ANALISIS POTENSI UMKM DI OOPS! PUJASERA WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Novitri Eka Yunita
NPM. 1351010047

Jurusan : Ekonomi Islam

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)RADEN INTAN LAMPUNG
1438 H / 2017 M

ANALISIS POTENSI UMKM DI OOPS! PUJASERA WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Novitri Eka Yunita
NPM. 1351010047

Jurusan : Ekonomi Islam

Pembimbing I : Hanif, S.E., M.M.
Pembimbing II : Fatih Fuadi, S.E.I., M.S.I.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)RADEN INTAN LAMPUNG

1438 H / 2017 M

ABSTRAK

Kegiatan UMKM mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini.UMKM dibidang sentral kuliner sudah banyak terdapat di Indonesia salah satunya terdapat di Kota Bandar Lampung dengan nama Oops! Pujasera Way Halim, Pujasera itu sendiri pusat jajanan serba ada. Oops! Pujasera Way Halim merupakan sebuah *foodcourt* seperti di mal-mal yang menjualkan beraneka macam makanan dan minuman.kegiatan UMKM yang di Oops! Pujasera Way Halim dapat meningkatkan kesjahteraan dan menopang ekonomi atau mungkin justru kegiatan ekonomi tersebut dalam hal ini dikatakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak mampu menjadi mesin dalam hal pertumbuhan ekonomi yang memadai.

Rumusan masalah pada penelitian ini antara lain bagaimana potensi UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam dan bagaimana strategi kelangsungan usaha UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dilihat dari pelayanan, pengetahuan, dan pengalamannya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui potensi UMKM yang ada di Oops! pujasera Way Halim Kota Bandar berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam dan untuk mengetahui strategi kelangsungan usaha UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dilihat dari pelayanan, pengetahuan, dan pengalamannya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melalui metode wawancara dengan manajer, UMKM, dan pengunjung yang berjumlah 26 orang responden di lingkungan Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung, selain itu metode pengumpulan data dengan melalui observasi dan dokumentasi. Untuk analisis menggunakan teknik deskriptif analisis yaitu teknik untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang terkait dengan pembahasan.Agar data lebih akurat perlu adanya pengolahan data dengan tahap-tahap seperti *editing, organizing dan analyzing.*

Dari hasil penelitian ini bahwa potensi UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung Sebagaimana dapat dilihat pada matrik SWOT, Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dan para UMKMnya memiliki strategi. Manajer Oops! Pujasera Way Halim dan para UMKM akan memilih berbagai alternatif strategi yang sesuai dengan lingkungan eksternal dan internal usaha yang mereka jalani. Potensi yang dimiliki para UMKM Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dapat dikembangkan lagi lewat kerja keras dan usaha manajer dan para UMKM Oops! Pujasera Way Halim. Strategi kelangsungan usaha Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dilihat dari pelayanan, pengetahuan, dan pengalaman agar dapat lebih baik lagi dan harus belajar lebih banyak lagi dibidang kuliner agar dapat meningkatkan potensi dan mempertahankan kelangsungan usaha kuliner yang ada di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar lampung.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi	:	**Analisis Potensi UMKM Di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam.**
Nama Mahasiswa	:	**Novitri Eka Yunita**
NPM	:	**1351010047**
Jurusan	:	**Ekonomi Islam**
Fakultas	:	**Ekonomi Dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyahnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Bandar Lampung.

Bandar Lampung, 08 Mei 2017

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Hanif, S.E., M.M.	**Fatih Fuadi, S.E., M.S.I.**
NIP. 19740823 200003 1 001	**NIP. 19851219 201503 1 005**

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Madnasir, S.E., M.S.I.
NIP. 19750424 200212 1 001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "ANALISIS POTENSI UMKM DI OOPS! PUJASERA WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM", **disusun oleh Nama : Novitri Eka Yunita NPM. 1351010047, Jurusan Ekonomi Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin, 19 Juni 2017.**

TIM DEWAN PENGUJI :

Ketua Sidang	: Dr. Heni Noviarita, M.Si	(.....)
Sekretaris	: Ghina Ulfa S, M.E.Sy.	(.....)
Penguji I	: Any Eliza, M. Ak.	(.....)
Penguji II	: Hanif, S.E., M.M	(.....)

Dekan

Dr. Moh. Bahrudin, M.A.
NIP. 19580824 198903 1 003

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُوا۟ فِى ٱلْأَرْضِ وَٱبْتَغُوا۟ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ وَٱذْكُرُوا۟ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: *"10. Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebarlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.* (Al-Jumu'ah: 10)[1]

[1]Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2009), hlm. 553

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dalam rentang waktu menuntut ilmu tercipta sebuah karya sederhana merupakan awal dari sebuah perjalanan yang sangat panjang dalam menepaki jalan kehidupan yang sangat terjal dan berliku dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati yang sangat dalam karya yang sangat sederhana ini kupersembahkan kepada :

1. Ayahanda Heriadin Purnomo dan Ibunda Sri Dwi Fitri Yanti yang telah mendidik dan membesarkanku dengan do'a dan segenap jasa-jasanya yang tak terhingga demi keberhasilan cita-citaku, saya semakin yakin bahwa ridho Allah SWT adalah keridhoanmu.
2. Adik ku Destaru Dimas Ariandu, Tante-tante, oom-oom, mbah putri dan mbah kakung ku yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, semangat dan motivasi sehingga karya ini terselesaikan.
3. Dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dalam pembuatan serta penyelesaian skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan serta seluruh rekan dalam menuntut ilmu di UIN Raden Intan Lampung angkatan 2013 khususnya kelas C Ekonomi Islam. Teman-teman ku M. Mulla Alif Fauzin, M. Bagus Wicaksono, Nasir Rulloh, Rian Nazarudin, Luluk Syarifatul. K, Helsy Zella Rafita, Risa Mayasri yang telah berjuang bersama hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Untuk My Patner Harry Azhar yang sudah sabar menemani dan membantu saya, memberi nasihat, dan memberi dukungan dan motivasi untuk

menyelasaikan skripsi saya dari awal hingga akhir pembuatan skripsi. Dan sudah membantu saya untuk penelitian skripsi.

6. Untuk teman-teman terbaikku M. Arifan Nopio, Andita Frastiawan, Yolan Dwi Puspita, Rista Gustiana R.R. Ajeng Annisa Nuraini Dwi Mubiati, Dwi Puspita Sari, Indah Superti dan teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberi dukungan, nasihat dan menyemangati di setiap waktunya.
7. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Bandar Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Novitri Eka Yunita dilahirkan pada tanggan 20 November 1994 di Kota Bandar lampung. Putra pertama dari dua bersaudara dan adik bernama Destaru Dimas Ariandu, buah perkawinan pasangan Bapak Heriadin Purnomo dan Ibu Sri Dwi fitri yanti.

Pendidikan yang ditempuh dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) di TK Al-Azhar 4 Way Halim lulus tahun 2001. Melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Al-Azhar 2 Way Halim lulus pada tahun 2007. Selanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTs N2 Sukarame Bandar Lampung lulus ada tahun 2010. Selanjutnya penulis menempuh kependidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di MAN 1 Bandar Lampung lulus tahun 2013

Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang tak terhingga kepada Dzat Yang Maha Agung, pnulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala karunia dan nikmat-Nya, kesehatan jasmani dan rohani, serta kekuatan lahir dan batin. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **"ANALISIS POTENSI UMKM DI OOPS! PUJASERA WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".** Sebagai syarat akhir untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada program Studi Ekonomi Islam Universitas Negeri Islam Raden Intan Lampung.

Shalawat teriring salam tak lupa penulis hanturkan kepada suri tauladan umat Islam, baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarganya, sahabat dan para pengikutnya yang telah memberikan tuntunan menuju jalan yang terang (ilmu pengetahuan) dengan akhlak yang mulia.

Dalam penyusunan sripsi ini penulis menyadari bahwa tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Moh Bahrudin, M.A Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.S.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam yang telah membantu membimbing menyusun skripsi ini.

3. Bapak Hanif, S.E., M.M Selaku Pembimbing I yang telah memberikan waktu, nasihat, bimbingan untuk menyusun skripsi ini.
4. Bapak Fatih Fuadi, S.E.I., M.S.I Selaku Pembimbinga II yang telah memberikan waktu, nasihat, dan bimbingan untuk menyusun skripsi ini.
5. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Heriadin Purnomo dan ibunda Sri Dwi Fitri Yanti yang telah mengorbankan seluruhnya baik materil, waktu, tenaga, fikiran do'anya sehingga mampu menyelesaikan kuliah Gelar Sarjana (SI) di UIN Raden Intan Lampung.
6. Adik tersayang Destaru Dimas Ariandu serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen, para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang dengan penuh ke ikhlasan yang telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis selama di bangku kuliah.
8. Teman-teman angkatan 2013 khususnya kelas C program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya, namun telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga kebaikan dan jasa dari Bapak, Ibu, dan saudara/i sekalian menjadi amal ibadah dan di ridhoi Allah SWT, dan mudah-mudahan Allah SWT akan membalasnya, Aamiin Ya Robbal Alamin.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, dan dapat dijadikan refrensi bagi penelitian-

penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kelemahan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Bandar Lampung, 17 Mei 2017

Penulis

Novitri Eka Yunita
NPM. 1351010047

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
ABSTRAK ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN vi
RIWAYAT HIDUP vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul 1
B. Alasan Memilih Judul 3
C. Latar Belakang Masalah 4
D. Rumusan Masalah 11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian 11
F. Metode Penelitian 13
G. Penelitian Terdahulu 20

BAB II LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah 23
   1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah 23
   2. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah 24
   3. Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam 25
   4. Ciri-Ciri Usaha Mikro 26
   5. Ciri-Ciri Usaha Mikro Dalam Perspektif Ekonomi Islam 27
   6. Dasar Hukum Berwirausaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam 28
   7. Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah 30
   8. Prospek UMKM dalam Pembangunan 31
B. Usaha Mikro Dalam Perspektif Ekonomi Islam 33

C. Analisis SWOT 36
1. Defini Analisis SWOT 36
a. Manfaat Analisis SWOT 37
b. Tujuan Dan Fungsi Analisis SWOT 38
c. Keunggulan Analisis SWOT 39
d. Keterbatasan Analisis SWOT 40
2. Unsur-Unsur Perencanaan 41
a. Misi 41
b. Visi 41
c. Tujuan 42
d. Kebijakan 42
e. Prosedur dan Aturan 43
3. Strategi Planning 44
a. Dasar Perencanaan Strategi 45
b. Proses Perencanaan Strategi 46
4. Strategi Keberlangsungan Usaha 48
5. Strategi Pemasaran 50
a. Strategi Pemasaran Dan Siklus Hidup Produk 52
b. 4 Karakteristik Perancanaan Strategi Dalam Islam 53
D. Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam 55
E. Analisis Potensi UMKM Menggunakan SWOT 57

BAB III PENYAJIAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 60
1. Sejarah Singkat Oops! Pujasera Way Halim 60
2. Sarana Dan Prasarana Oops! Pujasera Way Halim 61
3. Visi dan Misi Oops! Pujasera Way Halim 62
4. Struktur Organisasi Oops! Pujasera Way Halim 62
5. Job Description Oops! Pujasera Way Halim 64
6. Tujuan Oops! Pujasera Way Halim 66
B. Pengembangan UMKM di Oops! Pujasera Way Halim 66
1. Pengembangan Komunikasi Kerja 66
2. Pengrekrutan Pelaku UMKM 67
3. Proses Pembayaran Dan Sistem Bagi Hasil 68
4. Pengembangan Pemasaran 70

BAB IV ANALISIS DATA

A. Analisis Potensi UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Menggunakan SWOT Dalam Perspektif Ekonomi Islam 75
B. Analisis Strategi kelangsungan usaha UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung Dilihat Dari Pelayanan, Pengetahuan, Dan Pengalaman, ... 92

BAB V PENUTUP

A. Simpulan 97
B. Saran 98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

I A I N
RADEN INTAN
LAMPUNG

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria UMKM 23

Tabel 3.1 Para pelaku UMKM 62

Tabel 3.2 Daftar Menu Harga di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung 64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SK Pembimbing.

Lampiran 2 : Kartu Konsultasi Skripsi.

Lampiran 3 : Surat Pernyataan.

Lampiran 4 : Panduan Wawancara Di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

Lampiran 5 : Hasil Wawancara Di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

Lampiran 6 : Foto-Foto Di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

I A I N
RADEN INTAN
LAMPUNG

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal guna mendapat gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul skripsi ini yaitu "ANALISIS POTENSI USAHA KECIL, MIKRO, DAN MENENGAH DI OOPS! PUJASERA WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".

Maka terlebih dahulu ditegaskan hal-hal yang terkandung dalam judul tersebut sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.[2]
2. Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk di kembangkan, kekuatan, kesanggupan, daya.[3]
3. Usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) adalah sebagai suatu badan usaha milik warga negara Indonesia, baik perorangan maupun berbadan

---

[2]Adi Gunawan, *Kamus Cerdas Bahasa Indonesia*, (Surabaya, Kartika, 2003).hlm. 25.

[3] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta, Edisi Keempat, PT Gramedia, 2011).hlm. 1096

hukum yang memiliki kekayaan bersih, tidak termaksud tanah dan bangunan sebanyak-banyaknya Rp.200 juta dan atau mempunyai NO atau hasil penjualan rata-rata pertahun sebanyak Rp. 1 miliar dan usaha tersebut berdiri sendiri.[4]

4. OOPS! PUJASERA adalah sebuah foodcourt seperti yang ada di mall-mall yang di dalamnya ada berbagi stan yang menjual beraneka macam makanan dan minuman dari yang ringan sampai yang berat, Sesuai dengan namanya "Pujasera" kepanjangan dari pusat jajanan serba ada.
5. Way halim adalah sebuah kecamatan yang terdapat di kota Bandar Lampung yang mempunyai batas wilayah dan terdiri dari 6 kelurahan.
6. Perspektif adalah sudut pandang, pandangan.[5]
7. Ekonomi islam adalah suatu ilmu yang mempelajari prilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah islam.[6]

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat di pahami bahwa maksud judul ini adalah Analisis Potensi Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam.

---

[4]Tulus T.H. Tambunan, *Perekonomian Indonesia Beberapa Masalah Penting*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2003).hlm. 307.

[5] Departemen Pendidikan Nasional, op. cit.hlm. 1062

[6] Veithzal Rivai, *Islamic Economics, Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi*, (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2013). hlm. 1

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan Objektif

Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar lampung merupakan setral kuliner yang bersifat *foodcourt,* Pujasera itu sendiri yang dikenal sebagai pusat jajanan serba ada yang baru didirikan selama dua tahun. Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung berbeda dengan cafe-cafe lainnya selain bersifat *foodcourt dan outndoor*, Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung juga menggunakan sistem satu kasir dimana pengunjung atau konsumen membayar makanannya dengan satu kasir tidak di masing-masing kedai.

Alasan penulis memilih judul ini karena ingin mengetahui potensi UMKM yang di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan atau membantu perekonomian dan pendapatan UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung. Sumber ekonomi terbesar bagi rakyat indonesia saat ini berasal dari usaha yang dibangun oleh rakyat sendiri dalam skla mikro, kecil, dan menengah yang notabene yang menyerap tenaga kerja yang sangat baik.

2. Alasan Subjektif

Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung sentaral kuliner yang bertemakan *outdoor* yang baru didirikan selama dua tahun, dengan waktu yang sudah cukup lama ini peneliti ingin mengetahui potensi dengan adanya unit usaha UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim Kota

Bandar Lampung dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan melakukan strategi-strategi yang telah di buat oleh manajer dan para UMKM Oops! Pujasera akan dapat lebih berkembang lagi.

C. Latar Balakang Masalah

Kegiatan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara.Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah.

Pertumbuhan jumlah tenaga kerja yang tinggi dan berkelanjutan merupakan kondisi utama atau suatu keharusan bagi kelangsungan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteran. Karena jumlah tenaga bertambah setiap tahun yang dengan sendirinya kebutuhan konsumsi sehari-hari juga bertambah setiap tahun, maka dibutuhkan penambahan pendapatan setiap tahun.

UMKM merupakan tulang punggung bagi 101.722.458 tenaga kerja yang bergerak disektor riil. Jumlah ini sekitar ini sekitar 97,24% dari total penerapan tenaga kerja yang ada. Dari jumlah tersebut terlihat jelas bahwa sumber ekonomi

terbesar bagi rakyat indonesia saat ini berasal dari usaha yang di bangun oleh rakyat sendiri dalam sekala mikro, kecil dan menengah, yang notabene yang menyerap tenaga kerja yang sangat banyak.[7]

Hal tersebut juga diperkuat dengan data laporan dari Departemen Koperasi Kementerian UMKM yang menunjukkan bahwa usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha terbesar dengan persentase 99% dari total pelaku usaha nasional pada 2015 dan membantu menyerap tenaga kerja di dalam negeri dari 96,99% menjadi 97,22% dalam periode lima tahun terakhir. Peran UMKM terhadap PDB nasional juga sangat besar, sekitar 60,34% dari total PDB.

Dari data tersebut, bisa disimpulkan bahwa apabila UMKM tidak bergerak atau stagnan dalam satu periode tahunan, negara akan kehilangan lebih dari setengah sumber PDB nasional pada tahun berjalan. Hal ini tentu sangat berpengaruh besar terhadap pergerakan roda ekonomi.Tetapi, fakta tersebut ternyata tidak direspons dengan begitu baik oleh pemerintah.

Dapat dilihat pada APBN 2015 misalnya, belanja pemerintah pusat dalam peningkatan ketersediaan infrastruktur untuk Kementerian Koperasi dan UMKM masih sangat kecil yaitu Rp1,5 triliun atau sekitar 0.07% dari total belanja negara. Penyaluran subsidi bunga kredit untuk pengembangan UMKM pun hanya sekitar Rp 2triliun atau 2.8% dari total subsidi nonenergi.

---

[7] "Paradoks Nasib UMKM" (Online) Tersedia di : https://nasional. Sindonews.com/read/1045150/160/Paradoks-Nasib-UMKM-1442371391. (25 Juni 2017, pkl. 19.17)

Meskipun pemerintah mengetahui betapa pentingnya keberadaan UMKM bagi rakyat dan perekonomian nasional, peran pemerintah dalam mengakomodasi dan memfasilitasi masyarakat untuk mengembangkan UMKM masih sangat kecil. Hal ini menjadi paradoks ketika keinginan untuk meningkatkan fondasi ekonomi rakyat tidak diikuti dengan usaha yang maksimal dalam mewujudkannya.

Pemerintah seharusnya dapat belajar dari krisis ekonomi pada 1998 tentang bagaimana ketahanan UMKM terhadap krisis yang begitu kuat.UMKM juga telah mempercepat laju pertumbuhan ekonomi karena banyak menyerap tenaga kerja.

Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sejak beberapa waktu yang lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi, akan tetapi sektor UMKM terbukti tangguh dan memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis tersebut. Berdasarkan data yang dirilis oleh Biro Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2000, tiga tahun pasca krisis (tahun 1997) saja sektor UMKM telah mampu memberikan kontribusi yang mengesankan, yaitu dalam total pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional tahun 2000 sebesar 4,9 persen, sebanyak 2,8 persen berasal dari pertumbuhan sektor UMKM. Dan Menurut data BPS tahun 2003, jumlah UMKM di Indonesia adalah 42 juta unit atau 99,99 persen dari jumlah seluruh unit usaha di Indonesia. Sebanyak 99,85 persen terdiri dari skala usaha kecil dan 0,14 persen dari skala usaha menengah.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar usaha di Indonesia berada pada skala usaha kecil dan menengah.[8]

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini.Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat.Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah.Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah.Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Salah satu alat analisis situasional yang paling bertahan lama dan banyak digunakan oleh perusahaan dan sektor swasta pada pemberdayaan UMKM

---

[8] Halim Oky Zulkarnaen, ”ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) MAKANAN Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah Di Solo)”, (Mahasiswi Program Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang, 2013).hlm. 1

sangatlah besar terutama dalam meningkatkan potensi UMKM. Salah satu yang dilakukan pada sektor swasta adalah melakukan formulasi strategi adalah analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats)*.[9] Berkaitan dengan analisis SWOT, terdapat dua bidang kajian seperti berikut: kekuatan (*strengths)* dan kelemahan (*weakness)* untuk menganalisis tingkat bisnis (perusahaan individual), sedangkan peluang (*opportunity)* dan hambatan (*threats)* digunakan pada tingkatan industri yang akan diterjuninya. Di samping industri adalah kondisi makroekonomi yang akan memengaruhi kelangsungan hidup perusahaan harus pula dikaji secara mendalam.[10]

UMKM perlu memiliki kepekaan yang lebih besar akan potensi produk yang dihasilkan. Hal ini tentunya akan meningkatkan daya saing produknya tersebut. Keuntungan bagi produk yang mencerminkan cirri khas kedaerahan, menjadi satu nilai tambah tersendiri bagi UMKM tersebut. Dalam perjalannya, UMKM perlu melakukan analisis SWOT terhadap usahanya, sehingga nanti dapat diketahui apa saja permasalahan yang dialaminya. Hal ini dapat pula menjadi patokan untuk perbaikan di masa yang akan datang.[11]

UMKM usaha kuliner yang sudah banyak terdapat di Indonesia adalah central Kuliner dan cafe. Dalam melancarkan usahanya maka pelaku usaha tersebut harus mengoptimalkan cita rasa pada setiap makanan dan minuman. Hal

---

[9] Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik,(*Jakarta,Erlangga, 2012).hlm. 164.

[10] Suryadi Prawirosentono dan Dewi Primasari, *Manajemen Stratejik & Pengambilan Keputusan Korporasi (Strategic manajement & Corporate Decision Making), (*Jakarta. PT Bumi Aksara, 2014).hlm.26.

[11] Lila Bismala dan Susi Handayani, "Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT", (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2014).hlm.446.

ini menjadi salah satu faktor utama penentu untuk mencapai keberhasilan dalam usaha di bidang makanan dan minuman.

Bandar Lampung yang menjadi pusat perdagangan industri atau jasa di Provinsi Lampung membuat penggunaan lahan menjadi semakin banyak namun persediaan lahan menjadi minim. Banyak UMKM yang berdiri di kota Bandar Lampung salah satunya adalah biasa menjadi tempat berkumpul anak-anak muda Oops Pujasera yang ada di Way Halim Kota Bandar lampung. Oops Pujasera sendiri merupakan sebuah *foodcourt* seperti yang ada di mall-mall yang di dalamnya ada berbagi stan yang menjual beraneka macam makanan dan minuman. Sesuai dengan namanya, Pujasera, alias pusat jajanan serba ada, di Oops!Pujasera ini dapat dijumpai berbagai macam jenis makanan dan minuman dari yang ringan sampai yang berat.

Adapun ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang jual beli adalah sebagai berikut:

ٱلرِّبَوٰاْۚ وَحَرَّمَ ٱلۡبَيۡعَۚ ٱللَّهُ وَأَحَلَّ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."* (QS. Al-Baqarah: 275).[12]

Melihat jumlah pedagang di Oops Pujasera Way Halim yang yang berjumlah 17 pelaku UMKM, maka yang perlu dianalisis adalah mungkinkah hal ini mampu menjadi sarana untuk meningkatkan kesejahteraan dan menopang ekonomi masyarakat atau justru kegiatan ekonomi tersebut dalam hal ini

[12] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2003), hlm, 47.

dikatakan Usaha Mikro Kecil, Mikro, dan Mengengah (UMKM) tidak mampu menjadi mesin dalam hal pertumbuhan ekonomi yang memadai.

Penelitian ini melihat bagaimana potensi dan strategi UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dari pelaku UMKM Di oops! Pujasera dilihat dari selisih produksi, penjualan, potensi dari pandangan masyarakat setempat dilihat dari tingkat penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan pekerjaan. Selain itu, melihat prospek UMKM di oops! Pujasera dari sisi persepsi, pelayanan, pengetahuan, dan pengalaman yang di rasakan oleh para konsumen atau pengunjung dan masyarakat setempat.

Berwirausaha merupakan salah satu sumber motivasi manusia dan perjuangan untuk hidup yang lebih baik.Berwirausaha sangat membantu mensejahterakan masyarakat. Dalam berwirausaha seseorang akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, sehingga masyarakat tidak akan kehabisan lapangan pekerjaan dan tidak akan mengalami kesulitan untuk memenuhi kebutuhanya, bahkan berwirausaha sangat dianjurkan oleh Islam. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya dalil-dalil alquran tentang bekerja keras . Salah satunya ada didalam QS Al-Jumu'ah Ayat 10 :

ُونَ لَّعَلَّكُمْ كَثِيرًا ٱللَّهَ وَٱذْكُرُوا ٱللَّهِ فَضْلِ مِن وَٱبْتَغُوا ٱلْأَرْضِ فِى فَٱنتَشِرُوا ٱلصَّلَوٰةُ قُضِيَتِ فَإِذَا

تُفْلِحُ ١٠

Artinya: *"Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebarlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung".*[13]

Dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana potensi dan strategi UMKM di Oops!Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang dapat di bahas dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana potensi UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam ?
2. Bagaimana strategi kelangsungan usaha UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung dilihat dari pelayanan, pengalamannya, dan pengetahuan ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

a. Untuk mengetahui potensi UMKM di Oops! Pujasera Way Halim berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam.

[13] Leni Setia Wardani,"Analisis Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Pesantren Annabila, (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015).hlm. 3

b. Untuk mengetahui strategi kelangsungan usaha UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung dilihat dari pelayanan,pengalamannya, dan pengetahuannya.

2. Manfaat Penelitian

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis

a. Manfaat teoritis

1) Dari segi ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya tentang analisis potensi usaha kecil, Mikro, dan menengah menggunakan SWOT di oops! Pujasera Way Halim kota Bandar Lampung dalam perspektif Ekonomi Islam.

2) Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi masukan bagi manajer dan pelaku UMKM Oops! Pujasera dalam pengambilan kebijakan untuk lebih mengembangkan potensi usahanya.

3) Untuk menambah referensi dalam kajian ekonomi.

4) Dapat digunakan sebagai acuan di bidang penelitian sejenis.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi manajer dan para pelaku UMKM, dapat memberikan saran-saran dan masukan untuk menyempurnakan dan meningkatkan kualitas potensi usaha yang ada di oops pujasera Way Halim Bandar Lampung.

2) Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti khususnya mengenai potensi usaha kecil, mikro dan menengah yang ada di oops! Pujasera Way Halim kota Bandar Lampung.

3) Bagi pembaca, hasil penelitan ini dapat menambah dan mengembangkan wawasan pembaca terkait masalah potensi UMKM di oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dalam perspektif Ekonomi Islam. Selain itu sebagai referensi bagi pembaca yang tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam tentang penelitian ini.

F. Metode Penelitian

Metode adalah suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian. Sedangkan penelitian itu sendiri diartikan sebagai upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran.[14]

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kualitatif.Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti

[14] Mardalis, *Metode Penelitian suatu Pendekatan Proposal*, Cet.X, (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2008).hlm.24

pada kondisi objek yang alamiah.[15] Metode Penelitian ini berjenis penelitian lapangan (*field researcd)* yang merupakan penelitian lapangan.

Selain menggunakan *field research* penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research).*Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam materi yang terdapat dalam ruang lingkup kepustakaan.Yang dimaksud dengan penelitian kepustakaan adalah penelitian dengan membaca, menelaah dan mencatat bahan dari berbagai literature yang berhubungan langsung dan yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini.[16]

b. Sifat Penelitian

Di lihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha untuk menentukan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi peneliti juga menyajikan data, menganalisis dan menginterprestasikan.[17] Dengan mengumpulkan data-data dari lapangan yang berupa wawancara dan catatan hasil penelitian dilapangan.

2. Sumber Data

Untuk mengumpulkan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan data sebagai berikut :

---

[15] Hadi Sutrisno, ”Metode Research”, (UGM, Yogyakarta, 2002).hlm. 142
[16]*Ibid,* hlm. 144
[17] Prasetya Irawan, *Logika dan Prosedur Penelitian*, (Jakarta, STIA-LAN, 1998).hlm. 60

a. Data Primer

Data primer merupakan sebuah informasi data yang diperoleh penulis secara langsung dari tempat objek penelitian, dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari pengamatan penulis, serta dari data pertanyaan yang berupa wawancara [18] kepada manajer, Pelaku UMKM, dan konsumen atau pelanggan yang ada di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

b. Data Sekunder

Selain data primer sebagai pendukung dalam penelitian inipenulis juga menggunakan data sekunder.Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber eksternal maupun sumber internal. [19] Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku literatur dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diperoleh dari Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

3. Populasi dan Sample

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

[18] *Ibid,* hlm. 86
[19] *Ibid,* hlm. 87

kesimpulan.[20] Populasi yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas 3 bagian, yaitu;

1) Manajer Oops! Pujasera berjumlah 1 orang
2) Seluruh Pelaku UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung yang berjumlah 10 unit usaha.
3) Seluruh Konsumen/Pengunjung berjumlah 15 orang di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

b. Sample

Sample adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan di teliti. Adapun sample dalam penelitian ini berjumlah 26 dimana 10 sebagai pelaku UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung terdiri dari pedagang makanan, dan pedagang minuman, Manajer Oops! Pujasera berjumlah 1 orang, dan 15 orang sebagai Konsumen/Pengunjung di Oops Way Halim Bandar Lampung.

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini penulisan menggunakan metode-metode sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan

[20] Sugiyono, *Metode Pnelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, (*Bandung, Alfabeta, 2011).hlm. 80

pertanyaan-pertanyaan pada para responden.Wawancara bermakna berhadapan langsung antar interview dengan responden dan kegiatannya dilakukan secara lisan.[21] Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan para pelaku UMKM dan manajer, pelanggan atau konsumen dan masyarakat yang disekitar Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

Teknik wawancara yang dipakai yaitu wawancara tidak berencana. Dalam wawancara tidak berarti bahwa peneliti tidak mempersiapkan pertanyaan yang akan diajukan tetapi peneliti tidak terlampau terikat pada aturan-aturan yang ketat. Wawancara ini dilakukan untuk menghindari kehabisan pertanyaan.[22]

b. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifikasi bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara. [23] Metode ini penulis gunakan sebagai penunjang untuk membuktikan kebenaran data yang diperoleh dari interview mengenai potensi UMKM di Oops Pujasera Way Halim Bandar Lampung.

c. Dokumentasi

Yakni proses mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti,

---

[21] Joko Subagio, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek,* Cet.4, (Jakarta, PT Asdi Mahasatya, 2004).hlm.39.

[22] Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum* cet.7, (Jakarta, PT Asdi Mahasatya, 2013).hlm.96.

[23]Sugiyono, op. cit, hlm. 145.

notulenrapat, agenda dan sebagainya.[24] Dalam hal ini, penulis mengumpulkan data-data dengan arsip, buku dan lain sebagainya yang ada dan terdapat di perpustakaan dan Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

5. Analisis Dan Pengolahan Data

Setelah berbagai data terkumpul, maka untuk menganalisis digunakan teknik deskriptif analisis yaitu teknik untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang terkait dengan pembahasan, dimana teknik ini menggambarkan tentang potensi usaha kecil, mikro, dan menengah yang ada di oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi islam. Untuk mendapatkan data yang lebih akurat perlu adanya pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

a. Editing

Memeriksa kembali semua data yang diperoleh dengan memilih dan meyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevasinya dengan permasalahannya.[25]

---

[24] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek), (*Jakarta, PT Rineka Cipta, 2002).hlm. 206.

[25] Cholid Narkubo dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian, (*Jakarta, Bumi Aksara, 1997).hlm.153

b. Organizing

Mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokan data yang diperoleh.[26]

Teknik ini merupakan langkah kedua setelah *editing,* yaitu memudahkan peneliti untuk memhami tentang Analisis Potensi Usaha Kecil, Mikro dan Menengah di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

c. Analyzing

Metode analisa dalam penelitian ini berdasarkan metode analisa dengan cara berfikir induktif. Metode induktif yaitu suatu cara untuk mengambil kesimpulan dari yang khusus ke umum.[27]

Dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil *editing dan organizing* data yang diperoleh dari sumber-sumber penelitian dengan menggunakan teori sehingga diperoleh kesimpulan.[28] Menurut penulis *analyzing* yaitu berawa dari data-data yang masih bersifat samar-samar dan semu, kemudian bila ditelitilebih lanjut akan semakin jelas karena data yang diperoleh dan hasilnya pun akan lebih sempurna.

---

[26]*Ibid,* hlm.154
[27]*Ibid,* hlm.195
[28]Sugiono, *Metode Penelitian dan Administasi, (*Bandung, CV Alfa Beta, 1998).hlm. 300.

G. Penelitian Terdahulu

Dalam hal ini penulis mencantumkan penelitian terdahulu untuk membedakan dengan penelitian yang saya buat:

1. Judul : Analisis Potensi Usaha Kecil dan Menengah Di Pusat Kebudayaan Dan Olahraga Way Halim Kota Bandar Lampung. Disusun oleh Benny Yohan/1211021022 jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung 2016.

   Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan hasil dan observasi fisik serta survei menggunakan kuesioner, penelitian ini mempunyai kendala dalam persaingan produk sejenis. Adapun pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumenter, kuisioner dan observasi fisik.

   Dari penelitian terdahulu diatas mempunyai persamaan dalam metode penelitian yaitu metode kualitatif sama-sama membahas tentang potensi UMKM dengan objek penelitian berbeda. Dan terdapat perbedaan yaitu penelitian terdahulu menggunakan ekonomi konvensional sedangkan penulis dalam perspektif ekonomi islam dan menggunakan analisis SWOT.

2. Judul : Analisis Pengembangan Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Sentra Kerajinan Batik Gajah Oling Kabupaten Banuwangi. Disusun oleh Mardha Heri Hartono/070810101201 Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Jember 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh tenaga kerja, kain, lilin batik, obat pewarna dan tempat usaha terhadap produksi pengrajin batik dikabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis SWOT.

Adapun persamaan yang mendasar dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan analisis SWOT, tetapi yang membedakannya adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dengan menggunakan data sekunder.

3. Judul : Analisis Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Pesantren Annabila/112411007 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015.

   Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara mengoptimalisasikan usaha yang ada di perusahaan Annabila. Lalu mengetahui apa saja permasalahan yang ada di perusahaan tersebut.

   Jenis penelitian adalah kualitatif yang berdsarkan pada filsafat positifme, ang memandang realitas atau gejala itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi.

   Adapun persamaan yang mendasar pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan Ekonomi Islam dan metode penelitiannya menggunakan metode kualitatif, tetapi yang

membedakannya adalah pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan penelitian terdahulu tidak menggunakan analisis SWOT.

BAB II

LANDASA TEORI

A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Asean Development Bank (ADB) mendefinisikan industri kecil dengan menitikberatkan pada aspek finansial karena peran lembaga tersebut sebagai penyedia dana bagi usaha. ADB mendefinisikan UMKM adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dengan nilai kredit yang diperlukan sebesar Rp 50 juta hingga Rp 5 milyar dan mempekerjakan 5 sampai 100 orang. Dari definisi tersebut terlihat bahwa ADB menggunakan istilah kredit untuk menggolongkan jenis suatu usaha, yang berarti aspek finansial yang menjadi penentu penggolongan tersebut.[29]

Usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta, menghasilkan penjualan tahunan paling banyak Rp 1 milyar, milik warga negara Indonesia, berdiri sendiri dan bukan merupakan anak cabang dari perusahaan lain, berbentuk badan usaha perorangan yaitu badan usaha yang berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum termasuk koperasi. Titik tekan dari definisi ini adalah kekayaan bersih yang dimiliki oleh pelaku usaha.[30]

---

[29]Ahmad Rifa'I, "Peran Dalam Pembangunan Daerah: Fakta Di Provinsi Lampung", (Jurnal Ilmiah Administrrasi Publik dan Pembangunan, Vol.1, No.2, Juli-Desembar 2010), hlm. 3

[30]Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Kriteria UMKM

2. **Kriteria Usaha Kecil dan Menengah**

a. **Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008** digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 2.1 Kriteria UMKM

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta-500 Juta	> 300 Juta-2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta-10 Miliar	> 2,5 Miliar-50 Miliar

Sumber : jurnal Strategi UMKM menghadapi Pasar Bebas Asean

b. **Kriteria Usaha Kecil dan Menengah Berdasar Perkembangan,** s

1) *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal.

2) *Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

4) *Fast Moving Enterprise*, merupakam UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).[31]

[31] "Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan Tentang Usaha Kecil Menengah" (on-line), Tersedia di :**https://infoukm.wordpress.com/** (26Febuari 2017, pkl : 14.12).

3. Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam

a. Usaha mikro pengaturannya bersifat ketuhanan/*ilahiah (nizhamun rabbaniyah)*, mengingat dasar-dasar mengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan allah SWT sebagaimana di tetapkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.[32]

b. Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan *(iqtishadun 'aqdiyyun)*, mengingat ekonomi Islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dari akidah Islamiah *(al-'aqidah Al-Islamiyyah)* yang didalamnya akan dimintakan pertanggung-jawaban terhadap akidah yang di yakininya.

c. Berkarakter ta'abbudi *(thabi'un ta 'abbudiyun)*. Mengingat usaha mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdimensi ketuhanan*(nizham rabbani).*

d. Terkait dengan akhlak *(murtabithun bil-akhlaq)*, Islam tidak pernah memprediksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi juga tidak pernah memetakan pembangunan ekonomi dalam pelindungan Islam yang tanpa akhlak.

e. Elastis *(al-murunah), al-murunah* didasarkan pada kenyataan bahwa al-Qur'an dan al-Hadist yang keduanya diajdikan sumber asasi ekonomi.

---

[32] Muhammad Reztri Irfani, "*Peran Usaha Mikro Produsen Kelanting Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam"* (IAIN Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islman, Ekonomi Islam, 2016), hlm., hlm. 21

f. Objektif *(al-maudhu'iyyah)*, Islam mengajarkan umat nya supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktiftas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakekatnya adalah merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membeda-bedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.

g. Realistis *(al-waqi'yyah)*. Prakiraan *(forcasting)* ekonomi khususnya prakiraan bisnis tidak selamanya sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi yang lain.

h. Harta kekayaan pada hakekatnya adalah milik Allah SWT dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan seseorang terhadap harta kekayaan *(al-amwal)* tidaklah bersifat mutlak.

i. Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan *(tarsyid istikhdam al-mal)*.[33]

4. Ciri-Ciri Usaha Mikro

a. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;

b. Tepat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;

c. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;

[33] *Ibid*, hlm. 22

d. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;

e. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non-bank;

f. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termaksud NPWP.[34]

5. Ciri-Ciri Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Sistem usaha mikro islam lahir dari sumber wahyu, sedang yang lain dari sumber akal. Usaha mikro mempunyai ciri-ciri khusus yang membedakanna dari sitem ekonomi lainnya, yaitu Ilahiah dan Insaniah.[35]

Berciri Ilahiah berdiri di atas dasar aqidah, syariat dan akhlaq. Artinya, usaha usaha mikro islam berlandaskan pada aqidah yang meyakini bahwa harta benda adalah milik Allah SWT semata, sedangkan manusia hanya sebagai khalifah yang mengelolanya (Istikhlaf) guna kelangsungan hidupnya, usaha mikro islam juga berpijak pada syariat yang mewajibkan pengelolaan harta benda sesuai aturan Syariat Islam, serta usaha mikro islam berdiri di atas pilar akhlak yang membentuk para pelaku usaha mikro islam berakhlakul karimah dalam segala tindakan ekonominya.[36]

Berciri insaniah karena memiliki nilai kemanusiaan yang tinggi dan sempurna. Sistem usaha mikro Islam tidak membunuh hak individu

[34]*Ibid*, hlm 23
[35]*Ibid*, hlm.23
[36]*Ibid*, hlm.24

sebagaimana Allah SWT nyatakan dalam surat al-Baqarah ayat 29 bahwa semua yang ada di bumi diciptakan untuk semua orang. Namun pada saat yang sama tetap memelihara hak sosial dengan seimbang.

Dengan kedua ciri khas di atas, aktivitas sistem usaha mikro islam terbagi dua : pertama, individual yaitu aktivitas usaha yang bertujuan mendapatkan keuntungan materi bagi pelakunya, seperti perniagaan, pertukaran dan perusahaan. Kedua, sosial yaitu aktivitas usaha yang bertujuan memberikan keuntungan kepada orang lain, seperti pemberian, pertolongan dan perputaran.[37]

6. Dasar Hukum Berwirausaha Dalam Perspektif Islam

Terdapat beberapa firman Allah SWT yang berkaitan dengan usaha mikro, salah satunya ada dalam firman Allah QS. At-Taubah [9] ayat 105 dalam ayat ini manusia diminta untuk bekerja melakukan aktivitas lain, baik yang nyata maupun yang tersembunyi:

وَقُلِ ٱعْمَلُوا۟ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُۥ وَٱلْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلْغَيْبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya : *Dan Katakanlah: " Bekerjalah Kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (QS. At-Taubah: 105)*[38]

---

[37]*Ibid*, hlm. 25

[38]Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2003), hlm. 172.

Kemudian manusia pun diwajibkan untuk bekerja keras dalam rangka pemenuhan kebutuhan baik secara lahiriyah dan batiniyah, termaksud untuk pemenuhan khususnya kebutuhan ekonomi agar terciptanya peningkatan kesejahteraan pada keluarga dan masyarakat itu sendiri. Seperti yang telah diterangkan Allah SWT dalam surat Al-Jumu'ah [62] ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَوٰةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: Apabila telah di tunaikan shalat, Maka bertebarlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.(QS. Al-Jumu'ah:10).[39]

Rasulullah SAW telah memuji orang yang memakan rezeki hasil usahanya sendiri melalui sabda beliau berikut ini:

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَاماً قَطْ خَيْراً مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللهِ دَاوُدَ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

Artinya : *"Tidaklah seseorang memakan makanan yang lebih baik dari memakan hasil jerih payahnya sendiri, dan sesungguhnya Nabi Daud makan dari hasil jerih payahnya sendiri". [HR Bukhari no. 1966 dari Al Miqdam bin Ma'diyakrib Radhiyallahu 'anhu].*[40]

---

[39]*Ibid*, hlm. 441

[40] Imam Abi Abdilah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim al-Bukhari, *"Shahih Bukhari"* dalam *Maktabah Asy-Syamilah*, edisi ke-2, 1999, Juz 7, hlm, 235.

7. Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Pengembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional.Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan, pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan konstribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Kegiatan pengembangannya ditujukan sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan yang dapat menjadi penggerak utama perekonomian daerah.[41]

Kinerja UMKM dapat ditinjau dari beberapa aspek, yaitu: (1) nilai tambah, (2) unit usaha, tenaga kerja dan produktivitas, dan (3) nilai ekspor. Kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi.[42]

kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran,

---

[41] Benny Yohan "Ananlisis Potensi Usaha Kecil Dan Menengah Di Pusat Kebudayaan Dan Olahraga Way Halim Kota Bandar Lampung". (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2016), hlm. 13

[42] *Ibid*, hlm. 14

standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.Jadi kinerja adalah prestasi yang dicapai suatu organisasi atau entitas dalam periode akuntansi tertentu yang diukur berdasarkan perbandingan dengan berbagai standar.

Banyak faktor yang mempengaruhi prestasi perusahaan kecil diantaranya adalah pengaruh faktor internal dan eksternal.Keberhasilan tergantung dari kemampuan dalam mengelola kedua faktor ini melalui analisis faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha. Tantangan internal bagi UMKM terutama dalam pengembangannya mencakup aspek yang luas yaitu peningkatan kualitas sumber daya manusia, kemampuan manajemen, organisasi dan teknologi, kompetensi kewirausahaan, akses yang lebih luas terhadap permodalan, informasi pasar yang transparan, faktor input produksi lainnya, iklim usaha yang sehat dan mendukung inovasi, serta kewirausahaan. Faktor eksternal meliputi jaringan sosial, legalitas, dukungan pemerintah, pembinaan, teknologi, dan akses kepada informasi. Keberhasilan akan tercapai jika adanya kesesuaian antara faktor internal dengan faktor eksternal melalui penerapan cara yang tepat.[43]

8. Strategi UMKM Dalam Pembangunan

Pada tahap awal pembangunan sektor pengolahan di suatu negara akan didominasi oleh usaha kecil (industri rumah tangga) dan pada tahap selanjutnya banyak didominasi oleh usaha besar. Selama proses

[43]*Ibid*, hlm. 15

pembangunan ekonomi, keterlibatan sebuah industri dalam pembangunan jika dilihat dari skala (ukurannya) dapat dibedakan menjadi tiga fase. *Fase pertama*,yaitu pada tahap awal pembangunan (*early stage of industrial development)* dimana perekonomian bercirikan dominasi ekonomi agraris. Pada fase ini industri yang terlibat banyak di dominasi oleh industri kerajinan rumah tangga (IKRT ; IRT) baik dalam hal total output industri maupun total tenaga kerja. Tahap ini merupakan tahap dimulainya industrialisasi dimana IRT hidup berdampingan dengan usaha besar yang terbatas jumlahnya.

Fase kedua, yaitu pada tahap pembangunan dimana pendapatan riil per kapita masyarakat lebih besar dari pada pendapatan riil per kapita masyarakat pada fase pertama.Pada fase ini usaha kecil dan usaha menengah *(small and medium scale/UKM)* banyak bermunculan dan berkembang cepat dan akhirnya menggeser posisi IRT pada beberapa sektor industri. Pergeseran ini dimungkinkan terjadi karena semakin meluasnya pasar dan meningkatnya jumlah penduduk serta adanya proses urbanisasi. Oleh karena itu beberapa UMKM mulai menyewa tenaga kerja dalam melakukan proses produksi.[44]

Fase ketiga, yaitu pada tahap pembangunan tingkat lanjut *("later" development)* dimanaperekonomian sudah sangat maju.Pada tahap ini perekonomian didominasi oleh usaha besar (*large scale*) dan menggeser peranIRT dan UMKM. Fase ini bisa merupakan bagian dari

[44]*Ibid,* hlm. 15

fase kedua, karena industri besar yang ada pada fase ini merupakan industri kecil yang berkembang menjadi besar pada fase ketiga atau mungkin juga benar-benar pelaku usaha besar yang baru *(new entry*).[45]

B. Usaha Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Awal mula pemikiran usaha mikro diawali sejak Nabi Muhammad SAW diutus menjadi seorang Rasul.Beberapa kebijakan yang dikeluarkan di masa Rasulullah selain masalah hukum (fiqih) dan politik (siyasah), kebijakan dalam hal perniagaan atau ekonomi (muanalah) juga diatur di antara kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan. Rasulullah menjadikan masalah ekonomi sebagai suatu hal yang harus diberikan perhatian yang lebih. Landasan utama sebagai dasar adalah al-Qur'an dan al-Hadist. Berikut ini akan kita bicarakan lebih lanjut tentang pemikiran-pemikiran pada masa-masa tersebut.

a. Perekonomian Di Masa Rasulullah SAW (571-632M). Di masa Rasulullah SAW, peperangan masih mewarnai kehidupan masyarakat pada saat itu. Salah satu sumber pendapatan masyarakat saat itu adalah harta rampasan perang yang diperoleh dari lawan perang.[46] Tidak ada pendapatan tetapbagi mereka sebagai pengikut perang bernama Rasulullah SAW. Ketika harta rampasan perang telah dihalalkan untuk dinikmati secara keseluruhan oleh mereka yang mengikuti peperangan, kemudian turunlah Surat Al-Anfal 8 ayat 41

---

[45]*Ibid*, hlm. 16
[46]Muhammad Reztri Irfani, *Op.Cit*, hlm. 17

يَتَٰمَىٰ ٱلۡقُرۡبَىٰ وَلِذِي وَلِلرَّسُولِ خُمُسَهُۥ لِلَّهِ فَأَنَّ شَيۡءٖ مِّن غَنِمۡتُم أَنَّمَا وَٱعۡلَمُوٓاْ ۞

مَ عَبۡدِنَا عَلَىٰٓ أَنزَلۡنَا وَمَآ بِٱللَّهِ ءَامَنتُم كُنتُمۡ إِن ٱلسَّبِيلِ وَٱبۡنِ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱل

﴿٤١﴾ قَدِيرٞ شَيۡءٖ كُلِّ عَلَىٰ وَٱللَّهُ ٱلۡجَمۡعَانِ ٱلۡتَقَى يَوۡمَ ٱلۡفُرۡقَانِ يَو

Artinya: *"ketahuilah sesungguhnya apa saja yang dapat kamu peroleh sebagai rampasan perang, maka sesungguhnya seperlima untuk Allah, Rasul, Kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan Ibnu Sabil, jika kamu beriman kepada Allah dan kepada yang Kami turunkan kepada hamba kami (Muhammad) di hari furqaan, yaitu di hari bertemunya dua pasukan. Dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu."*[47]

Tahun kedua setelah hijriah, Zakat Fitrah yang dibayarkan setahun sekali pada bulan ramadhan mulai diberlakukan. Zakat Maal (Harta) diwajibkan pada tahun ke-9 hijriah, sementara zakat fitrah (shadaqoh fitrah) pada tahun ke-2 hijriyah. Akan tetapi ada ahli hadist memandang zakat telah diwajibkan sebelum tahun ke-9 hijriah ketika Maulana Abdul hasa berkata zakat diwajibkan setelah hijriah dan kurun waktu lima tahun setelahnya. Sebelum diwajibkan, zakat bersifat sukarela dan belum ada peraturan khusus atau ketentuan hukum.[48]

b. Perekonomian Di Masa Khulafaurrasyidin abu Bakar As-Sidiq (51 SH-13 H / 537-634 M) setelah 6 bulan, Abu Bakar pindah ke Madinah, bersamaan dengan itu sebuah Baitul Maal dibangun. Sejak menjadi

---

[47] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2003, hlm. 441

[48] Muhammad Reztri Irfani, *Op.Cit,* hlm. 18

Khalifah, kebutuhan keluarganya diurus oleh kekayaan dari Baitul Maal ini.

c. Umar bin Khattab (40SH-23H / 584-644M) Khalifah Umar hukum perdagangan mengalami penyempurnaan beban pajak untuk beberapa barang, perdagangan nabad dan kurma Syiria sebesar 50%.

d. Ustman bin Affan (47SM-35H / 577-656M) pada masa ustman, sumber pendapatan pemerintah berasal dari zakat, Kharaj (pajak yang ditujuk untuk menjaga kebutuhan atau fasilitas umum atau publik), fay (tanah yang ditinggalkan oleh pemiliknya sehingga diambil alih menjadi milik negara) dan ghanimah (harta rampasan perang). Zakat di tetapkan 2,5 persen dari modal aset.

e. Ali Bin Abi Thalib (23H-40H / 600-661 M) pada masa pemerintahan Ali beliau mendistribusikan seluruh pendapatan provinsi yang ada Baitul Mall Madinah, Bursa, dan Kuffah. Ali ingin mendistribusikan sawad, namun ia menahan diri untuk menghindari terjadinya perselisihan.[49]

Dari uraian sejarah singkat dari ekonomi mikro tersebut maka definisi usaha mikro tidaklah lagi sebagai mana definisi umum yang biasa kita kenal dalam buku-buku mengenai keduanya.Yaitu usaha mikro disebutkan sebagai teori yangmenelaah kegiatan ekonomi secara individual dari sudut pandang hubungan antara produksi, konsumsi, harga, permintaan dan penawaran.

C. Analisis SWOT

[49] *Ibid*, hlm.19

1. Definisi Analisis SWOT

SWOT merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) internal dari suatu perusahaan serta *Opportunities* (peluang) dan *Threat* (ancaman) lingkungan yang dihadapinya. Analisis SWOT (*SWOT analysis)* merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan.Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari "kesesuaian" yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternal (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.[50]

Peluang (*opportunity)* merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.Tren utama merupakan salah satu sumber peluang.Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perusahaan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

Ancaman (*threat)* merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan.Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar menawar dari pembeli atau pemasok utama,

[50] John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr., *Edisi 10 Strategic Management (Manajemen Strategis)Formula, Implementasi, dan pengendalian,* (Jakarta Selatan,Salemba Empat, 2002), hlm. 200.

perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaruan peraturan dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Kekuatan (*strength)* merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.

Kelemahan (*weakness)* merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.[51]

a. Manfaat analisis SWOT

Metode analisis SWOT merupakan metode analisis yang paling dasar dalam melakukan analisis strategi, yang bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan ataupun suatu topik dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomondasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan atau organisasi dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan yang dimiliki dan juga menghindari berbagai ancaman yangterjadi.

Jika digunakan dengan baik dan benar, maka analisis ini akan dapat digunakan untuk membantu melihat sisi-sisi yang terabaikan atau tidak

[51]*Ibid*, hlm. 201.

terlihat dri sebuah perusahaan atau organisasi. Dari uraian diatas tadi, analisis SWOT adalah instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi dalam manajemen perusahaan atau organisasi. Analisis ini berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak dari ancaman yang timbul dan harus dihadapi.[52]

b. Tujuan, dan Fungsi Analisis SWOT

1) Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan perusahaan.[53] Maka perlunya identifiksi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui telaah terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi perusahaan yang realistis dalam mewujudkan misi dan misinya.

Maka tujuan analisis SWOT pada perusahaan adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yang yang telah analisis. Apabila terdapat kesalahan, agar perusahaan itu

[52]Faisal Hafid, Analisis SWOT Terhadap Pelayanan Pasien Rawat Jalan Ditinjau Dari Etika Kerja Islam (Studi pada RSUD Kota Agung), Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Raden Intan Lampung, 2016, hlm. 38

[53]*Ibid* , hlm. 38

harus mengelola untuk mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik begitu juga pihak perusahaan harus mengetahui kelemahan yang dihadapi agar menjadi kekuatan serta mengatasi ancaman menjadi peluang.

2) Fungsi Analisis SWOT

Ketika suatu perusahaan mengorbitkan suatu produk tentunya pasti telah mengalami proses pnganalisaan terlebih dahulu oleh timteknik *corporate plan.*.[54] Pengenalan akan kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk tetap menaruh perhatian dan melihat peluang-peluang baru. Sedangkan penilaian yang jujur terhadap kelemahan-kelemahan yang ada akan memberikan bobot realisme pada rencana-rencana yang akan dibuat perusahaan.

Maka, fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.

c. Keunggulan Analisis SWOT

Berikut adalah keunggulan dari analisis SWOT antara lain:

1) Dapat dijadikan panduan dalam penyusuna kebijkan strategis menuju target yang telah di canangkan sebelumnya.

[54]Ibid, hlm. 39.

2) Dapat membantu memudahkan proses evaluasi berkaitan dengan penentuan kebijakan strategis sekaligus sistem perencanaan agar meraih kesuksesan dari waktu sebelumnya.[55]

3) Dapat dijadikan bagian penting untuk memperoleh informasi tentang beragam hal yang dibutuhkan menuju proses perubahan perbaikan masa mendatang.

4) Dapat meningkatkan motivasi dalam menemukan ide-ide kreatif untuk terus maju meraih kesuksesan yang ditargetkan sebelumnya.

d. Keterbatasan Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan pendekatan konseptual yang sangat luas, sehingga rentan terhadap beberapa kelemahan utama.

1) Analisis SWOT dapat terlalu menekankan kekuatan internal dan menganggap remeh ancaman eksternal.

2) Analisis SWOT dapat bersifat statis dan berisiko mengabaikan kondisi yang berubah.

3) Analisis SWOT dapat terlalu menekankan pada satu kekuatan atau elemen strategi.

4) Suatu kekuatan tidak selalu menjadi sumber keunggulan kompetitif.[56]

---

[55] *Ibid,* hlm. 40
[56] *Ibid,* hlm. 206.

2. Unsur-Unsur Perencanaan

a. Misi

Misi (*mission)* dri sebuah perusahaan di rumuskan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mendasar. Misi bagi suatu usaha perusahaan akan menggambarkan bisnis apa yang sedang dan akan dijalankan oleh perusahaan serta tujuan kualitatif apa yang ingin dicapai perusahaan melalui keberadaannya dibidang bisnis tertentu.[57]

Misi yang dibuat oleh perusahaan setidak-tidaknya mengandung tiga komponen yaitu: sensitivitas terhadap keinginan pelanggan (*sensitivity to customer wants),* perhatian terhadap mutu/kualitas (*concern for quality)* dan pernyataan visi perusahaan *(statements of company vision).*

b. Visi

Visi memiliki keterkaitan dengan misi perusahaan, visi dan misi secara bersama-sama menunjukkan tujuan yang ingin di capai perusahaan di masa yang akan datang dan arah strategi pengembangan usaha perusahaan. Misi yang disusun oleh perusahaan mengacu pada visi suatu perusahaan. Visi yang jelas akan menjadi landasan bagi pengembangan arah usaha perusahaan yang komprehensif.[58]

---

[57]Ismail Solihin, *Manajemen Strategi*, (Jakarta, Erlangga, 2012), hlm. 18
[58]*Ibid,* hlm. 21

Evaluasi terhadap visi dan misi secara periodik perlu dilakukan karena seiring perjalanan waktu, perusahaan bisa saja mendapati dirinya berada dalam bisnis "yang keliru" karena pendiri perusahaan mendirikan usaha hanya didasari oleh adanya tren bisnis musiman yang memiliki daur hidup sangat pendek atau keberadaan perusahaan tidak relevan lagi didalam bisnis yang digeluti saat ini.

c. Tujuan

Tujuan secara generik dapat didefinisikan sebagai hasil-hasil akhir (*end result)* yang ingin dicapai oleh perusahaan. Misi merupakan hasil akhir yang ingin dicapai perusahaan dan memiliki horizon waktu yang sangat panjang untuk mencapainya. Selain itu misi perusahaan dinyatakan secara kualitatif lebih menunjukkan sifat (*the nature of things)* daripada ukuran (*the measure of things)*.[59]

Berbeda dengan misi, tujuan (*objective)* merupakan hasil akhir yang ingin dicapai perusahaan dalam jangka waktu tertentu dan dinyatakan secara kuantitatif (lebih menunjukkan *the measure of thing)*.

d. Kebijakan

Kebijakan *(policy)* secara sederhana dapat didefinisikan sebagai *guide to action.* Kebijakan merupakan suatu panduan umum yang akan mengarahkan pembuatan keputusan yang akan di ambil oelh

[59]*Ibid,* hlm. 23

para pembuat keputusan di dalam perusahaan. Kebijakan menjadi pedoman yang akan menghubungkan formulasi strategi dengan implementasi strategi yang akan dilakukan perusahaan.[60]

Kebijakan juga dibuat oleh perusahaan untuk menjadi panduan dalam melakukan pengambilan keputusan untuk hal-hal yang berulang-ulang terjadi. Tujuan dibuatnya kebijakan tersebut adalah untuk mengurangi adanya *discrection* (pertimbangan pribadi) dimana diskresi berpotensi menjadikan keputusan yang dibuat menjadi tidak konsisten (berbeda-beda).

e. Prosedur dan Aturan

1) Prosedur

Prosedur (*procedures)* merupakan metode atau cara yang baku untuk melaksanakan pekerjaan tertentu. Prosedur diperlukan agar pelaksanaan pekerjaan dilaksanakan menurut metode tertentu sehingga diperoleh hasil yang seragam.[61]

2) Aturan

Aturan (*rules)* merupakan keputusan tetap untuk diterapkan pada masalah-masalah yang selalu berulang dan penting bagi suatu

[60]*Ibid,* hlm. 29
[61]*Ibid,* hlm. 30

komponen perusahaan. Selain itu aturan merupakan keputusan tetap yang diterapkan tanpa memerhatikan urutan waktu.[62]

3. Strategi Planning (Perencanaan Strategi)

Perencanaan strategis merupakan bagian dari manajemen strategis. Manajemen strategis adalah seni dan ilmu untuk pembuatan (*formulating)*, penerapan (*implementing)*dan evaluasi (*evaluating)* keputusan-keputusan strategi antarfungsi yang memungkin sebuah organisasi mencapai tujuan di masa datang. Jadi, perencanaan strategi lebih terfokus pada bagaimana manajemen puncak menentukan visi, misi, falsafah, dan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.[63]

Perusahaan dalam melakukan perencanaan strategi, sebagai langkah awal untuk menyelenggaran suatu manajemen strategi. Penyusunan perencanaan strategi dituntut tidak hanya difokuskan pada usaha target pangsa pasar atau volume penjualan yang akan dicapai dalam periode waktu tertentu. Akan tetapi juga, harus diperhitungkan perubahan-perubahan yang akan terjadi dalam kebijakan ekonomi makro yang dilakukan pemerintah. Karena itu perusahaan mau tidak mau harus memiliki wawasan yang luas. Harus mampu memprediksi segala kemungkinan yang akan terjadi, lebih-lebih lagi perubahan teknologi

---

[62]*Ibid,* hlm. 31

[63] Husein Umar, *Strategic Management in Action (Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David dan Wheelen-Hunger), (*Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2003),hlm. 17.

informasi semakin canggih. Karena itu perencanaan strategi harus dibuat fleksibel, tidak kaku, agar mampu menyesuaikan diri dengan segala kemungkinan yang terjadi.

Perencanaan sudah tidak dijadikan suatu awal dari kegiatan bisnis, seorang pengusaha tidak perlu membuat perencanaan. Sehingga untuk memulai suatu bisnis mereka awali dengan kontrol ke semua pasar yang ada, kemudian melakukan aksi bisnis.Bila perencanaan dilakukan di awal bisnis, biasanya sering kelebihan atau kekurangan sumber daya.[64]

a. Dasar Perencanaan Strategi

Ada dua dasar perencanaan strategi perusahaan, yaitu:

1) Perencanaan Intutif Antisipatif: adalah suatu perencanaan yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman, naluri, pertimbangan dan reflektif seorang manajer, dengan perkataan lain perencanaan strategi intutif antisipatif adalah perencanaan berdsarkan pengalaman masa lalu, pertimbangan dan cara berpikir reflektif.
2) Perencanaan Jangka Panjang Formal : adalah perencanaan berdasarkan prosedur, penelitian, melibatkan banyak orang dan menghasilkan seperangkat rencana tertulis.[65]

---

[64] H. Djalim Saladin, SE.,*Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan, (*Bandung, Linda Karya, 2004), hlm. 23.

[65]*Ibid*, hlm. 25

b. Proses Perencanaan Strategi

Proses manajemen strategi ditandai dengan usaha mencapai tujuan melalui strategi dan kebijakan organisasi. Langkah pertama adalah penetapan tujuan, langkah kedua adalah penentuan strategi untuk mencapai tujuan tersebut pelaksanaan strategi kemudian bergeser menjadi persoalan administrative.Langkah terakhir adalah pengendalian strategi yang memberikan umpan balik mengenai kemajuan yang dicapai.[66]

1) Formulasi Misi dan Tujuan

Misi dan Tujuan organisasi merupakan titik awal dari perencanaan strategis.Misi merupakan "maksud" keberadaan suatu organisasi dalam suatu masyarakat, yang memberi "makna" eksistensi keberadaan organisasi.Misi organisasi merupakan "fungsi" yang diijinkan oleh organisasi dalam suatu masyarakat.secara umum biasanya misi perusahaan akan berupa produk dan jasa ekonomi.[67]

2) Analisis Tujuan dan Strategis Saat ini

Organisasi sudah menerapkan perencanaan strategis formal sebelumnya, evaluasi tujuan dan strategi saat ini akan lebih mudah.

---

[66] Sunarto, SE., MM dan Dra. Jajuk Herawati, MM, *Manajemen,* (Yogyakarta, BPFE-UST, 2002), hlm. 43

[67] *Ibid*, hlm. 45

Dalam perjalanan organisasi, suatu organisasi akan berubah. Hal ini menyebabkan organisasi tidak lagi sesuai dengan lingkungannya.

3) Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan bertujuan melihat perubahan-perubahan dalam lingkungan, demografis, politik, sosial, ekonomi, yang akan mempengaruhi organisasi. Dengan memahami misi, tujuan, dan strategi organisasi, akan mempunyai kerangka yang dapat melihat pengaruh apa yang mempunyai efek yang paling besar terhadap organisasi.[68]

4) Analisi Sumberdaya

Analisis sumberdaya dilakukan bersama dengan analisis lingkungan, melalui analisis kekuatan dan kelemahan organisasi dianalisis.Kekuatan/kekuatan tersebut merupakan daya saing suatu organisasi.

5) Identifikasi Kesempatan Strategi

Kesempatan strategis merupakan gap antara situasi apabila organisasi menggunakan tujuan dan strategi yang dirumuskan dalam proses penetuan tujuan dengan situasi apabila organisasi menggunakan strategi sekarang ini. Kesempatan strategi muncul apabila organisasi menetapkan tujuan baru yang sulit, atau apabila ada persaingan yang ketat yang mengakibatkan organisasi tidak berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

[68]*Ibid*, hlm.46

6) Pengambilan Keputusan Strategi

Kesempatan strategis diidentifikasi, organisasi dapat mengembangkan sejumlah alternatif strategis untuk memanfaatkan kesempatan tersebut.Kemudian manajer mengevaluasi alternatif tersebut.[69]

7) Pelaksanaan Strategi

Perencanaan strategi harus dijalankan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.Jika tidak dapat dilaksanakan, rencana strategi hanya merupakan rencana di atas kertas.

8) Evaluasi dan Pengendalian Strategi

Manajer harus selalu mengevaluasi kemajuan pelaksanaan rencana strategis.Pengendalian strategis merupakan pengendalian terhadap pelaksanaan rencana strategis. Dua pernyataan relevan dalam kegiatan ini, yaitu: a) apakah pelaksanaan rencana strategis sesuai dengan rencana semula b) apakah pelaksanaan tersebut dapat mencapai tujuan yang diinginkan.[70]

4. Strategi Keberlangsungan Usaha

Pada penelitian ini penulis bertujuan untuk mendiskripsikan strategi yang diterapkan oleh para UMKM untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya yaitu sentral kuliner. Strategi keberlangsungan usaha tidak lepas dari pengertian strategi. Sebelum membahas lebih lanjut

[69]*Ibid,* hlm. 47
[70]*Ibid,* hlm. 48

mengenai strategi keberlangsungan usaha, akan diuraikan terlebih dahulu pengertian strategi. Secara konseptual, strategi diartikan sebagai suatu siasat atau cara untuk mencapai suatu tujuan. Konsep strategi dalam konteks bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih serta merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumberdaya dan suatu usaha dalam suatu organisasi.[71]

Strategi disusun dengan tujuan untuk mencapai sasaran target yang diharapkan dengan sumberdaya yang tersedia secara efektf dan efesien. Strategi yang disusun oleh suatu perusahaan ialah rencana jangka panjang karena dimasa mendatang perusahaan akan menghadapi kompetisi yang semakin keras, selain itu perusahaan juga akan menghadapi faktor internal perusahaan yang akan memberi perencanaan. Dalam strategi juga mengimplementasikan konsep manajemen, dari lingkup bisnis, maksud dan tujuan.

Keberlangsungan (*Sustainability)* diartikan sebagai suatu bentuk kata kerja yang menerangkan suatu keadaan atau kondisi yang sedang berlangsung terus menerus dab berlanjut, merupakan suatu proses yang terjadi dan nantinya bermuara pada suatu eksistensi atau ketahanan suatu keadaan.

---

[71] Niken Handayani, *"Modal Sosial Dan Keberlangsungan Usaha (studi deskriptif kualitatif tentang keterkaitan hubungan sosial dengan keberlangsungan usaha pengusaha batik di kampung kauman, kelurahan kauman, kecamatan pasar kliwon, surakarta),* (Universitas Sebelas Maret, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2007), hlm. 15

Keberlangsungan usaha (*Business Sustainibility)* merupakan suatu bentuk konsisten dari kondisi suatu usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) uasaha. Cara-cara yang dipergunakan ini bersumber dari pengalaman sendiri, orang lain, serta berlandaskan pada kondisi atau keadaan ekonomi yang sedang terjadi di dalam dunia usaha (*Business)*.[72]

5. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan pekataan lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan malalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta

[72]*Ibid,* hlm. 16

analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.[73]

Dalam bidang pemasaran, manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran.Aspek-aspek tersebut adalah aspek produk, harga, promosi, dan distribusi.Dalam pembuatan strategi bauran pemasaran ada cukup banyak aspek yang perlu diperhatikan.[74] Diantarannya adalah sebagai berikut:

a. **Produk (*product*)**, kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran meliputi: ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, dan kemasan.
b. **Harga (*price*)**, adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk meliputi: daftar harga, diskon potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit.
c. **Tempat (*place*),** kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran meliputi: lokasi, saluran distribusi, persediaan, transportasi dan logistic.
d. **Promosi (*promotion*),** berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya meliputi: iklan dan promosi penjualan.[75]

---

[73] Sofjan Assauri, S.E, M.B.A., *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi,* (Jakarta, PT RajaGrapindo Persada, 1999).hlm.154.

[74]Husein Umar, *Op. Cit*.hlm.321.

[75] "Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran" (On-line), tersedia di: **http://www.kembar.pro/2015/07/strategi-pemasaran-dan-bauran-pemasaran.html** (23 febuari 2017, pkl: 11.49).

Faktor-faktor penting lain dari strategi pemasaran adalah **daur hidup produk, segmentasi, target, posisi produk** di pasar, serta **persaingan.**Faktor-faktor ini akan secukupnya dipaparkan berikut ini.

a. Strategi Pemasaran Dan Siklus Hidup Produk

Perusahaan umumnya harus mengadaptasi strateginya sepanjang waktu dikarenakan adanya perubahan persaingan, biaya, dan karakteristik permintaan. Salah satu konsep yang sangan bermanfaat dalam memberikan kerangka pemahaman mengenai implikasi strategik dari perubahan-perubahan tersebut terhadap strategi pemasaran adalah konsep siklus hidup produk (*Product Life Cycle = PLC)*. Pada prinsipnya konsep ini mencerminkan pola penjualan sepanjang waktu. Pola tersebut dikelompokkan ke dalam empat tahap utama, yaitu:[76]

1. Tahap Perkenalan (*Introduction)*

   Dalam tahap ini, suatu produk baru diperkenalkan atau diluncurkan ke pasar. Karena belum ada pesaing langsung, maka konsumen harus dididik mengenai jenis produk yang ditawarkan, cara pemakaiannya, tipe konsumen yang dituju, dan tempat-tempat yang menjualnya.

2. Tahap Pertumbuhan *(Growth)*

   Pada tahap ini produk semakin luas dikenal dan penjualan mengalami pertumbuhan pesat. Ini dikarenakan sudah banyak konsumen baru yang membelinya dan kemungkinan pula bahwa

[76] Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik,* (Yogyakarta, CV. Andi OFFSET, 2008), hlm. 298

konsumen mulai menemukan lebih banyak cara untuk menggunakan produk bersangkutan.[77]

3. Tahap Kedewasaan (*Maturity)*

Tingkat pertumbuhan penjualan mencapai titik kejenuhan dalam tahap kedewasaan, karena hampir semua pembeli potensial telah masuk ke pasar.Konsumen semakin cerdas dalam memilih berbagai alternatif merek, pembeli ulang mendominasi penjualan, dan inovasi produk relatif terbatas.Akibatnya, hanya pesaing terkuat yang dapat bertahan.

4. Tahap Penurunan (*Decline)*

Penjualan secara perlahan menurun karena adanya perubahan selera konsumen, perubahan teknologi, atau adanya introduksi produk baru yang lebih canggih dan disukai konsumen.[78]

b. 4 Karakter Strategi Pemasaran Dalam Islam

Pemasaran adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam islam, sepanjang proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Berikut empat karakteristik strategi pemasaran dalam islam (syariah marketik), diantaranya:

1) Teistis (rabbaniyyah)

Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kerusakan,

[77]*Ibid*, hlm. 299
[78]*Ibid*, hlm. 299.

paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarluaskan kemaslahatan.

2) Etis (akhlaqiyyah)

Etika bisnis islam dalam pemasaran memiliki nilai keistimewaan lain dari dari lainnya yakni selain karena teistis (rabbaniyyah) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak, mulai dari moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.

3) Realistis (al-waqiyyah)

Pemasar syariah adalah para pemasar propesional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja. Sehingga, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religious, kesalehan, aspek moral dan kejujuran berdasarkan syariat dalam segala aktivitas pemasarannya adalah kunci dari kekuatannya.

4) Humanistis (insaniyyah)

Humanistis universal yaitu bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaan yang terjaga dan terpelihara. [79]

---

[79] "4 Karakteristik Strategi Pemasaran Dalam Islam" (on-line), tersedia di : **http://deerham.com/4-karakteristik-startegi-pemasaran-dalam-islam/**(23 febuari 2017, pkl : 11.55)

D. Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam

strategi (rencana) pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan. Dalam pelaksanaan suatu perencanaan dalam islam haruslah bergerak ke arah suatu sintesis yang wajar antara pertumbuhan ekonomi dan keadilan sosial melalui penetapan kebijaksanaan yang paragmatik, namun konsisten dengan jiwa Islam yang tidak terlepas dengan tuntutan al-Qur'an dan Hadist, juga sesuai dengan kode etik ekonomi islam.

Selain itu, dalam kegiatan perdagangan (muamalah), Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan). Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga yang tidak berbohong, harus berkata jujur (benar). Oleh sebab itu, salah satu karakter berdagang yang terpenting dan diridhoi oleh Allah SWT adalah kebenaran. Sebagaimana yang dituangkan dalam hadits sebagai berikut:

عن أبي سعيد عن النبي -صلى الله عليه وسلم- قال: التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء

Artinya : *Dari Abu Sa'id Al-Khudri radhiyallahu 'anhu, Nabi shallallahu alaihi wasallam bersabda: "Pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan orang-orang yang mati syahid." [HR. Tirmidzi, Kitab Al-Buyu' Bab Ma Ja-a Fit Tijaroti no. 1130]*

Pada dasarnya ada tiga unsur etika yang harus dilaksanakan oleh seorang produsen muslim, yakni bersifat jujur, amanat dan nasihat. Jujur artinya tidak ada unsur penipuan, misalnya dalam promosi/harga. Amanat dan nasihat bahwa

seorang produsen dipercaya memberi yang terbaik dalam produksinya, sehingga membawa kebaikan dalam penggunaannya.

Adab yang harus dijunjung pedagang Muslim dalam menjalankan aktivitas jual-beli, berdasarkan hadist-hadist Rasulullah, sebagai berikut:

a. Tidak menjual sesuatu yang haram.
b. Tidak melakukan sistem perdagangan terlarang. Islam juga melarang umatnya menjual buah-buahan yang belum jelas hasilnya serta sistem perdagangan terlarang lainnya. Hadits Rasulullah SAW sebagai berikut :

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ الثَّمَرِ حَتَّى يَبْدُوَ صَلاَحُهُ

Artinya : *"Sesungguhnya Nabi saw. telah melarang menjual buah hingga mulai tampak kelayakannya."* (HR Muslim, an-Nasa'i, Ibn Majah dan Ahmad).

c. Tidak terlalu banyak mengambil untung.
d. Tidak membiasakan bersumpah ketika berdagang. Hal ini sesuai dengan hadits Rasulullah SAW yang berbunyi sebagai berikut :

إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلِفِ فِي الْبَيْعِ فَإِنَّهُ يُنَفِّقُ ثُمَّ يَمْحَقُ

Artinya : *"Jauhilah oleh kalian banyak bersumpah dalam berdagang, karena dia (memang biasanya) dapat melariskan dagangan tapi kemudian menghapuskan (keberkahannya)."*(HR. Muslim no. 1607).

e. Tidak boleh memakan dan memonopoli barang dagangan tertentu. Sabda Nabi SAW sebagai berikut *:*

مَنِ احْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ

Artinya : *" Barangsiapa menimbun barang, maka ia berdosa."* (HR Muslim (1605).

Strategi pemasaran sebenarnya dapat dijelaskan sebagai cara melakukan segmentasi pasar dan tempat pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, tempat dan strategi promosi. Pasar yang menonjol pada masa Nabi Muhammad SAW adalah pasar konsumen.[80]

E. Analisis Potensi UMKM Menggunakan SWOT

Kerangka SWOT menyediakan dasar yang terorganisasi untuk diskusi dan berbagi informasi secara mendalam, yang dapat memperbaiki kualitas pilihan dan keputusan yang kemudian diambil oleh perusahaan.[81] Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan sebagai pondasi perekonomian Indonesia, yang mempengaruhi roda perekonomian.Karena itu keberadaan UMKM harus didukung oleh beragam program yang bertujuan mengembangkannya, baik dari pemerintah maupun sektor swasta.

Permasalahan yang sering dihadapi UMKM, yaitu kurangnya permodalan, kesulitan dalam pemasaran, struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, kualitas manajemen rendah, SDM terbatas dan kualitasnya rendah, kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan, aspek legalitas lemah, dan rendahnya kualitas teknologi. Beragamnya permasalahan UMKM yang telah

---

[80] "Pemasaran Dalam Perspektif Islam" (online), tersedia di : https://akmalaziz.wordpress.com/2014/01/09/pemasaran-dalam-perspektif-islam/(11 maret 2017, pkl. 19:36)

[81] John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr., *Edisi 10 Strategic Management (Manajemen Strategis)Formula, Implementasi, dan pengendalian,* (Jakarta Selatan,Salemba Empat, 2002), hlm.202.

diteliti, menunjukkan bahwa kelemahan UMKM salah satunya adalah kemampuan manajemen yang lemah. Kemampuan manajemen seharusnya menjadi penunjang kegiatan UMKM menjadi lebih efektif dan efisien dalam menjalankan usahanya. Untuk memecahkan permasalahan tersebut, perlu dilakukan perancangan model manajemen UMKM yang bisa diaplikasikan pada kondisi UMKM yang ada. Model akan dirancang berdasarkan analisis SWOT yang disusun.

Manajemen pemasaran merupakan aspek penting untuk memastikan produk sampai ke tangan konsumen, dan ada kesinambungan dalam penjualannya.Pemasaran modern telah berubah kesistem berbasis teknologi informasi, sehingga pelaku UKM perlu untuk mengetahui pemasaran pada dunia maya.UMKM perlu lebih mengenal teknologi informasi yang dapat diberdayakan untuk memperkenalkan ke pasar yang lebih luas.

Manajemen produksi memainkan peranan penting, di mana pelaku UMKM perlu memastikan keberlangsungan produksinya.Efektifitas dan efisiensi produksi berpengaruh terhadap keberadaan sumber daya manusia, dan juga penentuan harga jual produk. Pelaku UMKM perlu memastikan bahwa ia mengantarkan produk yang berkualitas pada konsumen.

UMKM perlu memiliki kepekaan yang lebih besar akan potensi produk yang dihasilkannya. Hal ini tentunya akan meningkatkan daya saing produknya tersebut. Keuntungan bagi produk yang mencerminkan ciri khas kedaerahan, menjadi satu nilai tambah tersendiri bagi UMKM tersebut. Dalam perjalanannya,

UMKM perlu melakukan analisis SWOT terhadap usahanya, sehingga nanti dapat diketahui apa saja permasalahan yang dialaminya.[82]

[82] Lila Bismala dan Susi Handayani, "Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT". (Prosiding Seminar Nasional PB3I ITM Universitas Muhammadiah, Sumatra Utara, 2014), hlm. 437.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Oops! Pujasera Way Halim

Sentral Kuliner yang ada di Way Halim atau lebih dikenal dengan Oops! Pujasera yang berada di jalan Sultan Agung Way Halim Permai Bandar Lampung, ownernya yang bernama Sopany Zemmy dan Farida Toha dan managernya bernama Hidayatullah. Mereka medirikan usaha Oops! Pujasera mendapatkan Ide dari banyak pengetahuan sentral kuliner khususnya yang ada di Bandung, Konsep desain Oops! Pujasera pun terdapat dari perjalanan mereka ketika mengunjungi tempat-temapt yang unik dan akhirnya diterapkan di Oops! Pujasera Way Halm.

Awal berdirinya Oops! Pujasera Way Halim pada tahun 2015, pada saat itu mereka membangun tempat makan yang berkonsep foodcourt, dikarenakan, belum banyaknya desain tempat makan sekaligus untuk bersantai bergaya terbuka atau outdoor dilampung. Proses perencanaan yang dilakukan sebelum dibuka yaitu 3 bulan.

Proses pembangunan Oops! Pujasera Way Halim ini bertahap-tahap, dan mencoba inovasi-inovasi yang baru. Awal dibuka itu hanya setengah dari lahan Oops! Pujasera Way Halim dimana saat hujan tanah yang digunakan untuk parkir motor dan mobil sangat becek, tahap demi tahap dilalui dan pada akhirnya perkembangan Oops! Pujasera sangat meningkat mereka membuat

tempat yang lebih besar lagi, rapih, indah dan lahan untuk parkir mobil dan motor sekarang sudah di paping.[83]

Setelah Oops! Pujasera Way Halim dibuka, proses pmasara yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan info melalui media sosial (medsos) seperti instagram, dan melalui radio.

2. Sarana dan Prasarana Di Oops! Pujasera Way Halim

Oops! Pujasera Way Halim yang bertema kan outdoor, selain sebagai tempat untuk menyicipi berbagai menu makanan dan minuman disini juga bisa dijadikan tempat nongkrong dikalangan anak-anak kecil, anak-anak muda, dan orang tua, selain sebagai tempat nongkrong Oops! Pujasera Way Halim bisa digunakan untuk berfoto-foto karena tempatnya yang sangat mendukung untuk berfoto.

Sarana dan Prasarana yang ada di Oops! Pujasera sebagai berikut:

a. Terdapat berbagai macam kuliner dari makanan besar hingga ringan dan ada juga berbagai macam minuman.
b. Terdapat banyak model kursi dan meja untuk pengunjung atau konsumen.
c. Terdapat WIFI.
d. Teradapat ayuna untuk bermain anak-anak kecil dan sebagai tempat duduk para pengunjung.
e. Mushola Mini.

[83]Wawancara bapak Hidayatullah, selaku Manager Oops! Pujasera Way halim Bandar Lampung (12.15, 20 Maret 2017).

f. Dapur.

g. Kamar Mandi.

h. Parkiran motor dan mobil.[84]

Sarana dan prasana yang belum diterapkan di Oops! Puajsera Way Halim yaitu sistem *delivery,* tetapi untuk para pengunjung yang ingin membawa pulang makanan dan minuman itu bisa. Sistem *delivery* masih dalam proses dan akan diterapkan di Oops! Pujasera Way Halim.

3. Visi Dan Misi Oops! Pujasera Way Halim

a. Visi

Membentuk suatu wadah kuliner dengan inovasi-inovasi terbaru.

b. Misi

Untuk mendapatkan keuntungan Oops! Pujasera.[85]

4. Struktur Organisasi Oops! Pujasera Way Halim

Dalam menjalankan usahanya Oops! Pujasera Way Halim membentuk struktur organisasi.

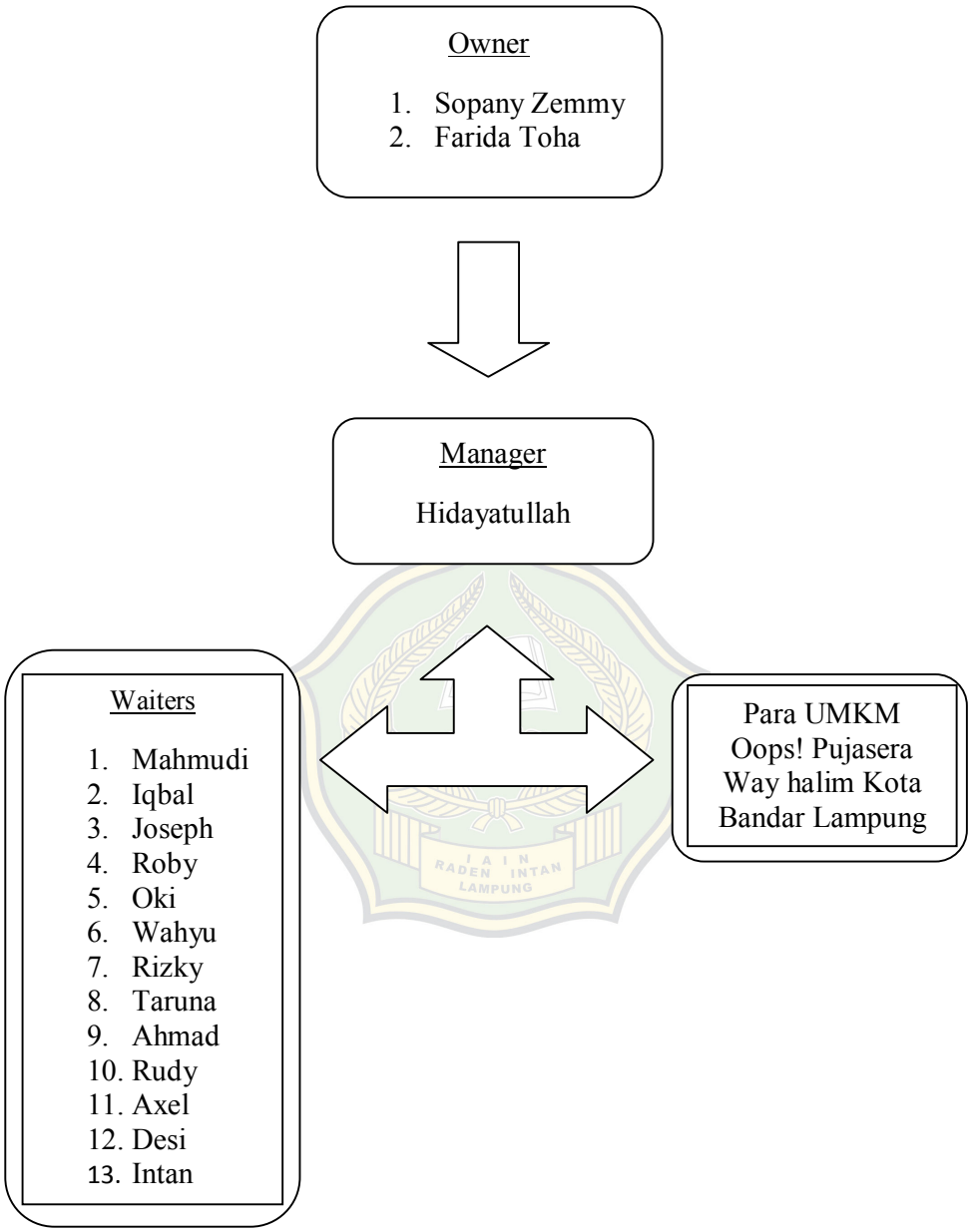
Adapun struktur organisasinya adalah sebagi berikut:

---

[84]Wawancara Bapak Hidayatullah, selaku Manager Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung (12.20, 20 Maret 2017).

[85]Wawancara Bapak Hidayatullah, Selaku Manager Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung (13.00, 20 Maret 2017).

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung.



Sumber: Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung.

5. Job Description Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

Sebuah perusahaan atau organisasi terlahir dengan landasan visi dan misi yang elas dari awal. Mengikuti pergerakannya, sebuah organisasi pun memerlukan struktur. Struktur tersebutlah yang akhirnya menurut adanya uraian jabatan atau job description. Sebagaimana penulis akan menjelaskan job description Oops! Pujasera Way halim Bandar Lampung sebagi berikut :

a. **Owner atau pemilik perusahaan** adalah seseorang atau imstansi yang memiliki proyek atau pekerjaan dan memberikannya kepada pihak lain yang mampu melaksanakannya sesuai dengan perjanjian kontrak kerja. Untuk merealisasikan proyek, owner mempunyai kewajiban pokok yaitu menyediakan dana untuk membiayai proyek. Owner Oops! Pujasera Way Halim bernama Sopany Zemmy dan Farida Toha mereka mempunyai tugas sebagai berikur :
   1) Menyediakan biaya perencanaan dan pelaksanaan pekerjaan kepada manager Oops! Pujasera Way Halim.
   2) Memberikan tugas kepada manager Oops! Pujasera Way Halim.
   3) Meminta pertanggung jawaban kepada manager atas pekerjaan yang sudah terlaksana di Oops! Pujasera Way halim.

b. **Manager** adalah seseorang yang ditunjuk sebagai kepala dalam operasional cafe. Manager Oops! Pujasera Way Halim bernama Hidayatullah, tugas-tugas dari seorang manager, yaitu :
   1) Mengawasi jalannya proses operasional Oops! Pujasera Way Halim.

2) Bertanggung jawab terhadap jalannya Operasional Oops! Puajasera Way Halim.
3) Mengkoordinasi staff yang sedang bertugas.
4) Melakukan prediksi dan ide-ide dalam mempromosikan Oops! Pujasera Way Halim.
5) Mengawasi segala kebutuhan operasional Oops! Pujasera Way Halim.
6) Merekrut para UMKM yang akan bekerja di Oops! Pujasera Way Halim.
7) Bertanggung jawab terhadap proses produksi operasional Oops! Pujasera Way Halim.
8) Purchasing.
9) Accounting.

c. **Waiterss atau Waiter** adalah sekelompok orang yang bertugas untuk melayani kebutuhan tamu cafe. Oops! Pujasera mempunya 13 waiterss yang terdiri dari 11 waiterss laki-laki dan 2 waiterss wanita, tugas-tugas mereka antara lain :

1) Melayani tamu.
2) Mengetahui produk yang dijual.
3) Bertanggung jawab terhadap operasional Oops! Pujasera Way Halim.
4) Membersihkan peralatan yang kotor.

6. Tujuan Oops! Pujasera Way Halim

a. Untuk mendapatkan keuntungan Oops! Pujasera Way Halim sebesar-besarnya.

b. Meningkatkan dan memajukan Oops! Pujasera Way Halim.[86]

B. Pengembangan UKM di Oops! Pujasera Way Halim

5. Pengembangan Komunikasi Kerja

Komunikasi merupakan interaksi yang paling penting dalam suatu perusahaan untuk mengantisipasi miskomunikasi manajer dan karyawan harus berinteraksi dengan baik seperti halnya di perusahaan Oops! Pujasera, sebagaimana yang disampaikan oleh manajer karyawan yang ada di perusahaan Oops! Pujasera mayoritas mempunyai sikap yang terbuka dan baik. Jika para karyawan tidak ditanya terlebih dahulu makakaryawan akan memulai percakapan mereka dengan manajer, jikalau mereka ada sesuatu hal yang penting mereka akan memberitahukan dengan segera ke manajernya.

Jadi, setiap hari manajer selalu mengawasi pekerjaan karyawanya agar tidak terjadi hal-hal yang tidak di inginan seperti ketidak puasan pelanggan karena produk yangdihasilkan tidak maksimal, dan karena pelayanan tidak memuaskan. Manajer selalu mengingatkan jika ada sesuatu yang kurang atau yang belum diketahui maka jangan sungkan-sungkan untuk bertanya agar antara karyawan dan manajer bisa berinteraksi dengan baik. Dengan adanya

[86]Wawancara dengan Bapak Hidayatullah, Selaku Manajer Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung (12.05, 20 Maret 2017).

komunikasi yang terbuka antara manajer dan karyawan maka usaha Oops! Pujasera berjalan dengan lancar dan baik.[87]

6. Pengrekrutan Para Pelaku UMKM

Setiap perusahaan harus bisa menyeleksi calon karyawan/pelaku UMKM yang benar-benar mempunyai skill yang bisa diandalkan atau yang mampu dalam bidang pekerjaannya sehingga calon karyawan tersebut tidak merugikan atau mengecewakan perusahaan, dalam pengrekrutan Pelaku UMKM usaha Oops! Pujasera Way Halim manajer menerima pelaku UMKM berdasarkan jadwal tunngu maksudnya disini banyak yang mendaftar di Oops! Pujasera dengan cara menyeleksi cita rasa makanan dari masing-masing pendaftar calon pelaku UMKM, jika cita rasa makanan masuk dalam kriteria penjualan maka orang itu diterima menjadi pelaku UMKM di Oops! Pujasera Way Halim.[88]

Masih ada 400 calon UMKM yang menunggu daftar tunngu untuk berjualan di Oops! Pujasera Way Halim. Disini para pelaku UMKM mempuyai ancaman yang ditakutkan yaitu jika omset menurun akan membuat kontrak kerja mereka akan dicabut secara sepihak oleh Oops! Pujasera Way Halim. Pelaku UMKM pun harus bisa mencari cara bagaimana omset mereka bisa meningkat sesuai dengan apa yang ditentukan oleh Oops! Pujasera Way Halim.

---

[87]Wawancara dengan bapak Hidayatullah, selaku Manajer Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (12.15, 20 Maret 2017).

[88]Wawancara dengan kak sufiyan, Salah Satu Karyawan Pelaku UMKM Sop Duren di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (12.15, 23 Maret 2017).

Oops! Pujasera Way Halim mempunyai 17 pelaku UMKM, sebagai berikut:

Tabel 3.1 UMKM Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung.

No.	Pelaku UKM
1	Wedang Ronde
2	Pondok Sate
3	Soto Banyumas
4	Pondok Bu Yeti
5	Dimsum Moresto
6	Pizza Prank
7	Es Taiwan
8	Taste
9	Sop Duren
10	Bakso Sultan
11	Kebab Mo
12	Dapoer Arie Tomat
13	Podjok Siduru
14	Soto Betawi
15	Bebek Nangkring
16	Dapoer Liana
17	Asinan Bogor

Sumber : Oops! Way Halim Bandar Lampung.

7. Proses Pembayaran Makanan Dan Minuman Serta Sistem Bagi Hasil Di Oops! Pujasera Way Halim

Proses pembayaran yang ada di Oops! Pujasera Way Halim, semua pengunjung atau konsumen yang memesan makanan dan minuman membayarnya dengan satu kasir, setiap pengunjung atau konsumen yang memesan makanan dan minuman diberi kertas nota pembayaran yang diberisikan harga suatu makanan dan minuman setelah kertas nota

pembayaran diberikan kekasir untuk membayar harga makanan dan minuman yang dipesan tersebut.[89]

Setiap kertas nota pembayaran makanan dan minuman yang sudah dibayar dikasir akan di pisahkan setiap nota pembayaran sesuai dengan nama kedai yang dipesan oleh para pengunjung atau konsumen. Setelah kertas nota pembayaran terkumpul pemasukan akan dicatat sesuai dengan masing-masing makanan dan minuman yang mereka jual, bagi hasil dilakukan oleh Oops! Pujasera dan para pelaku UMKM sebagaimana 15% untuk untuk Oops! Pujasera dan sisanya 85% untuk para pelaku UMKM dibagi secara merata di setiap minggunya, dan bagi hasil itu belum dikurangi denga beban-beban seperti service charge dan listrik tetapi untuk pajak bangunan itu sudah ditanggung oleh pihak Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung. [90] Dimana menurut Ekonomi Islam ini disebut bagi hasil *Musyarakah*. Bagi hasil *Musyarakah (partnership)* yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/exspertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

---

[89]Wawancara dengan kak Dimas, salah satu pelaku UMKM kedai taste sekaligus kasir di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (12.15, 23 Maret 2017)

[90]Wawancara dengan pak Hidayatullah, selaku Manager Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (12.15, 20 Maret 2017).

8. Pengembangan Pemasaran

a. Tempat

Tempat merupakan salah satu pendukung dalam memajukan suatu usaha, usah Oops! Pujasera yang terletak Way Halim Kota Bandar Lampung yang dekat dengan perumahan dan pusat keramaian kota karena Oops! Pujasera berdiri ditepi jalan besar, sehingga orang-orang tampak jelas melihat tempat ini dan banyak orang-orang yang berkunjung ke tempat ini untuk berwisata kuliner selain itu mereka juga bisa berfoto-foto.

Kurang lebih 2 tahun Oops! Pujasera Way Halim berdiri, ada keinginan untuk membuka cabang di tempat lain tetapi mereka masih mencari tempat yang strategis dan bagus, karena tempat merupakan salah satu faktor pendukung untuk menentukan kesuksesan suatu usaha.

b. Harga

Harga di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung berdasarkan makanan dan minuman yang ada seperti tabel yang dibawah ini:

Tabel 3.2 Daftar Menu Harga UMKM Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung

No.	Nama Pondok	Jenis Makanan Dan Minuman	Harga
1.	Wedang Ronde	Wedang Ronde	Rp. 12.000
2.	Pondok Sate	Sate Cumi Sedang	Rp. 7.000
		Sate Cumi Besar	Rp. 10.000

		Sate Udang	Rp. 5.000
		Lontong	Rp. 3000
		Nasi Putih	Rp. 5.000
		Lontong Gulai Ayam	Rp. 15.000
		Sop Kambing	Rp. 18.000
		Gulai Ayam	Rp. 15.000
		Sate Ayam	Rp. 23.000
		Sate Kambing	Rp. 30.000
		Siomay Bandung	Rp. 12.000
3.	Soto Banyumas	Soto Ayam Banyumas	
		a. Lontong	Rp. 18.000
		b. Nasi	Rp. 23.000
		Mie Ayam Banyumas	Rp. 18.000
		Mie Ayam Rica	Rp. 18.000
		Bubur Ayam	Rp. 18.000
		Bubur Ayam Rica	Rp. 18.000
		Nasi Bistik Ayam Spesial	Rp. 28.000
4.	Dim Sum	Siaw May Ayam	Rp. 10.000
		Dumpling	
		Siaw May Udang	
		Siaw May Kepiting	
		Siaw May Beef	
		Hakau	
		Mini Pao Ayam	
		Siaw May Ayam Udang	
		Suikiaw	
		Siaw May Nori	
		Kekian	
5.	Pizza Prank	Mac & Cheese	S Rp. 30.000
		Tuna	
		Cheese Burger	M Rp. 40.000
		Pepperoni Musrom	
		Cheese Wish	L Rp. 50.000
		Chiken Blackpapper	
		Supreme	
6.	Sop Duren	Sop Duren Kacang Hijau+Roti	M Rp. 15.000
		Sop Duren Ketan Hitam	
		Sop Duren Oreo	L Rp. 20.000
		Sop Duren Tok	

7.	Taste	Varians Pancake	Rp. 18.000- Rp. 22.000
		Varians Spageti	Rp. 22.000
		Trifle Dessert	Rp. 15.000
		Mocha	Rp. 18.000
		Chocolate	
		Caramel	
		Frap. Pe	
		Strawberry	
		Black Currant	
		Coklat	S Rp. 15.000
		Moka	M Rp. 25.000
		Cappucino	L Rp. 45.000
		Coffe	
		Varians Squash Delight	Rp. 17.000
		Affogato	Rp. 18.000
		Tea	Rp. 3.000- Rp. 14.000
		a. Lemon	S Rp. 12.000
		b. Lychee	M Rp. 22.000
		c. Strawberry	L Rp. 40.000
		Varians Shake	Rp. 20.000
		Mineral	Rp. 3.000- Rp. 14.000
		Infus	Rp. 6.000- Rp. 18.000
8.	Pondok Bu Yeti	Sop Iga+Nasi	Rp. 28.000
		Iga Bakar+Nasi	Rp. 30.000
		Soto Tangkar+Nasi	Rp. 28.000
9.	Bakso Sultan	Bakso Acak Kuah	Rp. 15.000
		Bakso Acak Urat	Rp. 17.000
		Bakso Acak Spesial	Rp. 20.000
		Bakso Pong	Rp. 15.000
		Bakso Goreng+Mashed Potato	Rp. 17.000
		Bakso Pong+Mashed Potato	
		Bakso Urat Goreng	
		Sumsum	Rp. 10.000
		Bakso Tenis	Rp. 7.000
		Bakso Urat	Rp. 4.000

		Bakso Halus	Rp. 2.000
		Bakso Pong	
		Bakso Tahu	
		Pangsit	
10.	Bebek Nangkring	Bebek Goreng+Nasi	Rp. 30.000
		Bebek Bakar+Nasi	
		Bebek Crispy+Nasi	
		Bebek Rica-Rica+Nasi	
		Rawon+Nasi	Rp. 25.000
		Empal Gentong	Rp. 28.000

Sumber : Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung

c. Produk

Oops! Pujasera Way Halim dalam usahanya terdapat berbagai macam produk yang dihasilkan yaitu makanan dan minuman, tetapi manajer selalu memberi masukan untuk berinovasi makanan dan minuman yang mereka pasarkan yang bertujuan untuk menarik pengunjung/konsumen agar tidak bosan dengan produk tersebut.

Para pelaku UMKM yang berjualan di Oops! Pujasera tidaklah sama, mereka memproduksi dengan berbeda-beda bentuk makanan dan minuman. Setiap harinya mereka bisa menghabiskan sekitar 15-20 porsi, tetapi berbeda dengan hari sabtu dan minggu mereka bisa lebih banyak menghabiskan 20-50 porsi makanan dan minuman yang mereka jual.[91]

[91]Wawancara dengan mbak Nurhayati, salah satu pelaku UMKM Es Taiwan di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (16.30, 23 Maret 2017).

d. Promosi

Di Oops! Pujasera Way Halim promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk yang ada di perusahaan tersebut. Promosi yang dilakukan oleh Oops! Pujasera melalui Media Sosial (Medsos) seperti Instagram, Radio, dan dari orang-orang yang membicarakan Oops! Pujasera yang berada di Way Halim ini.

I A I N
RADEN INTAN
LAMPUNG

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Analisis Potensi Usaha Kecil dan Menengah Di Oops! Pujasera Way Halim Menggunakan SWOT Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Dengan ruang lingkup usaha yang dominan beraktifitas di lingkungan ekonomi domestik, tidak mengherankan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pekerjaan penting bagi perekonomian negeri ini, ketika ekonomi nasional berhadapan dengan badai krisis keuangan yang juga kerap menghambat ekonomi global. UMKM ini juga sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UMKM juga memiliki fleksibelitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar.UMKM ini perlu perhatian yang khusus dan di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Untuk meningkatkan daya saing dan potensi usaha kecil dan menengah maka para pelaku UMKM diperlukan langkah untuk mengangkat kemampuan teknologi, membuat inovasi-inovasi yang baru pada produk, memberikan desain atau ide yang baru serta berkualitas dan pelayanan yang sangat baik. Sebagaimana yang di utarakan oleh manager Oops! Pujasera Way Halim bapak Hidayatullah "cara meningkatkan potensi Oops! Pujasera dan potensi para pelaku UKM,

dengan cara membuat desain atau ide yang baru dan berkualitas, harus menguasai teknologi, menciptakan inovasi-inovasi yang baru pada produk mereka masing-masing, dan memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada para pengunjung atau konsumennya, cara ini juga yang dapat diharapkan kedepannya agar tempat ini, Oops! Pujasera dapat lebih maju dan bisa menghadapi persaingan-peraingan yang ada disekitar Oops! Pujasera Way Halim."[92]

Aspek kewirausahaan dapat berperan dalam menghadapi tantangan yang dihadapi UMKM, yaitu bagaimana UMKM harus dapat bertindak inovasi, berpikir kreatif, dan berani mengambil resiko. UMKM harus memiliki pengalaman yang baik dalam rangka pengelolaan usaha, untuk itu disarankan adanya perhatian dan pengelolaan usaha berdasarkan kepada kreatifitas dan inovasi yang ada pada UMKM Oops! Pujasera. Agar UMKM potensinya meningkat maka para pelaku UMKM di Oops! Pujasera Way Halim harus memiliki sikap mental positif sebagai syarat utama untuk berfikir kreatif, bekerja secara inovatif, dan berani mengambil resiko.

Islam mengajarkan kepedulian terhadap sesama. Pengusaha muslim yang diberi kelapangan rezeki seyogyanya mengembangkan berbagai usaha untuk membantu sesama dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 267:

---

[92]Wawancara dengan Bapak Hidayatullah Selaku Manager Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (14.00, 20 Maret 2017).

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبۡتُمۡ وَمِمَّآ أَخۡرَجۡنَا لَكُم مِّنَ ٱلۡأَرۡضِۖ وَلَا تَيَمَّمُواْ ٱلۡخَبِيثَ مِنۡهُ تُنفِقُونَ وَلَسۡتُم بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغۡمِضُواْ فِيهِۚ وَٱعۡلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadap.Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji." (QS. Al-Baqarah:267)

Dalam hal penjualan, etika atau tata cara berbisnis Rasulullah juga telah diterapkan dalam lingkungan unit usaha, mengenai sifat-sifat terpuji beliau seperti jujur, professional, ikhlas, silahturahmi, murah hati dalam mejalankan bisnis dalam hal inilah yang menjadi pedoman dan acuan bapak Hidayatullah sebagai Manager unit usaha Oops! Pujasera Way Halim.

Usaha mikro menurut Islam merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Seperti halnya Oops! Pujasera Way Halim banyak para pelaku UMKM yang berjualan disana, karena kesadaran pelaku UMKM atas perubahan perekonomian yang mereka jalani selama ini jauh berbeda dengan meraka berdagang di Oops! Pujasera Way Halim.Mengingat bahwa

masyarakat berhak untuk hidup sejahtera.Usaha mikro dalam konteks ini berperan terhadap perekonomian masyarakat sehingga dapat meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM. Dalam Islam berdagang dan membuka usaha sangat diperbolehkan, akan tetapi kita harus selalu mengingat Allah SWT, sebagaimana firman Allah SWT:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا نُودِىَ لِلصَّلَوٰةِ مِن يَوۡمِ ٱلۡجُمُعَةِ فَٱسۡعَوۡاْ إِلَىٰ ذِكۡرِ ٱللَّهِ وَذَرُواْ ٱلۡبَيۡعَۚ ذَٰلِكُمۡ خَيۡرٞ لَّكُمۡ إِن كُنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ٩ فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرٗا لَّعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ١٠ وَإِذَا رَأَوۡاْ تِجَٰرَةً أَوۡ لَهۡوًا ٱنفَضُّوٓاْ إِلَيۡهَا وَتَرَكُوكَ قَآئِمٗاۚ قُلۡ مَا عِندَ ٱللَّهِ خَيۡرٞ مِّنَ ٱللَّهۡوِ وَمِنَ ٱلتِّجَٰرَةِۚ وَٱللَّهُ خَيۡرُ ٱلرَّٰزِقِينَ ١١

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebarlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan allah sebaik-baik pemberi rezeki." (QS. Al-Jumu'ah: 9-11)

Penjelasan ayat diatas bahwa berdagang esensinya bukan hanya untuk selalu menghabiskan waktu kesehariannya dengan perdagang yang dilakukan tetapi ketika datang waktu sholat maka hendaklah sang pembinis atau sang usahawan tersebut berhenti dari pekerjaannya dan melaksanakan sholat. Hal ini merupakan wadah dimana manusia berkomunikasi dengan Allah dan beribadah kepadaNya, Allah itu sebaik-baik pemberi rezeki oleh karena itu kepadaNyalah

harus kita arahkan segala usaha dari ikhtiar untuk memperoleh rezeki yang halal mengikuti petunjuk-petunjukNya dan ridhoNya. Manajer, para UMKM, dan karyawan Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung ketika waktunya mereka beribadah kepadaNya mereka akan melaksanakan sholat atau mereka bisa bergantian dengan karyawan lainnya untuk melaksanakan sholat dan menjaga kedai mereka.

Sistem bagi hasil masih jarang ditemukan di UMKM-UMKM Indonesia.tetapi sistem bagi hasil ini sudah dilaksanakan pada zaman Rasulullah SAW. Padahal bagi hasil itu merupakan model pembiayaan alternatif dimana suatu usaha dimodali pemberi pinjaman (dapat merupakan individu atau kelompok). Pemodal dan pemilik usaha menyetujui bahwa sebagian dari penghasilan atau keuntungan usaha akan dibagikan kembali ke pemodal.

Di Oops! Pujasera Way Halim menggunakan sistem bagi hasil dimana pembayaran makanan dan minuman dilakukan dengan sistem satu kasir dan hasil dari penjualan para UMKM akan dibagikan setiap minggunya secara merata oleh Oops! Pujasera, dengan hasil 85% untuk masing-masing UMKM dan sisanya 15% untuk Oops! Pujasera, dari bagi hasil itu mereka masing-masing belum dikurangi dengan beban yang ada seperti *service charge* dan listrik yang tiap bulan harus dibayar dan untuk pajak bangunan itu sudah ditanggung oleh Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung. Sebagaimana yang diutarakan oleh Manager Oops! Pujasera Way Halim, bapak Hidayatullah "Oops! Pujasera ini sistem pembayarannya dengan 1 kasir, dimana para pengunjung yang memesan makanan atau minuman akan diberi nota pembayaran,setelah itu mereka harus langsung

membayar pesanan tersebut dikasir, kasir akan memisahkan kertas nota pembayaran sesuai dengan nama yang UMKM jual. Sistem. Hasil penjualan para UMKM akan dibagi hasil sesuai dengan kesepakatan antara pihak UMKM dan Oops! Pujasera, dimana 85% untuk para UMKM dan 15% untuk Oops! Pujasera semua itu dibagi secara merata disetiap minggunya, umtuk beban-beban seperti *service Charge* dan listrik yang di bayar tiap bulan dan untuk pajak bangunan itu sudah ditanggung oleh pihak Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung. Dan itu sudah peraturan UMKM pun menerima prosedur yang dibuat". [93]

Sistem bagi hasil yang di terapkan oleh Oops! Pujasera Way Halim dengan para pelaku UMKM ini disebut sistem bagi hasil *Musyarakah.* Dimana pengertian bagi hasil *Musyarakah (partnership)* yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/exspertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Dasar hukum *Musyarakah* dalam Al-Qur'an:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ ﴿١﴾

Artinya :*"Hai orang-orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu..."*(QS. Al-Maidah:1).

وَإِنَّ كَثِيرٗا مِّنَ ٱلۡخُلَطَآءِ لَيَبۡغِي بَعۡضُهُمۡ عَلَىٰ بَعۡضٍ إِلَّا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَعَمِلُواْ ٱلصَّٰلِحَٰتِ وَقَلِيلٞ مَّا هُمۡ ﴿٢٤﴾

[93]Wawancara dengan Bapak Hidayatullah selaku Manager Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (14.30, 20 Maret 2017).

Artinya :*"Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yangberserikat itu sebagian dari mereka berbuat dzalim kepada sebagian lain, kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh; dan amat sedikitlah mereka ini."* (QS. Shad: 24)

berdasarkan dasar hukum *Musyarakah,* bahwa pelaku UMKM dengan Oops! Pujasera Way Halim sudah melakukan sistem bagi hasil dengan baik dan benar berdasarkan prinsip Ekonomi Islam. Dimana para pelaku UMKM mengikuti akad-akad yang sudah ditentukan dan oleh pihak Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung. Dan sistem bagi hasil yang diterapkan oleh Oops! Pujasera dan para pelaku UMKM sudah adil menurut pandangan islam dan ajaran Allah sebagaimana firmanNya:

إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُ بِٱلۡعَدۡلِ وَٱلۡإِحۡسَٰنِ وَإِيتَآيِٕ ذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَيَنۡهَىٰ عَنِ ٱلۡفَحۡشَآءِ وَٱلۡمُنكَرِ وَٱلۡبَغۡيِ يَعِظُكُمۡ لَعَلَّكُمۡ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." (QS. An-Nahl: 90)

Ayat diatas termaksud sangat luas dan dalam pengertiannya, sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebaikan dalam aspek kehidupan, serta berbuat baik dengan sesama. Adil berarti mewujudkan kesamaan dan keseimbangan diantara hak dan kewajiban. Hak asasi manusia tidaklah boleh dikurangi disebabkan adanya kewajiban atas mereka. Dalam Al-Qur'an banyak didapat ayat-ayat yang memerintahkan manusia berbuat adil dan melarang kedzaliman. Diantaranya firman Allah SWT:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُونُواْ قَوَّٰمِينَ لِلَّهِ شُهَدَآءَ بِٱلۡقِسۡطِۖ وَلَا يَجۡرِمَنَّكُمۡ شَنَـَٔانُ قَوۡمٍ عَلَىٰٓ أَلَّا تَعۡدِلُواْۚ ٱعۡدِلُواْ هُوَ أَقۡرَبُ لِلتَّقۡوَىٰۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ٨

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum,mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adilah, karena adil itu lebih dekat terhadap takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan." (QS. Al-Maidah: 8)

Adil dalam bagi hasil itu juga menjadi hak dan kewajiban bagi semua manusia. Para UMKM dan Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung sudah membagi hasil mereka dengan secara adil 85% dan 15%. Dengan biaya listrik dan air itu sudah ditanggung oleh kedua belah pihak antara UMKM dan Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dan pajak bangunan sudah ditanggung oleh pihak Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

Untuk mengetahui potensi yang dimiliki para UMKM Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung, maka peneliti malakukan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang mengedepankan 4 aspek yaitu: *Strength, Weakness, Oppurtunity, dan Threats* dalam menjalankan management strateginya. Apabila dilihat dari aspek pertama yaitu:

1. *Strength*

Pengertian dari strength dalam analisis SWOT adalah kekuatan atau kelebihan yang ada dalam suatu perusahaan atau organisasi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan strategi, yang menjadi *strength*

(kekuatan) yang terdapat pada Oops! Pujasera Way Halim dan para pelaku UMKM berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer pak Hidayatullah dan para Pelaku UMKM Oops! Pujasera Way Halim, yaitu Oops! Pujasera Way halim mempunyai sudah banyak yang mengenal Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung, berbeda dengan sentral kuliner lainnya seperti desain tempat yang terbuka, berbagai macam tempat untuk bersantai, banyak tempat yang bisa dijadikan tempat untuk objek foto, banyaknya varians menu makanan dan minuman yang ada disana, sudah banyak yang mengenal tempat ini.

Di Oops! Pujasera Way Halim terdapat banyak makanan dan minuman. Hasil wawancara peneliti dengan manajer Oops! Pujasera Way Halim terdapat 17 macam kedai yang menjual makanan dan minuman yang berciri khas suatu daerah, selain itu juga tempat sentral kuliner ini mempunyai banyak icon-icon tersendiri yang bisa memancing orang-orang untuk mengunjungi Oops! Pujasera Way halim, sebagaimana yang diutarakan oleh pengujung atau konsumen Oops! Pujasera Way Halim mba Ajeng Annisa "Oops! Pujasera terdapat banyak objek-objek yang bagus untuk foto-foto selain itu di Oops! Pujasera ini terdapat mainan untuk bermain anak-anak kecil dan tempatnya sangat romantis untuk para pasangan yang datang ketempat ini".[94]

[94]Wawancara dengan Mbak Ajeng Annisa Selaku Pengunjung Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (15.00, 27 Maret 2017).

Selain itu, masih banyak lagi kelebihan yang dimikili Oops! Pujasera untuk menarik konsumen agar mau berkunjung ke Oops! Pujasera diantaranya:

a. Banyak yang datang untuk membeli makanan dan minuman dari anak muda, orang tua dan anak-anak, dari kalangan menengah dan kalangan keatas juga banyak yang membeli.
b. Bertemakan *outdoor*, meskpun tempanya *outdoor* Oops! Pujasera Way Halim juga menyediakan tempat yang menggunakan atap.
c. Berbagai macam citarasa makanan dan minuman.
d. Adanya menu makanan dan minuman yang spesial.
e. Makanan dan minuman yang berciri khas daerah.
f. Harga yang terjangkau.
g. Makanan dan minuman yang berkualitas.

2. *Weakness*

Pengertian dari *weakness* dalam analisis SWOT adalah kelemahan yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan strategi, yang menjadi weakness (kekurangan) pada Oops! Pujasera dan pelaku UMKM melalui wawancara dengan manajer bapak Hidayatullah dan para pelaku UMKM, yaitu awal mula berdirinya Oops! Pujasera Way Halim keadaan tempat masih tanah dan jika sesudah hujan turun maka tempat akan tergenang air dimana-mana, banyak yang belum kenal

dengan tempat tersebut, tempat yang kurang memadai, selain itu banyak kelemahannya diantara lain:

a. Kurangnya karyawan pada saat banyak pengunjung yang memesan makan dan minuman namun kurangnya terhandle.
b. Memerlukan jumlah modal yang cukup besar untuk mengembangkan unit dagang.
c. Komplen dari pengunjung merupakan salah satu kelemahan dari Oops! Pujasera Way Halim.
d. Biaya produksi yang cukup tinggi.
e. Bahan baku yang tidak tahan lama.
f. Stok yang sering kehabisan.
g. Untuk para UMKM jika omset mereka menurun maka kontrak akan di putus secara sepihak.

3. *Opportunity*

Pengertian dari *Opportunity* dalam analisis SWOT adalah peluang yang ada untuk suatu organisasi atau perusahaan yang bisa menjadi kesempatan bagi perusahan atau organisasi tersebut untuk lebih berkembang. Melalui wawancara yang telah dilakukan, peluang Oops! Pujasera Way Halim dan Pelaku UMKM yaitu, tempat yang strategis, Oops! Pujasera Way Halim yang dekat dengan perumahan, dekat dengan keramaian kota, sudah banyak yang mengenal Oops! Pujasera Way Halim, banyak yang melihat. Selain itu masih banyak peluang diantaranya:

a. Tempat yang sangat Strategis dengan keramaian kota, dan Oops! Pujasera Way Halim dekat dengan perumahan warga.
b. Sudah terkenal dimana-mana, dan orang banyak sudah banyak yang mengetahui Oops! Pujasera Way Halim.
c. Memiliki citra produk yang baik.
d. Meningkatnya daya beli masyarakat.
e. Unit usaha mempunyai reputasi usaha yang baik.

4. Threats

Pengertian dari *threats* dalam analisis SWOT adalah ancaman yang yang berasal dari faktor eksternal yang berpotensi untuk menjadi penghambat bagi keberlangsungan organisasi atau perusahaan tersebut.

Melalui wawancara yang telah dilakukan, ancaman untuk Oops! Pujasera Way Halim dengan para pelaku UMKM adalah komplen dari para pengunjung atau konsumen, banyaknya tempat jajanan yang ada disekitar Oops! Pujasera Way Halim, masih banyak lagi ancaman yang dihadapi diantaranya:

a. Cuaca menjadi ancaman untuk para pelaku UMKM, jika saat musim hujan pengunjung atau konsumen yang ada di Oops! Pujasera Way Halim tidak ramai.
b. Banyaknya pedagang-pedagang yang berjualan di sekitar area Oops! Pujasera Way Halim.
c. Munculnya pesaing antar unit usaha yang sama.

d. Strategi unit usaha yang mudah ditiru.

Dari penjabaran diatas maka dapat dibuat sebuah matrik SWOT, yang digunakan sebagai alat pencocokan yang penting yang membantu dalam mengembangkan 4 jenis strategi, yaitu strategi SO (kekuatan peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan ancaman), dan strategi WT (kelemahan ancaman). Adapun matrik SWOT disajikan dalam bentuk berikut:

Tabel 4.1 Tabel Matrik SWOT (TOWS Matrik)

Faktor Internal	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	1. Sudah banyak yang menganal Oops! Pujasera Way Halim sehingga sudah banyak pengunjung atau konsumen yang datang ketempat ini dan bertemakan *outdoor* Oops! Pujasera juga terdapat tempat menyediakan tempat yang beratap. 2. Pengunjung yang datang dari kalangan atas dan menengah, anak-anak, anak muda dan orang dewasa. 3. Banyak varians makanan dan minuman. 4. Harga yang sangat terjangkau. 5. Makanan dan minuman yang berciri khas daerah.	1. Awal mula berdirinya Oops! Pujasera Way Halim tempat masih tanah dan jika hujan tananhnya becek dan kurangnya karyawan. 2. Tempat yang kurang memadai, masih terbatasnya tempat untuk bersantai. 3. Komplen dari pelanggan atau konsumen Oops! Pujasera Way Halim. 4. Biaya produksi yang cukup tinggi. 5. Bahan baku produk yang tidak tahan lama. Stok produk yang sering kehabisan.

Faktor Eksternal	Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung	
OPPORTUNITIES (O) 1. Tempat yang sangat Strategis dengan keramaian kota, dan Oops! Pujasera Way Halim dekat dengan perumahan warga. 2. Memiliki citra produk yang baik. 3. Sudah terkenal oleh banyak orang-orang. 4. Meningkatnya daya beli masyarakat. 5. Banyak orang-orang yang melihat pada saat melintasi Oops! Pujasera Way Halim.	STRATEGI (SO) 1. Dengan tempat yang strategis dan dekat dengan perumahaan warga Oops! Pujasera Way Halim dengan mudahnya dapat di temukan dan ramai dikunjungi oleh para konsumen. (S1,O1) 2. Mempertahankan kualitas/citra produk yang baik dimata pengunjung atau konsumen. (S2,O2) 3. Selalu mempromosikan produk-produk yang ada di Oops! Pujasera Way Halim sehingga lebih banyak orang yang mengetahui. (S5,O4)	STRATEGI (WO) 1. Memberikan fasilitas yang memadai dengan menambah atau membeli kursi dan meja untuk para konsumen yang berkunjung. (W1,O1) 2. Karyawan dengan jumlah yang sedikit, para pelaku Oops! Pujasera Way Halim sebisa mungkin tetap bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung atau konsumen, agar tidak direbut oleh unit usaha yang bergerak dalam unit usaha yang sama. (W3,O4) 3. Memberikan harga yang terjangkau bagi pengunjung atau konsumen. (W4,O3)
THREATS (T) 1. Cuaca menjadi ancaman yang mempengaruhi penjualan karena hujan turun maka pengunjung atau konsumen akan sedikit yang datang ke Oops! Pujasera Way Halim. 2. Banyaknya pedagang-pedagang yang	STRATEGI (ST) 1. Dengan cuaca yang tidak mendukung (hujan) tetapi ada saja pengunjung yang datang karena selain *outdoor* Oops! Pujasera juga terdapat tempat yang menggunakan atap juga. (S1,T1) 2. Memperbanyak melakukan promosi dan pengrekrutan	STRATEGI (WT) 1. Melayani pengunjung/ konsumen dengan baik supaya para pengunjung/ konsumen tidak ada yang komplen dan tidak beralih ke unit usaha yang sama yang mudah ditiru maka Oops! Pujasera Way Halim harus menerapkan sistem 5S

berjualan disekitar Oops! Pujasera Way Halim. 3. Munculnya pesaing antar unit usaha yang sama atau banyaknya tempat nongkrong dan bersantai bertemakan *foodcurt*. 4. Strategi usaha yang mudah ditiru.	karyawan. (S2,T4) 3. Tetap mempertahankan ciri khas produk yang telah diciptakan UMKM Oops! Pujasera Way Halim sehingga para konsumen/ pengunjung tidak beralih kepada pedagang yang ada disekitar Oops! Pujasera Way Halim. (S3,T3)	(Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun). (W3,T4) 2. Menyetok bahan baku sehingga produk yang dihasilkan tidak kehabisan supaya konsumen/ pengunjung tidak membeli produk dipedagang lain. (W5,T2)

Sebagaimana dapat dilihat pada matrik SWOT, Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dan para UMKMnya memiliki strategi. Manajer Oops! Pujasera Way Halim dan para UMKM akan memilih berbagai alternatif strategi yang sesuai dengan lingkungan eksternal dan internal usaha yang mereka jalani.

Perpaduan dari berbagai faktor yang sudah diabstraksi inilah yang akan menentukan para UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung berpotensi atau tidaknya. Potensi yang dimiliki para UMKM Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dapat dikembangkan lagi lewat kerja keras dan usaha manajer dan para UMKM Oops! Pujasera Way Halim, cara yang harus mereka lakukan adalah dengan cara menambahkan fasilitas dan tempat untuk para konsumen yang berkunjung, memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada seperti karyawan dan sistem pemasaran promosi, mempertahankan produk yang mereka buat, harus bisa berkembang, berkreasi dan inovasi dalam bidang kuliner. Para UMKM Oops! Pujasera sudah memiliki potensi yang cukup baik untuk bisa

berkembang, agar potensinya dapat berkembang maka strategi-strategi itu dapat diterapkan agar dapat bersaing dengan unit usaha yang sama bergerak dibidang kuliner.

Sebagaimana yang diutarakan oleh beberapa responden yang peneliti wawancarai sebagai berikut:

Bapak Tri Jaya: "jika dilihat dari potensinya maka para pelaku UMKM yang ada disini dapat lebih dikembangkan lagi melalui inovasi-inovasi yang baru. Sehingga Oops! Puja Sera dapat lebih berkembang dan lebih maju lagi"[95]

Mba Dwi: "mungkin dengan adanya pelatihan untuk para pelaku UMKM, maka potensi para pelaku UMKM dapat lebih meningkat lagi, sehingga pelaku UKM dapat lebih mengembangkan inovasi-inovasi yang telah mereka pelajari."[96]

Sebagaimana hasil wawancara diatas, para pelaku UMKM Oops! Pujasera Way Halimstrategi yang harus dilakukan adalah dengan memaksimalkan kinerja danmengadakan pelatian untuk para pelaku UMKM agar bisa menciptakan inovasi-inovasi yang baru.

Dari hasil survey kepada pelaku UMKM dengan melihat perbandingan nilai produksi dan penjualan usaha didapatkan bahwa unit usaha di Oops! Pujasera Way Halim rata-rata menjual produknya sebanyak 70% dari total produk yang diproduksinya perpekan. Meskipun telah menjual lebih dari 50% produk dari hasil

---

[95]Wawancara Dengan Bapak Tri Jaya selaku pengunjung Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (17.00, 27 Maret 2017).

[96]Wawancara Dengan mbak Dwi selaku pengunjung Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (17.10, 27 Maret 2017).

produksinya, penjualan memerlukan peningkatan supaya lebih maju dan berkembang lebih pesat lagi.

Sebagaimana yang diuatarakan salah satu pelaku UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim, kak Diki: "penjualan bakso sultan perharinya bisa menghabiskan 20-30 porsi, sedangkan pada hari sabtu dan minggu bakso sultan bisa menghabiskan 30-50 porsi. jadi dalam seminggu, lebih dari 50% saya bisa menjual bakso sultan."[97]

Penilaian berdasar hasil survey kepada para pengunjung atau konsumen yang berada di Oops! Pujasera Way Halim, bahwa kegiatan UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim mempunyai potensi yang baik untuk berkembang lagi dan memberikan potensi bagi masyarakat untuk berdagang sehingga memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Selain itu juga, kegiatan UMKM di Oops! Pujasera Way Halim juga mampu untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan UMKM yang ada di Oops! Pujasera/masayarakat kota bandar lampung.

B. Analisis Strategi kelangsungan Usaha UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Bandar Lampung Dilihat Dari Pelayanan, Pengetahuan Dan Pengalamannya

Kelangsungan usaha atau keberlangsungan usaha yaitu suatu cara atau strategi untuk mempertahankan suatu bisnis atau usaha dilihat dari strategi-strategi

[97]Wawancara Dengan kak Diki selaku UMKM Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (14.05, 23 Maret 2017).

yang dimiliki oleh suatu usaha tersebut. Dalam usahanya strategi untuk mempertahankan suatu usaha sangat dibutuhkan. UMKM Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung mempunyai strategi kelangsungan usaha untuk mempertahankan usahanya dapat dilihat dari pelayanan, pengetahuan, dan yang terakhir pengalaman.

Pada dasarnya pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan haknya, dengan pengertian lain agar kebutuhan pelanggan atau konsumen tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka. Seperti halnya pelayanan yang diberikan oleh sebuah sentral kuliner Oops! Pujasera Way Halim adalah suatu aspek yang penting untuk diperhatikan. Kinerja pelayanan yang diberikan oleh seluruh pelaku UMKM di Oops! Pujasera dalam suatu sentral kuliner berhubungan erat dengan kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung selaku konsumen dan dapat mempertahankan usaha para pelaku UMKM Oops! Pujasera Way Halim.

Pelaku UMKM Oops! Pujasera dituntut untuk memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya kepada para pengunjung sehingga pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh para pelaku UMKM Oops! Pujasera Way Halim.

Mba Indah: “pelayanan karyawan yang ada di Oops! Pujasera sudah cukup baik, kalau bisa pelayanannya lebih ditingkatkan lagi, supaya lebih meningkatkan

pengunjung yang datang.Kalo bisa sih lebih ramah lagi kepada para pengunjungnya."[98]

Selain pelayanan yang baik para pelaku UMKM juga harus mempunyai pengetahuan atau inovasi yang baik terhadap produk yang ingin di pasarkan, agar para pelaku UMKM dapat melakukan Inovasi dan Kreatifitas untuk mengembangkan usahanya. Sebagaimana dalam wawancara bersama Manajer Oops! Pujasera Hidayatullah "Mereka para calon UMKM harus banyak memiliki pengetahuan dan inovasi terkait produk yang mereka jual sesuai dengan selera pasar yang sesuai dengan kriteria yang memang telah kami (Oops! Pujasera) tetapkan."[99] lebih dari 400 pendaftar yang ingin menjadi bagian dari UMKM Oops! Pujasera.karena para pendaftar yakin dengan investasi yang mereka lakukan di Oops! Pujasera Way Halim dapat mendatangkan keuntungan yang baik sehingga dapat membantu perekonomian mereka.

Selain pengetahuan UMKM tentang inovasi dan kreatifitas produk mereka, para UMKM juga perlu pengetahuan tentang teknologi, dengan adanya teknologi itu membantu para UMKM untuk memulai usaha mereka.Karena teknologi bisa membantu mempromosikan suatu kreatifitas dan inovasi produk yang mereka buat agar banyak yang melihat dan berminat untuk membeli suatu produk mereka. Dan dengan adanya pengetahuan para UMKM maka usaha yang mereka jalankan akan bertahan lebih lama lagi.

---

[98]Wawancara Dengan mbak Indah selaku pengunjung Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (19.01, 27 Maret 2017).

[99]Wawancara Dengan Bapak Hidayatullah selaku Manager Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (16.05, 20 Maret 2017).

Pelaku UMKM di Oops! Pujasera Way Halim sangat baik pengetahuannya tentang teknologi.karena semua para UMKM mempromosikan hasil Inovasi dan kreatifitas produk mereka melalu teknologi, seperti radio dan handphone dengan aplikasi media sosia (medsos), dengan media sosial ini juga, pelaku UMKM dapat lebih leluasa mempromosikan produknya. sehingga dapat meningkatkan omset perminngu. dan meningkatkan pengunjung untuk datang dan membeli hasil produksi mereka.

Selain adanya pelayanan dan pengetahuan, pengalaman para UMKM menentukan potensi suatu usaha.Seorang pelaku UMKM atau manager perlu memiliki pengalaman untuk menjalankan roda usahanya.Jika hanya bermodal nekat karena sedang trend suatu produk atau ikut-ikutan berbisnis maka peluang gagal lebih besar karena tidak ada pengalaman sebelumnya.

Para UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim untuk meningkatkan potensi usahanya harus mempunyai pengalaman yang baik. Para UMKM yang ada di Oops! Pujasera, mereka baru memulai berdagangnya di Oops! Pujasera tetapi bisa bertahan lama menjalankan usaha mereka, dari awal dibukanya Oops! Pujasera Way Halim. Para pelaku UMKM yang baru memulai berdagangnya di Oops! Pujasera, belum mempunyai pengalaman mereka membutuhkan proses pembelajaran dan bimbingan dari orang-orang sekitar dan manager untuk memberikan masukan untuk bisa lebih berpengalaman. Sebagaimana yang diutarakan oleh manager Oops! Pujasera Way Halim, bapak Hidayatullah mengenai pengalaman para UMKM yang ada disana “menurut saya pengetahuan para UMKM yang ada disini cukup baik dibidang kuliner, asalkan mereka mau

lebih kreatif lagi membuat menu baru dan supaya bisa lebih berpengalaman dari sebelumnya supaya bisa mengembangkan potensi usaha berdagang mereka disini atau nanti mereka membuka cabang di tempat lain."[100]

Selain wawancara dengan pak hidayatullah selaku manager, peneliti juga mewawancarai para pelaku UMKM mengenai pengalama mereka, sebagaimana yang diutarakan oleh mba Ajeng penjual pizza prank : "awal saya berdagang di Oops! Pujasera saya belum mempunyai pengalaman mengenai berdagang atau pun kuliner, saya berdagang disini mempunyai motivasi untuk mencari pengalaman bekerja dibidang kuliner, proses demi proses dan masukan dari orang-orang sekitar termaksud manager Oops! Pujasera, sehingga saya sekarang bisa menjalankan usaha berdagang saya hingga sekarang.Setalah berjalan lama saya mendapatkan pengalama yang baik dalam hal berdagang dan kuliner."[101]

Pengalaman yang dimiliki oleh para pelaku UMKM yang kurang baik sehingga untuk meningkatkan potensi usahanya dan kelangsungan usahanya untuk mempertahankan usaha, mereka harus bisa belajar lagi dan mengikuti pelatihan dibidang kuliner.

Pada dasarnya strategi kelangsungan usaha UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung apabila dilihat dari segi pelayanan sudah cukup baik, dalam segi pengetahuan teknologi juga sudh cukup baik karena mereka sudah bisa mempromosikan produknya di media sosial, dan pengalaman

---

[100]Wawancara Dengan Bapak Hidayatullah selaku Manager Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (16.05, 20 Maret 2017).

[101]Wawancara Dengan mbak Ajeng selaku UMKM Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung (16.05, 23 Maret 2017).

dalam bidang berdagang yang kurang baik dan perlu adanya pelatihan agar dapat meningkatkan potensi usaha para pelaku UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way HalimKotaBandarLampung.

BAB V

KASIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berikut merupakan kesimpulan mengenai potensi dan strategi kelansungan Usaha UMKM di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dilihat dari pelayanan, pengetahuan, dan pengalaman:

1. Sebagaimana dapat dilihat pada matrik TOWS, Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dan para UMKMnya memiliki strategi. Manajer Oops! Pujasera Way Halim dan para UMKM akan memilih berbagai alternatif strategi yang sesuai dengan lingkungan eksternal dan internal usaha yang mereka jalani. Potensi yang dimiliki para UMKM Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung dapat dikembangkan lagi lewat kerja keras dan usaha manajer dan para UMKM Oops! Pujasera Way Halim. Dari hasil survey kepada para pelaku UMKM dengan melihat perbandingan nilai produksi dan penjualan usaha didapatkan bahwa unit usaha di Oops! Pujasera Way Halim rata-rata menjual produknya sebanyak 70% dari total produk yang diproduksinya perpekan. Meskipun telah menjual lebih dari 50% produk dari hasil produksinya, penjualan memerlukan peningkatan supaya lebih maju dan berkembang lebih pesat

lagi. Dan kegiatan UMKM yang dilakukan di Oops! Pujasera sangat membantu pendapatan ekonomi para UMKM dan karyawan.

2. Berdasarkan hasil survey terkait dengan pelayanan, pengetahuan dan pengalaman para UMKM dapat disimpulkan bahwa UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim memiliki peluang untuk berkembang. Pada dasarnya strategi kelangsungan usaha UMKM yang ada di Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung apabila dilihat dari segi pelayanan sudah baik, dalam segi pengetahuan teknologi juga sudah cukup baik karena mereka sudah bisa mempromosikan produknya di media sosial, dan pengalaman dalam berdagang dan kuliner masih kurang dan harus diperbaiki karena banyak para UMKM yang baru bekerja dan masih mencari pengalaman di tempat ini.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Melihat potensi yang dimiliki oleh Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung maka disarankan kepada manajer, agar dapat memperluas tempat untuk menambah para UMKM untuk berjualan di Oops! Pujasera Way Halim, suapaya dapat menjadi pengembangan kegiatan ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan

masyarakat.Para UMKM juga harus mempertahankan produknya atau membuat kreasi dan inovasi produk dibidang kuliner agar menjadi lebih unggul dibandingkan dengan produk-produk pesaing dalam unit usaha yang sama.

2. Agar potensi uasaha UMKM lebih baik maka pelayanan, pengetahuan dan pengalaman para pelaku UMKM harus lebih dikembangkan dan ditingkatkan lebih baik lagi. Pelayanan yang ada di Oops! Pujasera Way Halim harus selalu menerapkan sistem 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, dan Santun). Pengetahuan yang dimiliki oleh para UMKM sudah baik mereka sudah mengerti teknologi untuk memasarkan atau mempromosikan produk mereka agar penjualan produk para UMKM meningkat. Untuk pengalaman yang dimiliki para UMKM masih kurang baik karena sebagian dari karyawan atau para UMKM baru ada yang mulai berdagangnya dan masih mencari pengalaman di Oops! Pujasera Way Halim agar pengalaman mereka menjadi baik maka diharuskan untuk para UMKM yang masih mencari pengalaman agar bisa mengikuti pelatihan dibidang kuliner atau para karyawan dan para UMKM yang sudah berpengalaman berdagang dibidang kuliner bisa memberi ilmu-ilmunya kepada mereka yang kurang berpengalaman dibidang kuliner.
3. Bagi masyarakat, khususnya pengunjung atau konsumen agar dapat menjaga kebersihan lingkungan Oops! Pujasera Way Halim untuk mengurangi sampah dan tidak merusak fasilitas yang ada, misalnya tidak

membuang sampah disembarang tempat, merusak tanaman-tanaman dan fasilitas yang ada disekitar Oops! Pujasera Way Halim Kota Bandar Lampung.

القران الكريم
I A I N
RADEN INTAN
LAMPUNG

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, Feni Dwi. Imam Hardjanto, Ainul Hayat. *"Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal".* Universitas Brawijaya. Malang. Volume 1 No. 6.

Anoraga, Pandji.Ekonomi Islam Kajian Mqakro dam Mikro. PT. Dwi Chandra Wacana.Jogjkarta, 2010.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta Ilmu. 2002.

Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum.* Jakarta. PT Asdi Mahasatya. 2013. Cetakan ke 7.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi.* Jakarta. PT RajaGrapindo Persada. 1999.

Bismala, Lila dan Handayani, Susi. *Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT.* Sumatra Utara. Universitas Muhammadiyah. 2014

Darmawan, Edi. *Peran Ruang Publik Dalam Perencanaan kota (URBAN DESIGN).* Guru Besar Ilmu Arsitektur, Fakultas Teknik Universitas di Ponogoro. Semarang. 2007.

Departemen Pendidikan Nasional.*Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat bahasa*. Edisi Keempat. PT Gramedia. Jakarta.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2003.

Gunawan, Adi. *Kamus Cerdas Bahasa Indonesia*. Surabaya. Kartika. 2003.

Imam Abi Abdilah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim al-Bukhari.*"Shahih Bukhari"* dalam *Maktabah Asy-Syamilah*.edisi ke-2. 1999. Juz 7.

Irawan, Prasetya. *Logika dan Prosedur Penelitian.* Jakarta. STIA-LAN. 1998.

Irfani, Muhammad Reztri."*Peran Usaha Mikro Produsen Kelanting Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam".*IAIN Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islman, Ekonomi Islam. 2016.

Koejaraningrat.*Metode-Metode Penelitian Masyarakat*.Gramedia. Jakarta.

Machmud, Senen. Iwan Sidharta. "*Model Kajian strategic Dalam Peningkatan Sektor UMKM Di Kota Bandung"*.Program Pascasarjana STIE Pasundan dan STMIK Mardira Indonesia. Bandung. Volume 7 No. 1.Juni 2013.

Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal.* Jakarta. PT Bumi Aksara. 2008. Cet.x.

Narkubo, Cholid dan Achmadi, Abu. *Metode Penelitian.* Jakarta. Bumi Aksara. 1997.

Pearce II, John A. dan Robinson, Jr, Richard B. *Edisi 10 Strategic Management (Manajemen Strategis)Formula, Implementasi, dan pengendalian*. Jakarta Selatan.Salemba Empat. 2002.

"Pemasaran Dalam Perspektif Islam" (online), tersedia di : https://akmalaziz.wordpress.com/2014/01/09/pemasaran-dalam-perspektif-islam/(11 maret 2017, pkl. 19:36)

Prasetyo, Tri Adhy. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Layanan Harga Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.*Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang. 2015.

Rifa'i, Ahmad. *Peran Dalam Pembangunan Daerah: Fakta Di Provinsi Lampung, Jurnal Ilmiah Administrasi Publik & Pembangunan.* Vol. 1 No. 2 Juli-Desember. 2010.

Rivai, Veithzal. Islmic *Economics, Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi*. Jakarta. PT Bumi Aksara. 2013.

Saladin, Djalim. *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan.*Bandung. Linda Karya. 2004.

Sentono, Suryadi Prawiro dan Primasari, Dewi. *Manajemen Strategik & Pengambilan Keputusan Korporasi (Strategic management & corporate Decision Marking*). Jakarta. PT Bumi Aksara. 2014.

Sholihin, Ismail. *Manajemen Strategik.* Jakarta. Erlangga. 2012.

Sjafrizal.*Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. 2014.

"Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran" (On-line).tersedia di: **http://www.kembar.pro/2015/07/strategi-pemasaran-dan-bauran-pemasaran.html** (23 febuari 2017, pkl: 11.49).

Subagio. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek.* Jakarta. PT Asdi Mahasatya. 2004. Cetakan ke4.

Sugiono. *Metode Penelitian & administrasi.* Bandung. CV Alfa Beta. 1998.

Sugiyono.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. bandung. Alfabet. 2011.

Sunarto dan Herawati, Jajuk.*Manajemen.*Yogyakarta. BPFE-UST. 2002.

Sutrisno, Hadi. *Metode Research*. Yogyakarta. UGM. 2002.

Tambunan, Tulus. T.H. *Perekonomian Indonesia Beberapa Masalah Penting*. Jakarta. Ghalia Indonesia. 2013.

Tjiptono, Fandy, dkk. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta. CV. Andi OFFSET. 2008.

Triatmojo, *Ekonomi Makro dan Mikro Islam,* PT. Dwi Chandra Wacana, Yogyakarta, 2001.

Umar, Husein. *Strategic Management in Action (Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David dan Wheelen-Hunger).*Jakarta.PT Gramedia Pustaka Utama. 2003.

"UMKM Dalam Perspektif Syariah"(On-line), tersedia di: **https://ridwan8814.blogspot.co.id/2016/05/umkm-menurut-pandangan-islam.html** (25 Febuari 2017, pkl 16.01**).**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan Tentang Usaha Kecil Menengah" (on-line), Tersedia di :**https://infoukm.wordpress.com/** (26Febuari 2017, pkl : 14.12)

Wahdino, Sastro.Ekonomi Makro dan Mikro Islam. PT. Dwi Chandra Wacana. Jakarta. 2001.

Wardani, Leni Setia. *Analisis Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Pesantren Annabila*.Universitas Islam Negeri Walisongo. 2015.

Yohan, Benny. *Ananlisis Potensi Usaha Kecil Dan Menengah Di Pusat Kebudayaan Dan Olahraga Way Halim Kota Bandar Lampung*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2016.

Zulkarnaen, Halim Oky. *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) MAKANAN Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah Di Solo)*. Mahasiswi Program Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Semarang. Universitas Diponegoro. 2013.

"4 Karakteristik Strategi Pemasaran Dalam Islam" (on-line), tersedia di : **http://deerham.com/4-karakteristik-startegi-pemasaran-dalam-islam/**(23 febuari 2017, pkl : 11.55)

القرآن الكريم
I A I N
RADEN INTAN
LAMPUNG