

c. Matriks SWOT

Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi perusahaan. Sebagai sebuah konsep dalam manajemen strategi, teknik ini menekankan mengenai perlunya penilaian

lingkungan eksternal dan internal, serta kecenderungan pengembangan dimasa depan sebelum menetapkan sebuah strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), serta dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Thearts*).

Tabel 2.2 Matriks Analisis SWOT

IFAS EFAS	<i>Strenght</i> (S) Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	<i>Weaknesses</i> (W) Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
<i>Opportunity</i> (O) Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan faktor-ancaman eksternal	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman ³⁶

1) Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*strenght*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strateg ini dibuat berdasarkan pemikiran para eksekusi perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

³⁶ I Gusti Ngurah Alit Wiswata, I Gusti Ayu Ari Agung, I Made Tamba, “ Analisis SWOT (kajian perencanaan model, strategi, dan pengembangan usaha)” (Denpasar, 2018)

2) Strategi ST (*Strenght-Threat*)

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

3) Strategi WO (*Weaknes-Opportunity*)

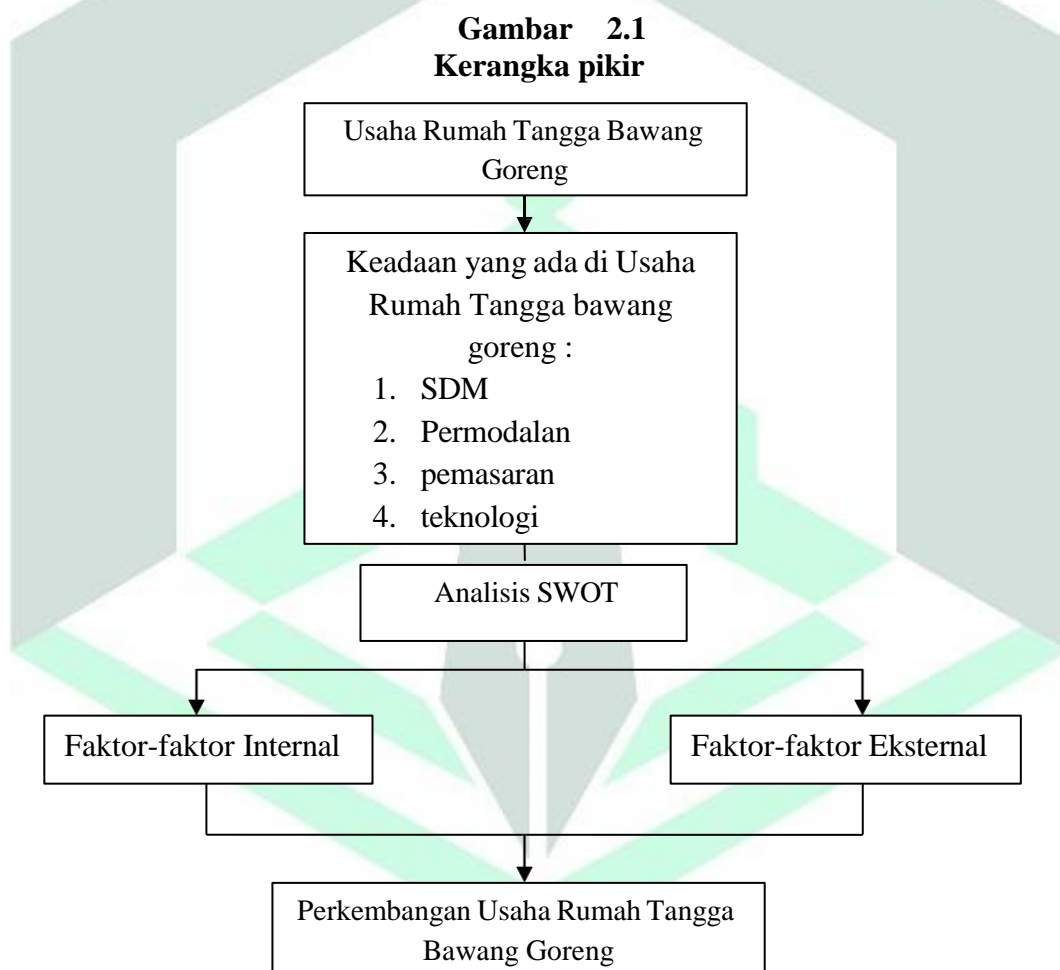
Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*weaknes*) dan faktor eksternal (*opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

4) Strategi WT (*Weaknes-Threat*)

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

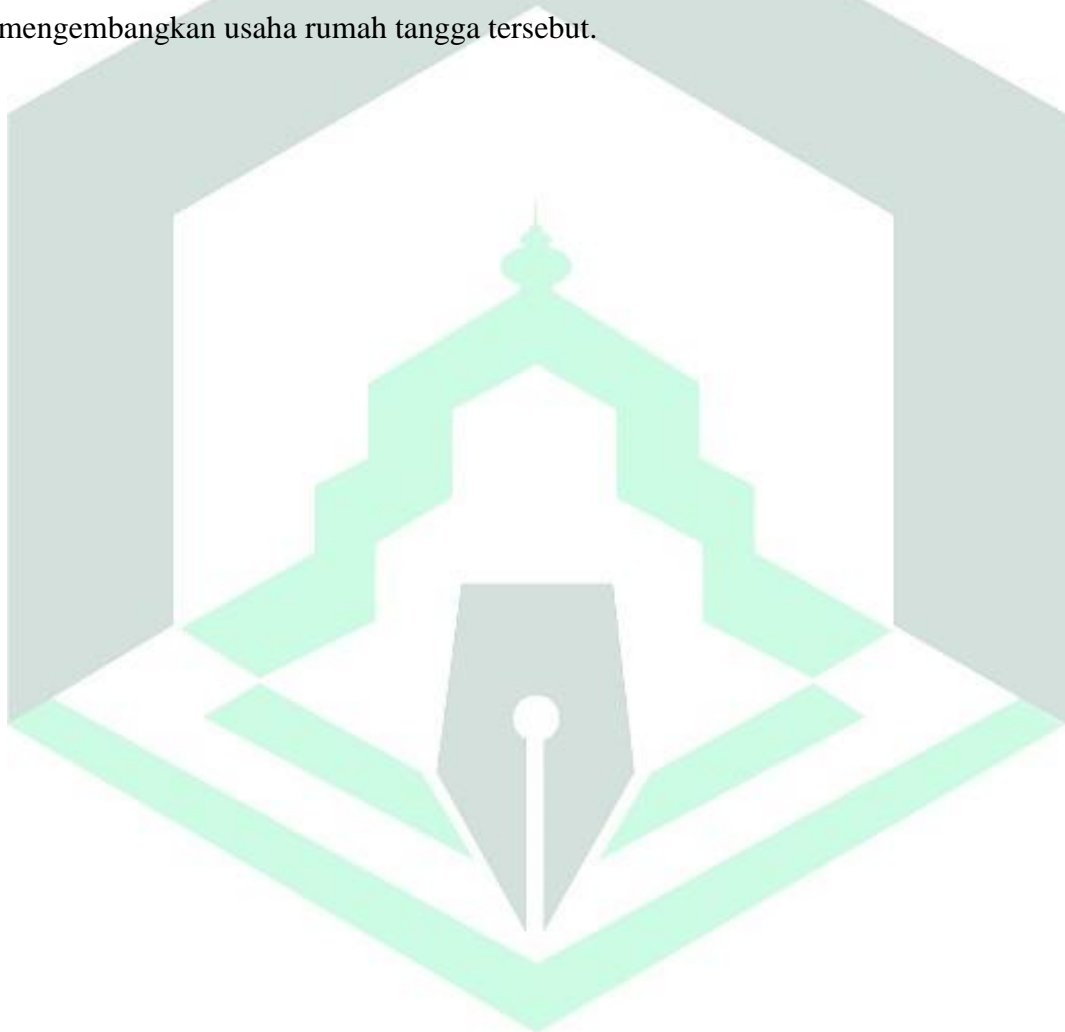
C. Kerangka Fikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Agar tidak terjadi kekeliruan, maka peneliti terlebih dahulu menetapkan kerangka pikir. Adapun kerangka pikir dalam hal ini yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di desa sukamaju kecamatan sukamaju kabupaten luwu utara.



Usaha rumah tangga saat ini merupakan kegiatan wirausaha yang banyak diminati oleh banyak kalangan. Tak terkecuali usaha rumah tangga bawang goreng yang ada di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

Meningkatnya usaha tersebut dapat membuat pengusaha dari usaha rumah tangga tersebut bersaing antara yang satu dengan yang lainnya. Untuk itu pelaku usaha rumah tangga memerlukan strategi pengembangan yang baik agar tidak tertinggal oleh pelaku usaha lainnya sehingga diperlukan melakukan analisis agar dapat menganalisa faktor eksternal dan internal yang dapat memberikan pengaruh atau masukan pada usaha tersebut sehingga dapat menciptakan strategi yang dapat mengembangkan usaha rumah tangga tersebut.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivism/enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Sugiyono).³⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Agustus.

C. Subjek Peneliti

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan data dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu yang dimaksud ialah misalnya orang yang dipilih karena dianggap paling tahu tentang informasi atau hal yang akan diteliti sehingga dapat memudahkan peneliti mendapatkan objek yang hendak diteliti. Subjek penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi atau fenomena tertentu yang menjadi fokus penelitian. Pada penelitian ini ada tiga informan yang digunakan yaitu :

³⁷ Sugiyono, “Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methode*), (Bandung: Alfabeta, 2020)

1. Informan kunci

Pemilik usaha rumah tangga bawang goreng.

2. Informan utama

Karyawan dari usaha rumah tangga bawang goreng.

3. Informan penunjang

Pengunjung atau pembeli produk bawang goreng.

D. Definisi Istilah

1. Strategi

Strategi diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Secara umum strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide atau gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu.³⁸

2. 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.³⁹

3. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah tindakan masa depan yang membutuhkan keputusan dari manajemen puncak dalam pengembangan bisnis untuk menjadi

³⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *“Dasar-Dasar Pemasaran,”* ed. By Alexander Sindoro, edisi ke 9 (Jakarta: PT Indeks, 2009)

³⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001).

kenyataan. Selain itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, setidaknya selama lima tahun. Oleh karena itu, karakter strategi pengembangan berorientasi pada masa depan. Strategi pengembangan memiliki fungsi perumusan dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.⁴⁰

E. Instrumen Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan ialah penelitian kualitatif dimana penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam hal ini dapat memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data menggunakan instrumen pendukung pengumpulan data seperti, pedoman wawancara dan dokumentasi.⁴¹

F. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini untuk meneliti keabsahan suatu data peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Terdapat beberapa teknik triangulasi yaitu :

1. Triangulasi sumber, untuk menguji kredibilitas dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari sumber.
2. Triangulasi teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda misalnya dengan observasi, kemudian wawancara, dan dokumentasi.

⁴⁰ Sukardi, Rizky Wiradhika Rahayu, “Strategi Pengembangan Usaha Kue Tori’ (Studi Kasus Pada Usaha Kue Tori’ Sinar di Desa Barammase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu)”, (Universitas Cokroaminoto Palopo, 2021).

⁴¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D, (Bandung: Alfabeta,2020).hal. 308

3. Triangulasi waktu, dalam pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lainnya dalam waktu yang berbeda sehingga jika hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang agar dapat ditemukan kepastian datanya.⁴²

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh dari usaha home industri bawang goreng melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu.

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh melalui :

- a. Observasi

Teknik ini merupakan pengambilan dan pengumpulan data dengan terjun langsung di lapangan dengan memperhatikan keadaan dan kegiatan objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memilih observasi partisipasi. Jenis observasi partisipasi yang peneliti pilih merupakan observasi partisipasi pasif, sehingga dalam hal ini peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

⁴² Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,” (Bandung: Alfabeta, 2020).

b. Wawancara

Metode pengumpulan data selanjutnya yaitu dengan wawancara, dimana peneliti mendapatkan informasi dengan mewawancarai atau bertanya langsung kepada informan. Tanpa wawancara peneliti akan kehilangan informasi mengenai penelitian yang akan ditelitinya.

c. Dokumentasi

Metode dokumen dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian atau penelitian.

2. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari instansi yang terkait dengan topik penelitian. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan lain sebagainya.⁴³

H. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh berbagai sumber di atas akan diolah dan dianalisis gambaran yang jelas tentang Strategi Pengembangan Usaha Rumah TanggaBawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara, baik secara internal maupun eksternal. Metode analisis dalam identifikasi tersebut adalah analisis SWOT. Analisis ini merupakan suatu metode untuk menggali untuk menguraikan berbagai potensi dan tantangan yang akan dihadapi dalam pengembangan usaha tersebut. Analisis ini dirancang untuk dapat

⁴³ Abdurrohman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT . Rineka Cipta, 2017).

memaksimalkan kekuatan dan peluang usaha sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada.⁴⁴

Adapun tahapan dalam analisis data agar dapat memberikan gambaran dari data hasil penelitian tersebut ialah :

a. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis. Data akan dibedakan menjadi data internal dan data eksternal.

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang diperoleh dalam bentuk uraian dan didukung oleh dokumentasi atau sejenisnya untuk ditarik kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berarti melakukan verifikasi sepanjang proses penelitian yang dituangkan dalam kesimpulan dilakukan dengan mengambil intisari dari kegiatan hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara

⁴⁴ Rahayu, T. D. "Penerapan Analisis SWOT dalam Perumusan Strategi Bersaing Pada Eddy Jaya Photo. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. VOL. 5 (2), 2016

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Sukamaju adalah salah satu wilayah transmigrasi dan telah dimekarkan menjadi 14 desa yaitu Desa Lampuawa, Desa Tolangi, Desa Tulung Sari, Desa Minanga Tallu, Desa Tamboke, Desa Kaluku, Desa Salulemo, Desa Saptamarga, Desa Sukadamai, Desa Mulyasari, Desa Wonosari, Desa Katulungan, Desa Tulung Indah, dan Desa Sukamaju yang lebih dikenal oleh masyarakat.

Desa Sukamaju memiliki empat dusun antara lain yaitu Dusun Balipurwa, Dusun Kusuma, Dusun Mataram, dan Dusun Sukamaju. Mayoritas masyarakat yang tinggal di Desa Sukamaju ialah berbisnis, industri rumahan, buruh harian, serta berdagang dan terdapat sebagian masyarakat memilih untuk berkebun. alam yang cukup subur dan iklim matahari tropis yang sangat menunjang menjadikan Desa Sukamaju sebagai salah satu daerah potensi pertanian di Kabupaten Luwu Utara. Komoditi utama wilayah Kecamatan Sukamaju adalah kelapa sawit, jagung, dan kakao.

Potensi wilayah Desa Sukamaju yang kedepannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat sangat potensial dijadikan sebagai sentra agrobisnis dan agroindustri. Wilayah Desa Sukamaju dengan bermodalkan sebuah sumber daya alam yang memungkinkan untuk dikembangkan. Sehingga memerlukan sebuah penanganan khusus dan perhatian dari pemerintah pengembangannya.

Secara geografis kecamatan sukamaju terletak pada 2° 25' 40"- 2° 45' 40" Lintang Selatan dan 120° 23' 45"- 120° 33' 23" Bujur Timur. Luas wilayah kecamatan sukamaju sekitar 208,21 km². Desa Sukamaju terletak pada kordinat 120°, 465' 97" BT, -2,607' 84" LS dan mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Kaluku
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Tolangi
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Salulemo dan Saptamarga.
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Wonosari dan Mulyasari.

Tingkat kepadatan penduduk di wilayah Kecamatan Sukamaju masih tergolong rendah. Dengan luas sekitar 208,21 km² dan jumlah penduduk sebanyak 28.366 jiwa, dimana jumlah penduduk laki-laki sebanyak 14.299 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 14.067 jiwa serta jumlah kepala keluarga sebanyak 8.285 KK.⁴⁵

2. Sejarah Berdirinya Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng

Usaha bawang goreng ini merupakan usaha yang didirikan oleh ibu Lina sejak tahun 2021. Awalnya beliau hanya ibu rumah tangga yang setiap harinya mengerjakan pekerjaan rumah, selain itu ia juga membantu suaminya untuk berjualan kopi bubuk di pasar. Tetapi karena untuk memenuhi kebutuhannya, ia memutuskan untuk memulai usaha dengan menjual bahan pokok atau bumbu dapur di pasar. Seiring dengan berjalannya waktu, karena banyaknya permintaan

⁴⁵ Sumber Data Profil Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara

akan produk bawang goreng ibu Lina memutuskan untuk membuat produk bawang goreng tersebut dan menjualnya di pasar.

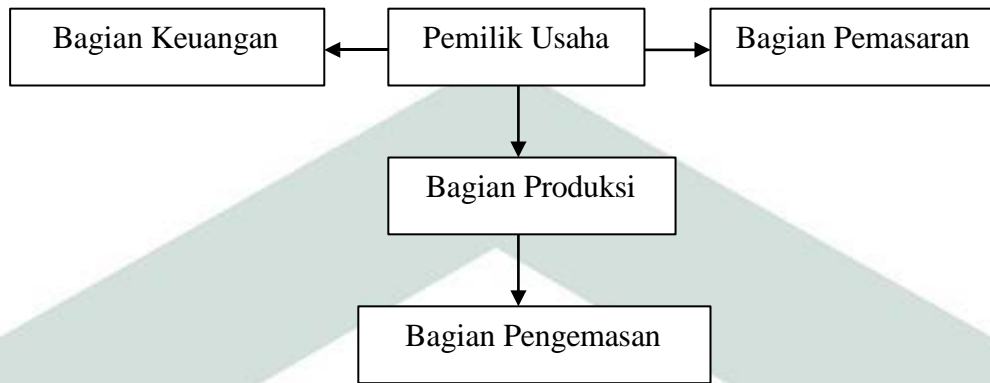
Awalnya peminat produk bawang goreng tersebut hanya ibu rumah tangga saja, namun seiring berjalannya waktu peminat produk bawang goreng tersebut bukan hanya dari kalangan ibu rumah tangga akan tetapi banyak kalangan seperti pabrik penggiling daging dan pelaku UMKM lainnya yang menggunakan produk bawang goreng tersebut. Usaha bawang goreng yang dijalani oleh ibu Lina ini mengalami perkembangan karena permintaan dari pelanggan yang cukup banyak sehingga ia tidak mampu lagi untuk memproduksi sendiri bawang goreng tersebut. Oleh karena itu, ibu Lina membutuhkan beberapa karyawan dalam membantunya untuk produksi bawang goreng tersebut. Terdapat beberapa karyawan dalam usaha tersebut yaitu 4 orang dalam bidang produksi dan 1 orang dalam pemasaran yaitu pemilik usaha tersebut.

3. Gambaran Umum Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng

Usaha rumah tangga bawang goreng merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam bidang ekonomi dan pengelolaan hasil pertanian seperti bawang merah menjadi produk jadi yang siap digunakan dan dipasarkan. Usaha rumah tangga bawang goreng ini berada di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara yang memiliki beberapa sarana berupa alat yang digunakan dalam proses produksi bawang goreng, yaitu Wajan besar, baskom, parutan bawang, pisau dan kompor. Adapun prasarana dalam usaha rumah tangga bawang goreng ini yaitu rumah yang dijadikan sebagai rumah produksi bawang

goreng. Terdapat struktur organisasi pada usaha rumah tangga bawang goreng yang ada di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara yaitu :

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng



4. Kondisi Yang Ada di Usaha Rumah Tangga

a. Sumber Daya Manusia

Pada usaha rumah tangga bawang goreng ini pengelolaan sumber daya manusia dilakukan oleh pemilik usaha tersebut. Pada awalnya usaha rumah tangga bawang goreng ini tidak mempunyai karyawan atau tenaga kerja, namun karena seiring berjalannya waktu permintaan dari konsumen semakin banyak, maka pemilik usaha membutuhkan karyawan. Usaha rumah tangga bawang goreng tersebut tidak melakukan perekrutan karyawan, melainkan mengajak anggota rumah dan beberapa orang tetangga untuk bekerja. Jumlah tenaga kerja yang dimiliki usaha rumah tangga bawang goreng tersebut hanya berjumlah 4 orang, 2 orang bagian produksi, 1 orang bagian pengirisan, dan 1 orang bagian pengemasan. Keuntungan yang didapat dari hasil penjualan digunakan untuk gaji tenaga kerja dan membeli bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan bawang goreng. Dalam satu kali produksi usaha rumah tangga ini mampu memproduksi bawang goreng dengan kapasitas maksimal 30 kg.

b. Permodalan

Modal merupakan faktor penting dalam suatu usaha, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kondisi permodalan pada Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara masih tergolong rendah. Seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha tersebut yaitu

“ modal yang saya gunakan saat pertama membuka usaha ini itu masih kecil sekitar kurang lebih Rp. 3.000.000. karena ini masih tahap awal jadi sambil mengumpulkan keuntungan sedikit demi sedikit juga disisihkan untuk penambahan modal untuk selanjutnya kalau permintaan dari pelanggan bertambah lagi”⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa kondisi permodalan pada usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara masih terbilang rendah karena modal yang dikeluarkan pengusaha rumah tangga bawang goreng ini berasal dari modal sendiri dengan modal awal ± Rp. 3.000.000.

c. Pemasaran

Sistem pemasaran produk bawang goreng ini dilakukan dengan memanfaatkan komunikasi dari mulut ke mulut dan tidak menggunakan media sosial seperti Facebook, WhatsApp dan lain sebagainya. Usaha rumah tangga bawang goreng ini tidak membuka cabang di tempat lain sehingga penjualan hanya dilakukan di rumah produksi dan pasar tradisional yang digunakan pemilik usaha untuk menjual hasil produksinya.

⁴⁶ Lina, Owner Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng, wawancara tanggal 2 Agustus 2023.

d. Teknologi

Teknologi yang digunakan dalam usaha rumah tangga bawang goreng ini masih sederhana seperti dalam proses pengirisan awalnya hanya menggunakan pisau, namun karena dapat memicu kecelakaan dalam produksi pemilik usaha rumah tangga bawang goreng tersebut menggantinya dengan parutan bawang yang manual. Kendala yang terdapat pada industri ini untuk menggunakan teknologi yang lebih maju yakni kurangnya modal itu sendiri.

5. Proses Produksi Bawang Goreng

Tahapan proses pembuatan bawang goreng adalah sebagai berikut :

a. Persiapan Bahan Baku dan Alat

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan bawang goreng yaitu bawang merah, minyak goreng, tepung beras dan garam. Alat yang digunakan yaitu wajan besar, baskom, keranjang dan parutan bawang.



Gambar 4.2 Bahan Baku Bawang Goreng

b. Pengupasan bahan baku

Bawang merah yang masih dalam wadah tersebut dikeluarkan dan di kupas hingga bersih agar kualitas dari produk nantinya tetap terjaga. Pengupasan bawang merah memakan waktu yang cukup lama sehingga diperlukan beberapa orang karyawan dalam pengupasan sehingga cukup untuk mempercepat waktu produksi.



Gambar 4.3 Proses Pengupasan Bawang Merah

c. Pengirisan Bawang Merah

Setelah bawang merah selesai di kupas selanjutnya dicuci dengan air mengalir hingga bersih agar tidak ada lagi kotoran yang menempel dan getah dari bawang merah hilang agar produk yang dihasilkan juga tetap baik. tahap selanjutnya yaitu pengirisan. Pada tahap ini perlu diperhatikan tingkat ketebalan dalam pengirisan karena sangat berpengaruh pada kualitas produk. Pada pengirisan bawang tidak boleh terlalu tebal dan tidak pula terlalu tipis karena

dapat mempengaruhi kualitas produk bawang goreng terlebih dari tingkat ketahanan produk itu sendiri.



Gambar 4.4 Tahap Pengirisan Bawang Merah

d. Pencampuran bahan

Bawang merah iris dan garam dicampurkan hingga rata dalam baskom sedikit demi sedikit. Kemudian mencampurkan tepung beras ke bawang merah yang telah dicampur dengan garam secara merata kemudian dimasukkan ke wajan besar yang berisi minyak panas.



Gambar 4.5 Pencampuran Bahan Baku

e. Penggorengan

Setelah proses pencampuran selesai, kemudian adonan dimasukkan ke dalam wajan besar yang berisi minyak panas untuk digoreng selama kurang lebih 15-20 menit. Dalam proses penggorengan api yang digunakan harus diperhatikan agar bawang goreng matang secara merata.



Gambar 4.6 Proses Penggorengan Bawang Merah

f. Pengemasan

Setelah proses penggorengan, kemudian bawang goreng diangkat dan ditiriskan hingga minyak berkurang dan didinginkan. Setelah didinginkan bawang goreng dikemas dan siap untuk dipasarkan.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Lingkungan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng

Analisis lingkungan ini diperlukan untuk menilai lingkungan dari Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng secara keseluruhan, baik berasal dari luar (eksternal) maupun dari dalam (internal) yang dapat mempengaruhi kemajuan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan.

a. Analisis Lingkungan Internal

1) Produksi

Produksi adalah kegiatan menghasilkan suatu barang atau menciptakan suatu barang dalam memenuhi kebutuhan. Pada usaha rumah tangga bawang goreng ini memproduksi bahan pangan yang termasuk jenis makanan ringan yang biasanya digunakan sebagai bumbu tabur atau lain sebagainya. Jenis produk yang diproduksi menggunakan bahan baku alami dan tidak menggunakan bahan pewarna ataupun tambahan penyedap rasa lainnya yang dapat membahayakan kesehatan.

Produk bawang goreng ini terbuat dari bahan yang alami yang bahan utamanya ialah bawang merah, selain itu adapun bahan tambahan lainnya yaitu tepung beras dan garam sehingga tidak ada bahan tambahan lainnya yang dapat merusak atau mengganggu kesehatan. Produk tersebut hanya dibuat dengan menggunakan tenaga manusia tanpa bantuan tenaga mesin atau sejenisnya. Produsen dari usaha rumah tangga bawang goreng berusaha selalu menjaga kualitas bahan baku dan rasa dari produk bawang goreng itu sendiri sehingga mempunyai rasa yang khas.



Gambar 4.7 Produk Bawang Goreng

2) Sumber Daya Manusia

Pada usaha rumah tangga bawang goreng, pengelolaan sumber daya manusia dilakukan oleh pemilik usaha rumah tangga itu sendiri. Pemilik usaha rumah tangga bawang goreng itu tidak melakukan perekrutan pada tenaga kerja, melainkan mengandalkan keterampilan dan kemauan untuk bekerja. Jumlah sumber daya manusia atau tenaga kerja yang dimiliki dalam usaha rumah tangga bawang goreng ini berjumlah 4 orang, 2 orang bagian produksi, 1 orang bagian pengirisan, dan 1 orang bagian pengemasan.

3) Pemasaran

Pemasaran dalam usaha rumah tangga bawang goreng ini dilakukan dengan memanfaatkan komunikasi dari mulut ke mulut. Hal ini dikarenakan usaha rumah tangga tersebut belum memiliki merk dagang atau *brand*. Usaha rumah tangga ini tidak memiliki cabang di tempat lain, sehingga penjualan hanya dilakukan di rumah produksi dan di pasar tradisional yang digunakan pemilik usaha tersebut untuk menjual hasil produksinya. Harga dalam hal ini menjadi sangat penting dalam penjualan suatu produk karena pada kenyataannya setiap konsumen memiliki kecenderungan untuk membeli suatu barang jika barang yang ditawarkan tersebut tepat dan berkualitas atau layak. Dalam penentuan harga, pemilik usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara pada umumnya harga yang mereka tawarkan relatif murah yaitu berkisar Rp 10.000/ psc. Selain karena harga yang ekonomis, konsumen juga merasakan kepuasan terhadap produk tersebut, selain praktis namun juga cita rasa dan kualitas dari produk tersebut juga sangat baik.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

1) Konsumen

Konsumen merupakan pelaku atau orang yang memakai atau menggunakan barang atau jasa yang tersedia, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, dan orang lain. Konsumen dalam produk bawang goreng ini terdapat diberbagai kalangan, mulai dari ibu rumah tangga, pelaku usaha UMKM, dan lain sebagainya. selain karena cita rasa enak, gurih, dan renyah yang ditawarkan oleh produsen konsumen juga merasa senang akan pelayanan yang diberikan oleh produsen ke konsumen sehingga konsumen bukan hanya puas akan suatu produk namun juga puas akan pelayanannya. Sehingga dari hal tersebut dapat meningkatkan minat konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut dan dapat meningkatkan penjualan.

2) Pesaing

Pesaing dari usaha rumah tangga bawang goreng ini yaitu industri kecil bawang goreng yang dimiliki oleh ibu Eka Diah yang ada di Kecamatan Sukamaju. industri tersebut juga belum memiliki merk dagang atau *brand* sehingga konsumen dari industri tersebut hanya membeli produknya lewat toko-toko yang dititipkan di pasar tradisional dan rumah produksi. Selain itu teknologi yang digunakan juga masih menggunakan dengan cara manual.

3) Ancaman

Adanya usaha rumah tangga baru atau industri baru akan menimbulkan persaingan atau peresbutan pangsa pasar dengan adanya posisi pendatang baru dalam bisnis yang serupa. Industri baru biasanya membawa kapasitas baru dengan

dorongan yang kuat untuk merebut pangsa pasar memiliki sumber daya yang lebih besar sehingga menciptakan keuntungan. Namun berhasilnya perusahaan baru yang sejenis untuk merebut pangsa pasar tergantung dari hambatan yang ada.

2. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Terdapat beberapa yang dapat dijadikan untuk menentukan analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal dalam melakukan analisis SWOT strategi pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Faktor-faktor yang berasal dari dalam yaitu kekuatan dan kelemahan pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng serta faktor dari luar yaitu peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng. Adapun faktor-faktor tersebut ialah :

a. Kekuatan

Beberapa faktor internal yang dapat menjadi daya pendorong untuk mencapai tujuan pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara adalah sebagai berikut :

- 1) Harga produk yang terjangkau
- 2) Modal usaha yang digunakan modal sendiri
- 3) Cita rasa produk yang gurih
- 4) Kualitas produk yang tahan lama

b. Kelemahan

Faktor kelemahan yang dapat mengakibatkan tidak tercapainya pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara ialah sebagai berikut :

- 1) Kemasan yang mudah ditiru
- 2) Tidak memiliki merk dagang atau *brand*
- 3) Masih menggunakan teknologi yang sederhana
- 4) Kegiatan promosi yang masih kurang
- 5) Tidak memiliki sertifikasi halal

c. Peluang

Faktor peluang yang dapat membantu dalam mencapai tujuan pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara ialah sebagai berikut :

- 1) Tingkat permintaan yang cukup tinggi
- 2) Lokasi pemasaran yang strategis
- 3) Bahan baku yang mudah didapatkan

d. Ancaman

Terdapat beberapa faktor ancaman yang dapat menghambat pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara adalah sebagai berikut :

- 1) Harga bahan baku yang tidak stabil
- 2) Adanya pesaing di desa yang sama
- 3) Kompetitor dengan inovasi produk baru

3. Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Berdasarkan analisis faktor-faktor internal yang ada pada usaha rumah tangga bawang goreng terdapat sejumlah kekuatan dan kelemahan yang ada. Faktor tersebut kemudian diberikan rating dan bobot.

Tabel 4.1 Matriks IFAS Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng

Faktor-faktor strategi internal	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :				
1) Harga produk yang terjangkau	20	0,19	4	0,76
2) Modal usaha yang digunakan modal sendiri	15	0,14	3	0,42
3) Cita rasa produk yang gurih	17	0,16	3	0,48
4) Kualitas produk yang tahan lama	16	0,15	3	0,45
Kelemahan :				
1) Kemasan yang mudah ditiru	10	0,09	2	0,18
2) Tidak memiliki merk dagang atau <i>brand</i>	10	0,09	2	0,18
3) Masih menggunakan teknologi yang sederhana	8	0,07	2	0,14
4) Kegiatan promosi yang masih kurang	8	0,07	2	0,14
5) Tidak memiliki sertifikasi halal	5	0,04	1	0,04
	108	1		2,79

Pada tabel 4.1 di atas skor total matriks IFAS sebesar 2,79 menunjukkan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng dapat memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengatasi kelemahan yang ada. Kekuatan utama yang dimiliki oleh Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng yaitu harga produk yang terjangkau dengan skor 0,76. Kekuatan yang kedua yaitu modal usaha yang digunakan modal sendiri dengan skor 0,42. Kekuatan yang ketiga yaitu cita rasa produk yang gurih dengan skor 0,48. Selanjutnya kekuatan keempat yaitu kualitas produk yang tahan lama dengan skor 0,45.

Kelemahan utama yang dimiliki Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng yaitu kemasan yang mudah ditiru dengan 0,18. Adapun kelemahan selanjutnya yaitu tidak memiliki merk dagang atau *brand* dengan skor 0,18, masih menggunakan teknologi yang sederhana dengan skor 0,14, kegiatan promosi yang masih kurang dengan skor 0,14, dan tidak memiliki sertifikasi halal dengan skor 0,04.

4. Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

Berdasarkan analisis beberapa faktor eksternal yang terdapat dalam Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng didapatkan sejumlah peluang dan ancaman yang disebut faktor strategis eksternal usaha yang akan diberikan bobot dan rating.

Tabel 4.2 Matriks EFAS Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng

Faktor-faktor strategi eksternal	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Peluang :				
1) Tingkat permintaan terhadap produk yang tinggi	20	0,23	4	0,92
2) Lokasi pemasaran yang strategis	16	0,19	3	0,57
3) Bahan baku yang mudah di dapatkan	14	0,16	3	0,48
Ancaman :				
1) Harga bahan baku yang tidak stabil	12	0,14	2	0,28
2) Adanya pesaing di desa yang sama	12	0,14	2	0,28
3) Kompetitor dengan inovasi produk baru	12	0,14	2	0,28
	85	1		2,81

Pada tabel 4.2 skor total matriks EFAS sebesar 2,81 menunjukkan bahwa usaha rumah tangga bawang goreng memiliki kemampuan dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman yang ada dari luar usaha rumah tangga bawang goreng tersebut. Peluang utama yang dimiliki oleh usaha rumah tangga bawang

goreng yaitu tingkat permintaan terhadap produk yang tinggi dengan skor 0,92. Peluang kedua yaitu lokasi pemasaran yang strategis dengan skor 0,57. Sedangkan pada peluang ketiga yaitu bahan baku yang mudah di dapatkan dengan skor 0,48.

Ancaman utama yang dimiliki oleh usaha rumah tangga bawang goreng yaitu harga bahan baku yang tidak stabil dengan skor 0,28. Sedangkan ancaman selanjutnya yaitu adanya pesaing di desa yang sama dan kompetitor dengan inovasi produk baru juga dengan skor 0,28.

5. Analisis Matriks Internal dan Eksternal

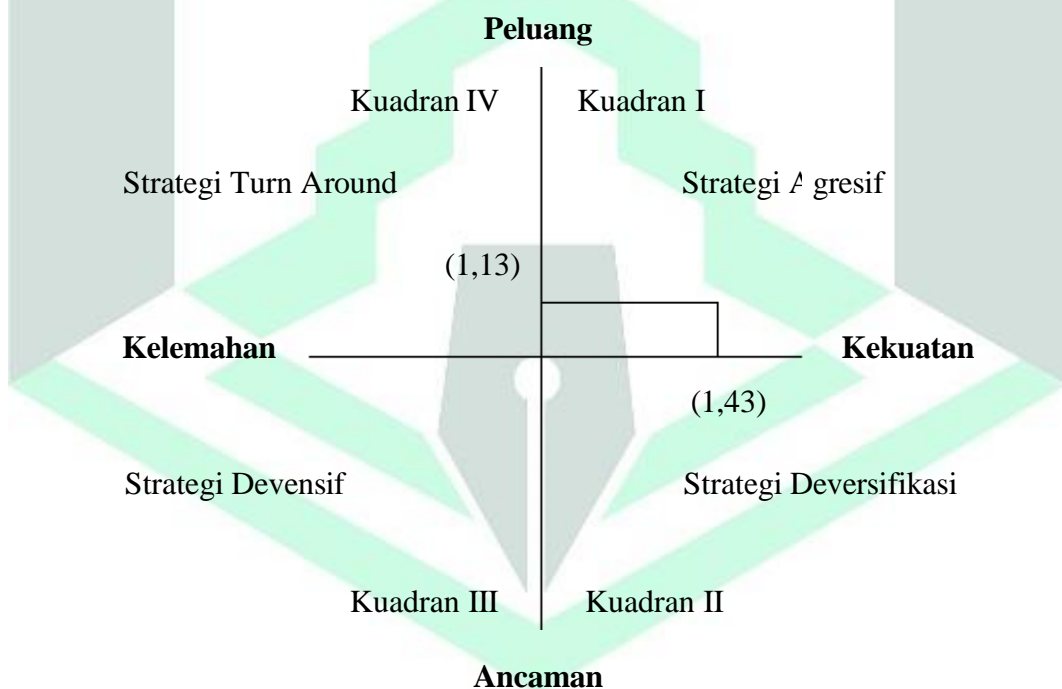
Matriks I-E dihasilkan melalui penggabungan informasi yang diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS untuk mendapatkan informasi mengenai posisi perusahaan guna untuk mempermudah dalam pemberian alternative strategi. Nilai matriks IFAS sebesar 2,79, menunjukkan bahwa Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng memiliki kemampuan dalam memanfaatkan kekuatan dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada. Sedangkan nilai matriks EFAS sebesar 2,81 menunjukkan bahwa Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng merespon peluang dan menghindari ancaman yang ada.

Berdasarkan nilai matriks IFAS dan EFAS tersebut, selanjutnya penentuan posisi usaha rumah tangga bawang goreng menggunakan faktor internal dan faktor eksternal.

Tabel 4.3 Analisis Matriks IFAS dan EFAS

IFAS	2,79	EFAS	2,81
Total skor kekuatan (S)	2,11	Total skor peluang (O)	1,97
Total skor kelemahan (W)	0,68	Total skor ancaman (T)	0,84
$X = S - W$	1,43	$Y = O - T$	1,13

Pada tabel 4.3 diketahui usaha rumah tangga bawang goreng pada matriks IFAS terdapat skor 2,79 dan matriks EFAS dengan skor 2,81. Total skor kekuatan (S) 2,11, total skor kelemahan (W) 0,68, total skor peluang (O) 1,97, dan total skor ancaman (T) 0,84. Maka dalam hal ini diketahui bahwa selisih total skor kekuatan dan total skor kelemahan adalah 1,43, sedangkan selisih dari total skor peluang dan total skor ancaman adalah 1,13.



Gambar 4.8 Matriks IFAS dan EFAS Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng

Pada gambar 4.8 matriks IFAS dan EFAS usaha rumah tangga bawang goreng tersebut berada pada posisi kuadran I, yaitu strategi agresif yang dimana

pada situasi ini adalah situasi yang menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha rumah tangga bawang goreng desa Sukamaju Kecamatan Suakamaju Kabupaten Luwu Utara memiliki kekuatan internal yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Oleh karena itu strategi yang tepat digunakan adalah strategi pertumbuhan agresif. Dengan penerapan strategi *growth* usaha rumah tangga bawang goreng dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

6. Analisis Matriks SWOT

Analisis matriks SWOT dilakukan dengan membandingkan secara sistematis hasil kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal dengan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Matriks SWOT digunakan untuk menilai faktor-faktor strategi suatu perusahaan, dengan menggunakan matriks maka kita dapat melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan.

Matriks SWOT didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Kombinasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam matriks SWOT yaitu strategi kekuatan-peluang (S-O), strategi kelemahan-peluang (W-O), strategi kelemahan ancaman (W-T), dan strategi kekuatan ancaman (S-T).

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal guna memperoleh keuntungan bagi usaha atau industri tersebut. Sedangkan strategi WO ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki. Tidak

sedikit ditemukan bahwa suatu organisasi memiliki peluang yang baik akan tetapi juga menghadapi masalah internal berupa kelemahan yang dimilikinya. Strategi ST merupakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi adanya ancaman eksternal yang dimiliki. Sedangkan strategi WT merupakan strategi yang dikenal dengan strategi bertahan atau strategi yang mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada.

Tabel 4.4 Matriks SWOT Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng

	Strengths (S)	Weakness (W)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga produk yang terjangkau 2. Modal usaha yang digunakan modal sendiri 3. Cita rasa produk yang gurih 4. Kualitas produk yang tahan lama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan yang mudah ditiru 2. Tidak memiliki merk dagang atau <i>brand</i> 3. Masih menggunakan teknologi yang sederhana 4. Kegiatan promosi yang masih kurang 5. Tidak memiliki sertifikasi halal
EFAS		
Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat permintaan terhadap produk yang tinggi 2. Lokasi produksi yang strategis 3. Bahan baku yang mudah di dapatkan 	<ol style="list-style-type: none"> a. Mempertahankan kualitas produk b. Mempertahankan cita rasa agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen karena tingkat permintaan produk 	<ol style="list-style-type: none"> a. Menciptakan atau membuat merk dagang agar lebih dikenal banyak konsumen b. Menggunakan teknologi yang lebih modern agar

	yang tinggi	pembuatan produk lebih cepat c. Meningkatkan kegiatan promosi agar produk dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas
Threats (T) 1. Harga bahan baku yang tidak stabil 2. Adanya pesaing di desa yang sama 3. Kompetitor dengan inovasi produk baru	Strategi S-T a. Mempertahankan ciri khas cita rasa dan kualitas produk agar tetap bisa bersaing dengan produk yang lain	Strategi W-T a. Menciptakan inovasi dalam hal pengemasan dan merk produk agar memiliki daya tarik yang tinggi.

C. Pembahasan

1. Strategi Pertumbuhan Agresif

Garis lurus pada diagram diatas menunjukkan titik koordinat pada posisi kuadran I. posisi ini menunjukkan bahwa suatu usaha atau bisnis pada posisi yang sangat menguntungkan dimana Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usahanya dan di dukung oleh pertumbuhan agresif (*growth strategy*).

Berdasarkan analisis matriks SWOT tersebut dapat diajukan beberapa strategi pemberdayaan pada Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara, yaitu :

a. Strategi Kekuatan-Peluang (S-O)

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal guna memperoleh keuntungan bagi suatu usaha atau industri. Adapun alternatif SO yang dihasilkan sebagai berikut :

1) Mempertahankan kualitas kualitas produk.

Pemanfaatan kekuatan internal berupa faktor mempertahankan kualitas produk yang tahan lama guna untuk mempertahankan kualitas yang ada pada usaha rumah tangga bawang goreng tersebut sehingga minat konsumen terhadap produk bawang goreng tetap terjaga dan memberikan keuntungan serta pengembangan pada usaha rumah tangga bawang goreng tersebut.

2) Mempertahankan cita rasa agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen karena tingkat permintaan produk yang tinggi

Pemanfaatan kekuatan internal dari faktor selanjutnya yaitu mempertahankan cita rasa agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen karena tingkat permintaan produk yang tinggi. Dengan adanya kepuasan konsumen terhadap produk tersebut dapat membuat konsumen loyal akan produk tersebut dan dapat mempengaruhi konsumen lainnya untuk mengkonsumsi produk tersebut sehingga tercipta citra merek yang baik terhadap produk tersebut dan dapat membantu perkembangan usaha itu sendiri.

b. Strategi Kelemahan-Peluan (W-O)

Strategi WO merupakan strategi yang memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal guna untuk memperoleh keuntungan bagi industri.

- 1) Menciptakan atau membuat merk dagang agar lebih dikenal banyak konsumen.

Pemberian atau menciptakan merk dagang atau *brand* pada suatu produk merupakan hal yang sangat penting untuk sebuah usaha rumah tangga atau industri. Hal ini dikarenakan agar konsumen mengenal dan mengetahui bahwa produk tersebut dapat dikonsumsi atau membeli produk tersebut di tempat atau usaha rumah tangga itu sendiri. Selain itu dengan memberikan merk dagang juga dapat memperluas pemasaran produk tersebut.

- 2) Menggunakan teknologi yang lebih modern agar pembuatan produk lebih cepat

Adanya penggunaan teknologi yang lebih modern dapat mempersingkat waktu dalam produksi. Dalam hal ini adalah proses pengirisan yang membutuhkan waktu yang cukup lama karena masih menggunakan teknologi manual atau sederhana.

- 3) Meningkatkan kegiatan promosi agar produk dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh usaha rumah tangga bawang goreng saat ini merupakan kegiatan promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut. Hal ini karena pemilik dari usaha rumah tangga bawang goreng sendiri tidak menggunakan media sosial dalam pemasaran produk bawang goreng. Pemilik usaha rumah tangga hanya memasarkan produknya lewat pasar tradisional dan di rumah dimana produk tersebut diproduksi.

c. Strategi Kekuatan-Ancaman (S-T)

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan industri untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Adapun alternative strategi S-T yang dihasilkan ialah :

- 1) Mempertahankan cirri khas cita rasa dan kualitas produk agar tetap bisa bersaing dengan produk yang lain.

Adanya ancaman yang timbul dari faktor eksternal berupa tidak stabilnya harga bahan baku, adanya pesaing dari desa yang sama, serta kompetitor dengan inovasi produk baru. Akan tetapi ancaman tersebut dapat dihindari dengan cara mempertahankan cirri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas agar tetap bisa bersaing dengan produk lain.

d. Strategi Kelemahan-Ancaman (W-T)

- 1) Menciptakan inovasi dalam hal pengemasan dan merk produk agar memiliki daya tarik yang tinggi

Ancaman berupa adanya pesaing dari desa yang sama serta kelemahan yang dimiliki berupa kemasan yang mudah ditiru dan tidak memiliki merk produk merupakan hal yang harus diwaspadai. Karena dengan adanya kemasan yang mudah ditiru dan tidak memiliki merk produk dapat menjadi peluang bagi industri lainnya. Oleh karena itu usaha rumah tangga bawang goreng ini perlu menciptakan inovasi baru dalam hal pengemasan dan merk produk agar memiliki daya tarik yang tinggi terhadap produk tersebut.

2. Penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Tati Atmayanti, dkk dengan judul “Strategi Pengembangan *Home Industry* Era

New Normal Pandemi Covid 19 Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama KUBE) “Arjanjang” Desa Selebung Kertangga Kabupaten Lombok Timur) dimana hasil dari penelitian ini posisi kuadran I yaitu *growth strategy* dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan inovasi dalam tampilan produk seperti pengemasan, promosi, pemanfaatan media digital, dan lain sebagainya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara, berdasarkan pada analisis data dan fakta yang ada maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha rumah tangga bawang goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara, yaitu : (a) mempertahankan kualitas produk, (b) mempertahankan cita rasa agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen karena tingkat permintaan produk yang tinggi, (c) menciptakan atau membuat merk dagang agar lebih dikenal banyak konsumen karena permintaan yang tinggi, (d) menggunakan teknologi yang lebih modern agar pembuatan produk lebih cepat, (e) meningkatkan kegiatan promosi agar produk dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas, (f) mempertahankan ciri khas cita rasa dan kualitas produk agar tetap bisa bersaing dengan produk yang lain, dan (g) menciptakan inovasi dalam hal pengemasan dan merk produk agar memiliki daya tarik yang tinggi.

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebaiknya pemilik usaha rumah tangga bawang goreng tetap mempertahankan kualitas bahan baku dan kualitas dari produk tersebut, menciptakan merk atau label pada produk tersebut sehingga dikenal oleh masyarakat umum serta kegiatan promosi yang lebih ditingkatkan sehingga mencapai pemasaran yang luas. Selain itu pemilik usaha rumah tangga bawang goreng juga perlu mempertahankan ciri khas cita rasa dan kualitas dari

produk, serta menciptakan inovasi dalam pengemasan dan merk produk agar memiliki daya tarik yang tinggi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT . Rineka Cipta, 2017).
- Alfinatun Nadhiroh. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Gerabah di Desa Plumpungrejo Kabupaten Blitar*. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi dan Sosial*. Vol. 2. No. 01. 2022.
<https://ejournal.umm.ac.id/index.php/joesment/article/view/21264>
- Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2018).
- Abdullah, M. R., Bahar, I., Shaleh, M., & Ishak, I. (2022). The Influence of Sharia Labels and Compliance on Customer Trust in Bakti Huria Sharia Cooperatives, Palopo City. *Jurnal Al-Qardh*, 7(1), 44–54. <https://doi.org/10.23971/jaq.v7i1.4540>
- Abdullah, R., & Al-Mashrafiyah, F. (2021). The Impact Covid-19 to Financing SMEs Sharia Banking In Indonesia. *Oktober*, 5(2), 40–46.
- Arhami, & Bakri, A. N. (2023). Failure Handling Strategy for Micro People Business Credit (Kur). *Journal of Sharia Economics*, 4(1), 13–28. <https://doi.org/10.22373/jose.v4i1.2457>
- Arno, A. K., Fasiha, F., Abdullah, M. R., & Ilham, I. (2019). an Analysis on Poverty Inequality in South Sulawesi -Indonesia By Using Importance Performance Analysis (Ipa). *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 5(2), 85–95. <https://doi.org/10.19109/ifinace.v5i2.4907>
- Baharuddin, A., Oudina, W. S., Seppa, Y. R., Putra, N. A., & Iskandar, A. S. (2022). Improving Marketing Performance through Digital Marketing for Micro Business Actors in the Trade Sector Registered at the Cooperatives and SMEs Service Office. *PINISI Discretion Review*, 5(2), 411. <https://doi.org/10.26858/pdr.v5i2.32443>
- Bakri, A. N. (2019). Apakah Citra Merek Dan Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kafe Rabbids Kota Palopo? *DINAMIS-Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(1), 23.
- Bakri, A. N. (2020). Association Analysis Of Gender, Job Type, Education Level, Income Level, Religion And Spirituality Levels Against The Type Of The Selected Bank Community In Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 33. <https://doi.org/10.21043/malia.v3i1.5599>
- Bakri, A. N., & Daud, A. S. (2019). Zakat and Empowerment Micro, Small and Medium Business (Case on National Amil Zakat Agency in Palopo). *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 22–31. <https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1700>
- Bakri, A. N., & Hardianti, D. (2020). Faktor Determinan Keputusan Pembelian Generasi Z Di Shopee Determinant Factors for Purchase Z Generation in Shopee. *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 4(1), 11. <https://doi.org/10.31958/imara.v4i1.2093>
- Daswati, D., Wirawan, H., Hattab, S., Salam, R., & Iskandar, A. S. (2022). The effect of psychological capital on performance through the role of career engagement: Evidence from Indonesian public organizations. *Cogent Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.2012971>
- Fasiha, M. R. A. (2022). Zakat Management Formulation: Improving the Quality of Management with a Quality Assurance approach. *Technium Social Sciences Journal*, 34(December), 374–386.
- Hamida, A., Nur Alam Muhajir, M., & Paulus, M. (2023). Does Islamic Financial Inclusion Matter for Household Financial Well Being? *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*,

- 27(1), 9–20. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i1.8659>
- Humaidi, H., Umar, U., Abdullah, M. R., & Khaerunnisa, K. (2022). Comparative Study of Zakat Funds Collection Through Manual Fundraising and Digital Fundraising in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 347. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4601>
- Iskandar, A. S. (2020). *Mobile Banking System : How the Village Community Perceive*. 8(2), 304–313.
- Iskandar, A. S., Muhajir, M. N. A., Hamida, A., & Erwin, E. (2023). The Effects of Institutions on Economic Growth in East Asia. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 15(1), 87. <https://doi.org/10.17977/um002v15i12023p087>
- Iskandar, N. M. Y. A. S. (2022). *Aktualisasi Kerjasama Guru dan Orang Tuadalam Proses Pembelajaran Blended Learning*. 7(2), 121–136.
- Iskandar, S., Rifuddin, B., Ilham, D., & Rahmat, R. (2021). The role of service marketing mix on the decision to choose a school: an empirical study on elementary schools. *JPII (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(3), 469–476. <https://doi.org/10.29210/020211177>
- Muang, M. S. K., Jabani, M., & Masati, R. F. (2022). The Effect Of Cloud And Inbound Marketing On Purchase Decisions For Gold Savings. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 17–31. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.484>
- Muh. Ruslan Abdullah, Fasiha, A. K. A. (2022). Reincarnation of MSMEs after the Government’s Policy on Economic Recovery Due to the Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Technium Social Sciences Journal*, 27, 452–462. <https://techniumscience.com/index.php/socialsciences/article/view/332/124>
- Muh, R. (2023). Determinants of Employee Performance at the Regional Financial and Asset Management Agency for the City of Palopo. *Journal of Islamic Management and Bussiness*, 6(1), 32–40.
- Muhammad Nur Alam Muhajir, Ambas Hamida, Erwin Erwin, M. J. (2022). Apakah modal sosial dan kearifan lokal memengaruhi kewirausahaan? Bukti empiris warga Bugis. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 222–230. https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/view/4559
- Muzayyanah Jabani, Muhammad Nur Alam Muhajir, Muh. Shadri Kahar Muang, F. K. (2020). Character Centered Leadership and Its Influence on Employee Loyalty in Sharia Banking: A Case Study in the South Sulawesi Region. *Technium Social Sciences Journal*, 35(september), 346–356.
- Muzayyanah Jabani, T. (2020). IMPLEMENTATION OF RELIGIUSITY AND LOCAL FUNCTION IN DEVELOPMENT OF OFFICE HUMAN RESOURCES MINISTRY OF RELIGION PALOPO CITY. *Nurani*, 20(1), 163–178.
- Muzdalifah, St, mahadin shaleh, hilal M. (2021). Kinerja Pengawas dalam Meningkatkan Kreativitas Guru Pendidikan Agama Islam pada Sekolah Menengah Pertama Kabupaten Luwu Utara. *Konsepsi*, 10(2), 128–144. <https://p3i.my.id/index.php/konsepsi/article/view/68>
- Nasir, M., K, B., & Shaleh, M. (2021). Tipe Kepemimpinan Demokratis Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kompetensi Profesional Guru. *Journal of Islamic Education Management*, 6(1), 37–50.
- Nurdin, Masmuddin, & Shaleh, M. (2019). Peningkatan Pemahaman Mata Pelajaran PAI melalui Pendampingan Siswa di Luar Jam PBM di Pondok Pesantren Darul Istiqamah Leppang. *Jurnal Konsepsi*, 8(1), 19–28. <https://p3i.my.id/index.php/konsepsi>
- Rahmad, A. S. I. (2020). *The Influence of Job Insecurity and Job Satisfaction on Turnover Intention of Millenial Employees in the Industrial*. 6(1), 7428–7444.
- Rismayanti. (2023). Strategi Penerapan Ekonomi Hijau dalam Mengatasi Middle Income Trap. *Gorontalo Development Review*, 6(1), 39–52.
- S, Z., Jafar, E., Muhajir, M. N. A., & Rusli, M. (2023). Organizational Commitment,

- Employees Performance and Islamic Work Ethics: Halal Restaurant Perspective. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 9(1), 99–117. <https://doi.org/10.20473/jebis.v9i1.38701>
- Saleh, M., Kamal, H., Abdullah, M. R., J, J., & Takdir, D. (2020). Implementing Values of Local Wisdom in Managing the Budgets of Rural Financing At Poringan Village in West Suli District of Luwu Regency. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 1(3), 124–131. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v1i3.17>
- Shaleh, M., Zainuddin, F., & Suli, M. (2021). Application of Principal Management to Improve Teacher Performance during the Covid 19 Period in Elementary Schools. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 10(1), 23–34. <https://doi.org/10.58230/27454312.77>
- Sirrullaha, T. P., Purwanab, D., Susonoc, J., Rasbid, M., & Yohanae, C. (2020). Organizational Culture and Job Satisfaction: Its Impact on Organizational Commitments and Employee Performance Tiara. *The International Journal of Social Science World*, 2(3), 38–50.
- Syamsuddin, N., Nursyamsi, N., & Erwin, E. (2023). Toxic Masculinity and Local Wisdom of the Bugis Culture in East Luwu Regency. *Al-Qalam*, 29(2), 222. <https://doi.org/10.31969/alq.v29i2.1337>
- Syarief Iskandar, A. (2023). Legal Aspects and Effect Work Family Conflict, Job Insecurity, and Transformational Leadership Style on Turnover Intention. *Russian Law Journal*, XI(5), 5. <https://orcid.org/0000-0002-9961-1682>
- Yanti, A. I., & Bakri, A. N. (2023). *Examining the economic viability of clove farming and its impact on the welfare of farmers in Larompong Sub-District*. 5(2), 281–287.
- Diana dan Nor Laila, “*Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di Masa Pandemi Covid 19.*” Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ 1 (1), 2021 <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>.
- Edward J. Blocher, et, al., “*Manajemen Biaya*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2007).
- Erdi Suroso, dkk. *Strategi Pengembangan Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning Di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Di Home Industry B.CO Bandar Lampung)*. Jurnal Agroindustri Berkelanjutan. Vol.1. No. 1. 2022 <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JAB/article/view/5613>
- Faisol Aziz, Insusmoko Adi Jansen, Mohammad Aliridla. *Pengembangan Home Industry Tempe “Keraton” Desa Montorna*. Journal of Food Technology and Agroindustry. Vol. 2. No.2. 2020. <https://ejournalwiraraja.com/index.php/JFTA/article/view/961>
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001).
- I Gusti Ngurah Alit Wiswata, I Gusti Ayu Ari Agung, I Made Tamba, “*Analisis SWOT (kajian perencanaan model, strategi, dan pengembangan usaha)*” (Denpasar, 2018)
- Indrika Lavini, “*Strategi Pengembangan Usaha Pada Home Industri (Studi Kasus Usaha Pada Kerupuk Ikan Bogarasa Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis*”, (Universitas Islam Riau, 2021). <https://repository.uir.ac.id/15937/>
- Latif Syaipuddin, Idah Nurfajriyah Awwalin. *Strategi Pengembangan Produksi Home Industry Batu Ziolit Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung*. Jurnal Of Economics and Business. Vol. 1. No.1. 2023.

<http://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/article/view/41>

Louis Allandika Tengor, dkk. *Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Konveksi Sablon Kaos Di Home Industry 35 Sablon Turen*. Jurnal Valtech. Vol. 4. No. 2. 2021

<https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/view/3829>

Mahfudillah, Chamim Thohari, “*Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food Di Era New Normal (Studi Kasus Home*

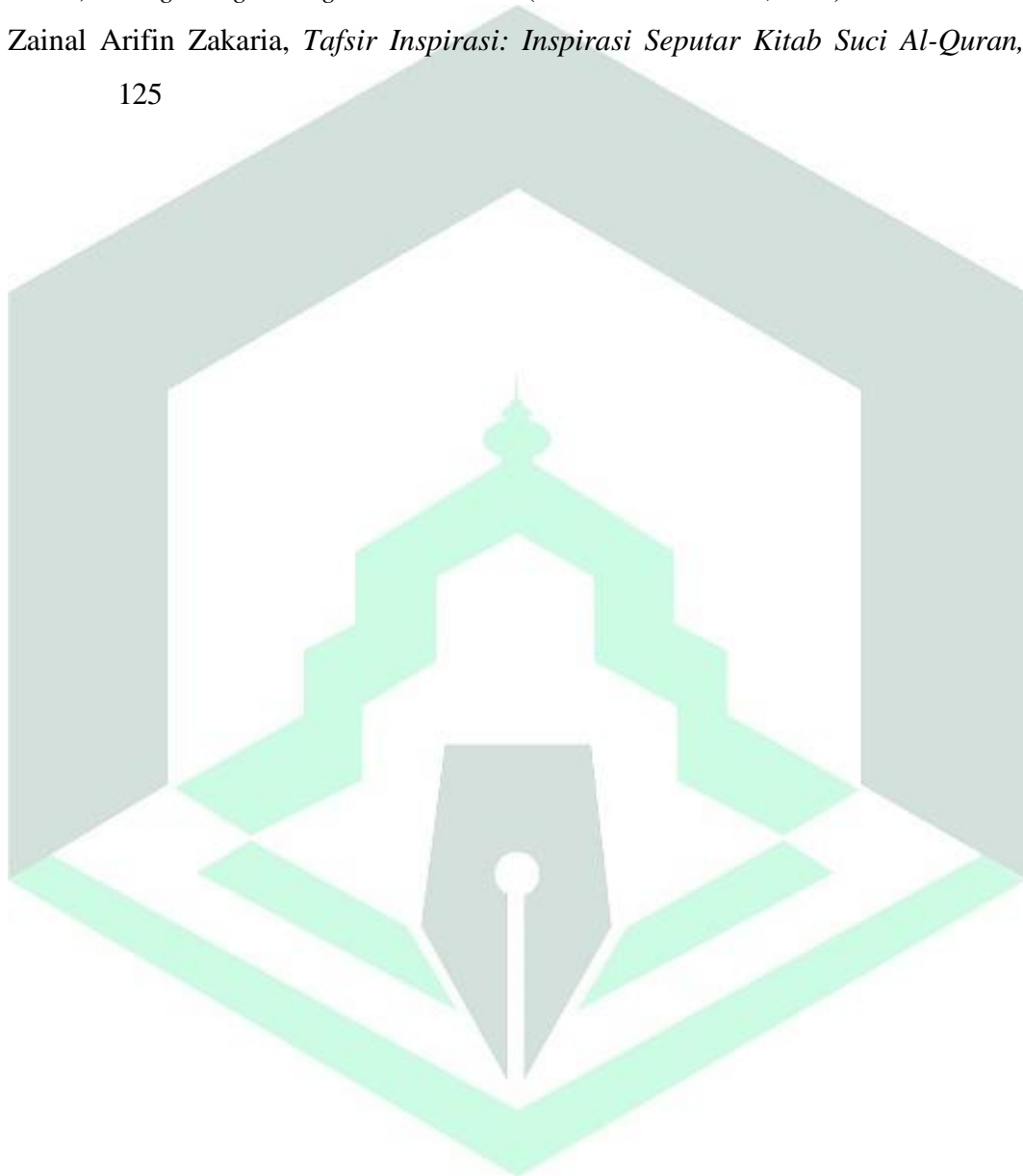
- Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran)*”, (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021).
<http://etheses.uin-malang.ac.id/27518/>
- Marimin, “*Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*”, (Bogor: Grasindo, 2004), 60.
- Nurdin Batjo, *Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku dan Putusan Pembelian*, Jurnal of Islamic Management and Bussines. Vol. 1, No. 2. 2018
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1, 2009.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, “*Dasar-Dasar Pemasaran*,” ed. By Alexander Sindoro, (Jakarta: PT Indeks, 2004).
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13 Jilid 1, 2009.
- Pratiwi, Risda, “*Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL JAYA di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat*,” Skripsi (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018).
- Rahayu, T. D. “*Penerapan Analisis SWOT dalam Perumusan Strategi Bersaing Pada Eddy Jaya Photo*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. VOL. 5 (2), 2018
- Rudianto, *Akuntansi Manajemen, Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2018).
- Sakinah, Nurul, “*Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Kerajinan Sebo di Jorong Galuang Nagari Sungai Pua Kabupaten Agam*”, (Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Bukittinggi, 2018).
- Sukardi, Rizky Wiradhika Rahayu, “*Strategi Pengembangan Usaha Kue Tori’ (Studi Kasus Pada Usaha Kue Tori’ Sinar di Desa Barammase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu)*”, (Universitas Cokroaminoto Palopo, 2021).
<http://repository.uncp.ac.id/931/>
- Sunarto, “*Manajemen Pemasaran*” (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2004)
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methode)*, (Bandung: Alfabeta, 2020)
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2020), 464-466.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2020)
- Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, dan Umami Khulsum, “*Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Home Industri Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon* DIMASEJATI, Vol.1 No.1, 2019.
<https://jurnal.syekhnurjati.ac.id/index.php/dimasejati/article/view/5407>
- Tati Atmayanti dan Baiq Dewi Lita Andiana, “*Strategi Pengembangan Home Industry Era New Normal Pandemi Covid 19 dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama (KUBE) “Arjanjang” Desa selebung Ketangga, Kabupaten Lombok Timur)*,” JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan) Vol. 5, No. 1 Juni 2021. pdfs.semanticscholar.org

Tulus Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2002), 71

Yayasan Penyelenggara Penerjemah/*Penafsir Al-Qur'an, Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Departemen Agama RI, 2006), 604

Yuldi, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil*. (Bekasi : Asoka Ilmu, 2017)

Zainal Arifin Zakaria, *Tafsir Inspirasi: Inspirasi Seputar Kitab Suci Al-Quran*, 125





LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Lina
Usia : 47 Tahun
Alamat : Desa Sukamaju, Kec. Sukamaju, Kab. Luwu Utara

Wawancara dengan pemilik usaha

1. Apa yang memotivasi ibu untuk membuat usaha ini?
2. Pada tahun berapa ibu membuat atau membuka usaha rumah tangga bawang goreng ini?
3. Bagaimana cara memperoleh bahan baku?
4. Berapa banyak tenaga kerja pada usaha rumah tangga bawang goreng ini?
5. Apakah ada struktur organisasi dalam usaha rumah tangga bawang goreng ini?
6. Bagaimana distribusi atau kegiatan penjualan produk bawang goreng?
7. Apakah sumber modal yang ibu gunakan berasal dari modal sendiri atau ada bantuan dari pemerintah?
8. Berapa harga produk bawang goreng per piece?
9. Dimana Ibu menjual hasil produksi?
10. Bagaimana kegiatan produksi bawang goreng dilakukan?
11. Apakah produk anda memiliki label atau merk dagang?
12. Apakah dalam memperoleh bahan baku ada kesulitan atau kendala yang dialami?
13. Apakah ada promosi yang Ibu lakukan dalam memasarkan produk bawang goreng?
14. Menurut Ibu apa saja yang menjadi kekuatan dalam menjalankan usaha rumah tangga bawang goreng?

15. Masalah apa saja yang Ibu hadapi dalam menjalankan usaha rumah tangga bawang goreng ini?
16. Bagaimana cara Ibu mengatasi kendala yang anda hadapi dalam proses produksi bawang goreng?
17. Menurut Ibu apa yang menjadi peluang dalam usaha rumah tangga bawang goreng ini?
18. Menurut Ibu apa yang menjadi ancaman dalam usaha rumah tangga bawang goreng ini?
19. Apakah produk yang ibu jual sudah terdaftar BPOM atau sudah tersertifikasi halal?
20. Apakah harga produk yang dipasarkan terjangkau oleh masyarakat?



DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Miasih
Usia : 43
Alamat : Desa Sukamaju, Kec. Sukamaju, Kab. Luwu Utara

Wawancara dengan Tenaga Kerja/Karyawan

1. Berapa lama anda bekerja di usaha rumah tangga bawang goreng yang dimiliki oleh pemilik usaha ini?
2. Pada saat proses produksi, bagian apa yang menjadi fokus kerja anda?
3. Selain fokus kerja yang menjadi posisi dalam produksi bawang goreng, apakah anda juga membantu dalam bagian produksi yang lain?
4. Berapa banyak produk bawang goreng yang dihasilkan dalam satu kali produksi?
5. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam proses produksi bawang goreng?
6. Apa saja alat yang digunakan dalam proses produksi?
7. Apakah saat hari-hari khusus ada peningkatan atau penurunan jumlah produksi bawang goreng?
8. Menurut anda apa yang menjadi kendala dalam proses produksi bawang goreng?

DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Rina Dwiayanti
Usia : 20 Tahun
Alamat : Tolangi, Kecamatan Sukamaju

Wawancara dengan salah satu konsumen

1. Berapa lama anda menjadi konsumen produk bawang goreng?
2. Dari mana anda mendapatkan informasi tentang produk bawang goreng?
3. Selama menjadi konsumen produk bawang goreng, apakah anda pernah membeli di tempat lain?
4. Menurut anda apakah harga produk bawang goreng yang ditentukan oleh pemilik usaha termasuk ekonomis dan dapat dijangkau oleh semua kalangan?
5. Bagaimana pelayanan yang anda dapatkan ketika menjadi konsumen produk bawang goreng?
6. Apakah dengan adanya produk bawang goreng ini dapat membantu anda dalam kehidupan sehari-hari?
7. Apa yang menjadi alasan anda untuk mengkonsumsi produk bawang goreng?
8. Apakah anda pernah mengalami kendala pada saat pembelian produk bawang goreng?
9. Apa yang membuat anda memilih melakukan pembelian produk bawang goreng di tempat/toko tersebut dibandingkan dengan toko lainnya yang menjual produk lainnya?

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Alamat :

Jabatan:

No	Pernyataan	Nilai			
		4	3	2	1
Faktor internal		4	3	2	1
1.	Harga produk yang terjangkau				
2.	Modal usaha yang digunakan modal sendiri				
3.	Cita rasa produk yang gurih				
4.	Kualitas produk yang tahan lama				
5.	Kemasan yang mudah ditiru				
6.	Tidak memiliki merk dagang atau <i>brand</i>				
7.	Masih menggunakan teknologi yang sederhana				
8.	Kegiatan promosi yang masih kurang				
9.	Tidak memiliki sertifikasi halal				
Faktor Eksternal					
1.	Tingkat permintaan yang cukup tinggi				
2.	Lokasi pemasaran yang strategis				
3.	Bahan baku yang mudah didapatkan				
4.	Harga bahan baku yang tidak stabil				
5.	Adanya pesaing di desa yang sama				
6.	Kompetitor memiliki inovasi produk baru				

Lampiran 3 : Dokumentasi



Pemilik usaha rumah tangga bawang goreng




Salah satu karyawan usaha rumah tangga bawang goreng



Salah satu konsumen di rumah produksi bawang goreng



Lampiran 4 : Surat izin penelitian


PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMPTSP)
Jalan Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax 0473-21536 Kode Pos 92961 Masamba

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 00846/00368/SKP/DPMPTSP/VIII/2023

Membaca : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Novi Ramadhani beserta lampirannya.
Menimbang : Hasil Verifikasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 070/343/VIII/Bakesbangpol/2023 Tanggal 14 Agustus 2023
Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementrian Negara;
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2017 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah;
4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
6. Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Non Perizinan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

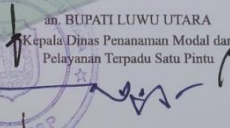
MEMUTUSKAN


Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :
Nama : Novi Ramadhani
Nomor Telepon : 085256864814
Alamat : Dsn. Mataram, Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan
Sekolah / Instansi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo
Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kec. Sukamaju Kab. Luwu Utara
Lokasi Penelitian : Sukamaju, Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan

Dengan ketentuan sebagai berikut
1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 01 Agustus s/d 03 Agustus 2023 .
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di : Masamba
Pada Tanggal : 15 Agustus 2023


an. BUPATI LUWU UTARA
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu


TR. ALAUDDIN SUKRI, M.Si
NIP : 196512311997031060

Retribusi : Rp. 0,00
No. Seri : 00846

DPMPTSP

Lampiran 5 : Nota Dinas Pembimbing

Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp :

Hal : Skripsi Novi Ramadhani

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam

Di

Palopo

Assalamu'alaikum wr.wb.

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

Nama : Novi Ramadhani

Nim : 1904030106

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Proposal : Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara

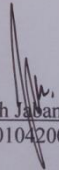
Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat akademisi dan layak untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Jumat, 20 Oktober 2023

Pembimbing


Muzayyanah Jabani, ST.,MM
NIP : 197501042005012003

Lampiran 6 : Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul :

Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan
Sukamaju Kabupaten Luwu Utara

Yang ditulis oleh :

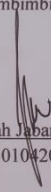
Nama : Novi Ramadhani
Nim : 1904030106
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

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

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Palopo, 20 Oktober 2023

Pembimbing


Muzayyanah Jabani, ST.,MM
NIP : 197501042005012003

Lampiran 7 : Nota Dinas Tim Penguji

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M
Mursyid, S.Pd., M.M
Nurdin Batjo, S.Pt., M.M

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp :

Hal : Skripsi Novi Ramadhani

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam

Di

Palopo

Assalamu'alaikum wr.wb.

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

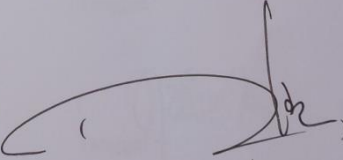
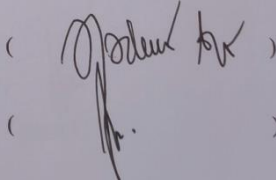

Nama : Novi Ramadhani
Nim : 1904030106
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara

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

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya

Wassalamu'alaikum wr.wb.

1. Mursyid, S.Pd., M.M
(Penguji I)
2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M
(Penguji II)
3. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M
(Pembimbing)


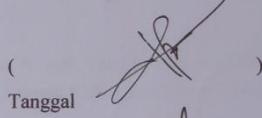
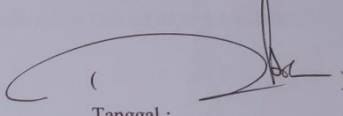
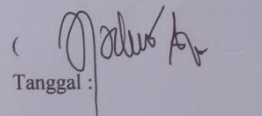
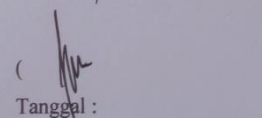
()
()
()

Lampiran 8 : Halaman Persetujuan Tim Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Bawang Goreng di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara oleh Novi Ramadhani Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1904030106, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu, tanggal 18 bulan Oktober tahun 2023 bertepatan dengan 3 Rabiul Akhir 1445 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing S.HI., M.HI
(Ketua Sidang/Penguji) ()
Tanggal :
2. Dr. Fasiha, M.E.I
(Sekretaris Sidang/Penguji) ()
Tanggal :
- :
3. Mursyid, S.Pd.,M.M
(Penguji I) ()
Tanggal :
4. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M
(Penguji II) ()
Tanggal :
5. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M
(Pembimbing) ()
Tanggal :

RIWAYAT HIDUP



Novi Ramadhani, Lahir di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara pada tanggal 24 November 2001. Anak kedua dari tiga bersaudara dan merupakan buah hati dari pasangan Ayahanda Maryadi dan Ibunda Herlina. Pada tahun 2006, pertama kali penulis menempuh pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyiyah Bustanul Athfal dan lulus pada tahun 2007. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri 173 Sukamaju II, Kecamatan Sukamaju dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Sukamaju, Kecamatan Sukamaju dan lulus pada tahun 2016. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Luwu Utara, Kecamatan Sukamaju dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di salah satu perguruan tinggi di kota Palopo Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dengan mengambil fokus program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Email : noviramadhani195@gmail.com