

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENENGAH FAJAR BAKERY
DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

FAJAR MAULANA

NPM: 1801280008



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2022

Persembahan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Karya Ilmiah Ini Penulis Persembahkan Kepada Kedua OrangTua, Kakak, Adek, Keluarga, dan Sahabat

Penulis

Ayahanda Budi Yanto Marza

Ibunda Minarti

Sahabat-sahabat perjuangan

Harta Yang Paling Berharga Adalah Keluarga Tiada Kebahagiaan Yang Paling Indah Melainkan Mengukir

Senyum di Wajah OrangTua

*Jangan Pernah Menyerah Dalam Menghadapi Masalah
Karena Setiap Masalah Pasti Punya Jalan Keluarnya
Allah Akan Mengangkat Derajat Orang-Orang Yang Beriman
Dan Berilmu*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fajar Maulana
Npm : 1801280008
Jenjang Pendidikan : S1 (strata satu)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENENGAH FAJAR BAKERY DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 29 September 2022

Yang Menyatakan


Fajar Maulana

1801280008

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENENGAH FAJAR
BAKERY DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN

Oleh :

FAJAR MAULANA
NPM: 1801280008

*Telah selesai bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini
telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk
dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 29 September 2022

Pembimbing



Khairunnisa, SE.I, MM

FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, 29 September 2022

Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Fajar Maulana** yang berjudul "**Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing


Khairunnisa, SE.I, MM

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

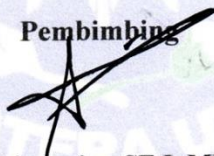
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Fajar Maulana**
NPM : **1801280008**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Baisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
MENENGAH FAJAR BAKERY DALAM
MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

Medan 29 September 2022

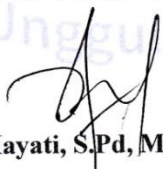
Pembimbing



Khairunnisa, SE.I, MM

DI SETUJUI OLEH:

KETUA PROGRAM STUDI



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

DEKAN,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

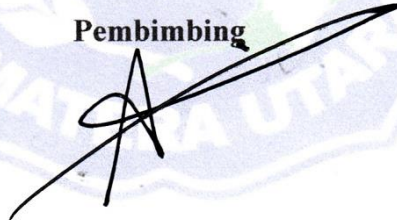
Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : **Fajar Maulana**
NPM : **1801280008**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
MENENENGAH FAJAR BAKERY DALAM
MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 2 September 2022

Pembimbing



Khairunnisa, SE.I, MM

DI SETUJUI OLEH:

KETUA PROGRAM STUDI



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

DEKAN,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [f](#) [umsumedan](#) [o](#) [umsumedan](#) [t](#) [umsumedan](#) [y](#) [umsumedan](#)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Khairunnisa, SE.I, MM.

Nama Mahasiswa : Fajar Maulana
Npm : 1801280008
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen

| Tanggal | Materi Bimbingan | Paraf | Keterangan |
|-------------------|-------------------------------------|-------|------------|
| 10 September 2022 | Konsultasi revisi Seminar Proposal. | | |
| 13 September 2022 | Konsultasi kuisioner pemilik usaha. | | |
| 15 September 2022 | Acc kuisioner | | |
| 22 September 2022 | Revisi dan rata kanan-kiri | | |
| 28 September 2022 | Acc | | |

Medan, 29 September 2020

Diketahui/Ditetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Ditetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Khairunnisa, SE.I, MM

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

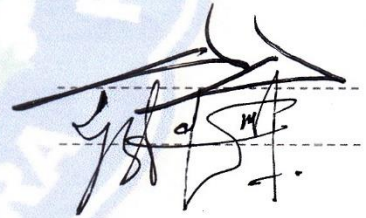
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Fajar Maulana
NPM : 1801280008
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : IX
Tanggal Sidang : 08/10/2022
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si
PENGUJI II : Dr. Salman Nasution, M.A



PENITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

ABSTRAK

Fajar Maulana, 1801280008. “Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen”. Pembimbing Khairunnisa, SE. I, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha menengah Fajar Bakery dalam menarik minat beli konsumen dan juga untuk mengetahui solusi dalam menanggulangi kelemahan serta memanfaatkan peluang. Dalam penelitian ini, teknik analisa data yang mengacu kepada strategi yaitu menggunakan teknik analisis SWOT dengan metode pendekatan kualitatif. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan *strenghts* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang), dan juga dapat meminimalkan *weakness* (kelemahan) dan *threaths* (ancaman). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan utama Adapun kekuatan dan kelemahan. Kekuatan (harga yang murah, ukuran produk yang relatif besar, dan sudah bertahan selama 22 tahun) dan kelemahan (tidak menggunakan sistem manajemen yang baik, kurangnya inovasi produk, dan kurangnya teknologi mesin). Faktor eksternal yang mempengaruhi strategi bisnis usaha menengah Fajar Bakery adalah peluang dan ancaman. Peluang (Meningkatkan penjualan dan laba dengan mengeluarkan jenis produk baru, produk UMKM masih diminati oleh masyarakat, dan meningkatnya jumlah sales) dan ancaman (menurunnya daya beli masyarakat, pesaing yang meluncurkan produk baru, dan naiknya harga bahan baku).

Kata Kunci : UMKM, Usaha Menengah, Strategi Pengembangan Usaha.

ABSTRACT

Fajar Maulana, 1801280008. “Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen”. Mentor Khairunnisa, SE. I, MM.

This study aims to determine the strategy of developing Fajar Bakery's medium-sized businesses in attracting consumer buying interest and also to find solutions to overcome weaknesses and take advantage of opportunities. In this study, the data analysis technique that refers to the strategy is using a SWOT analysis technique with a qualitative approach method. It aims to maximize strengths (strengths) and opportunities (opportunities), and can also minimize weaknesses (weaknesses) and threats (threats). The results of this study indicate that the main strengths and weaknesses. Strengths (low price, relatively large product size, and have lasted for 22 years) and weaknesses (not using a good management system, lack of product innovation, and lack of machine technology). External factors that influence Fajar Bakery's medium business strategy are opportunities and threats. Opportunities (Increasing sales and profits by issuing new types of products, UMKM products are still in demand by the public, and increasing the number of sales) and threats (decreased purchasing power, competitors launching new products, and rising raw material prices).

Keywords: UMKM, Medium Enterprises, Business Development Strategies.

KATA PENGANTAR

Assalamu' alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah Azza Wa Jalla karena berkat Rahmat dan Hidayah-nya. Shalawat serta salam kepada suri tauladan kita nabi Muhammad Salallahu Alaihi Wasallam serta para keluarganya, sahabatnya, dan para pelanjut risalahnya sampai akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen".

Penulis menyadari bahwa isi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini belum sempurna, hal ini di sebabkan oleh terbatasnya waktu, kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki dalam penyajiannya.

Dengan petunjuk dan bantuan serta bimbingan yang di berikan kepada penulis dari berbagai pihak maka penyelesaian atas skripsi ini dapat di selesaikan sebagaimana mestinya.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua, Ayahnda Budi Yanto Marza dan Ibunda Minarti yang di mana telah memberikan penulis cinta dan kasih sayang, arahan, bimbingan, dukungan dan tak henti-hentinya selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis sehingga mampu menyelesaikan Proposal ini dengan penuh semangat dan tanggung jawab.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M. AP, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qarib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd. I., MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd. I., MA Selaku Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Ibu Isra Hayati, S. Pd., M. Si selaku ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Syahrul Amsari, SE. Sy., M. Si selaku sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Khairunnisa, S.E.I., M.M selaku Dosen Pembimbing Proposal Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Budi Yanto Marza selaku pemilik Usaha Menengah Fajar Bakery yang dimana telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Segenap Staff pegawai dan karyawan Usaha Menengah Fajar Bakery yang telah membantu dalam penelitian ini.
11. Kepada Teman-teman semua yang telah banyak membantu Penulis dalam pengerjaan skripsi ini dan memberikan semangat, dukungan, dan doa kepada penulis sampai saat ini.

Akhirul kalam penulis memohon ampun kepada Allah SWT Semoga ini bisa bermanfaat bagi kita semua

Wassalamu' alaikum Wr. Wb

Medan, 20 Juli 2022

Penulis

Fajar Maulana

1801280008

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 6 |
| C. Rumusan Masalah..... | 6 |
| D. Tujuan Masalah..... | 6 |
| E. Manfaat penelitian..... | 6 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 7 |
| BAB II | 9 |
| KAJIAN TEORITIS | 9 |
| A. Landasan Teori..... | 9 |
| 1. Pengertian Usaha Menengah | 9 |
| 2. Strategi Pengembangan Usaha | 9 |
| 3. Definisi Minat Beli dan Indikator Minat Beli | 12 |
| B. Kajian Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| C. Kerangka Berfikir..... | 21 |
| D. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, And Threats) | 23 |
| 1. Pengertian Analisis SWOT..... | 23 |
| 2. Analisis Matriks SWOT | 24 |
| 3. <i>Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)</i> | 24 |
| BAB III..... | 27 |
| METODE PENELITIAN | 27 |
| A. Rancangan Penelitian | 27 |
| B. Lokasi Dan Waktu Penelitian..... | 27 |
| C. Kehadiran Peneliti..... | 28 |
| D. Tahapan Penelitian | 29 |

| | |
|--|-----------|
| E. Sumber Data Penelitian..... | 29 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 29 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 30 |
| H. Teknik Keabsahan Data | 31 |
| BAB IV | 33 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 33 |
| A. Profil Perusahaan | 33 |
| B. Hasil Penelitian | 36 |
| BAB V..... | 50 |
| KESIMPULAN..... | 50 |
| A. Kesimpulan | 50 |
| B. Saran..... | 51 |
| DAFTAR PUSTAKA | 52 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1 Penelitian Terdahulu | 14 |
| Tabel 2 Analisis Matriks SWOT | 25 |
| Tabel 3 Pelaksanaan waktu penelitian | 28 |
| Tabel 4 Faktor Internal Kekuatan | 38 |
| Tabel 5 Faktor Intenal Kelemahan | 39 |
| Tabel 6 Faktor Eksternal Peluang | 40 |
| Tabel 7 Faktor Eksternal Ancaman..... | 41 |
| Tabel 8 IFAS | 41 |
| Tabel 9 EFAS | 42 |
| Tabel 10 Analisis SWOT | 45 |
| Tabel 11 Matriks SWOT | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------|----|
| Gambar 1 Jumlah UMKM Indonesia | 2 |
| Gambar 2 Grafik Penjualan..... | 5 |
| Gambar 3 Kerangka Pemikiran..... | 22 |
| Gambar 4 Lokasi Penelitian | 33 |
| Gambar 5 Struktur Perusahaan..... | 34 |
| Gambar 6 Kuadran Strategi SWOT | 46 |

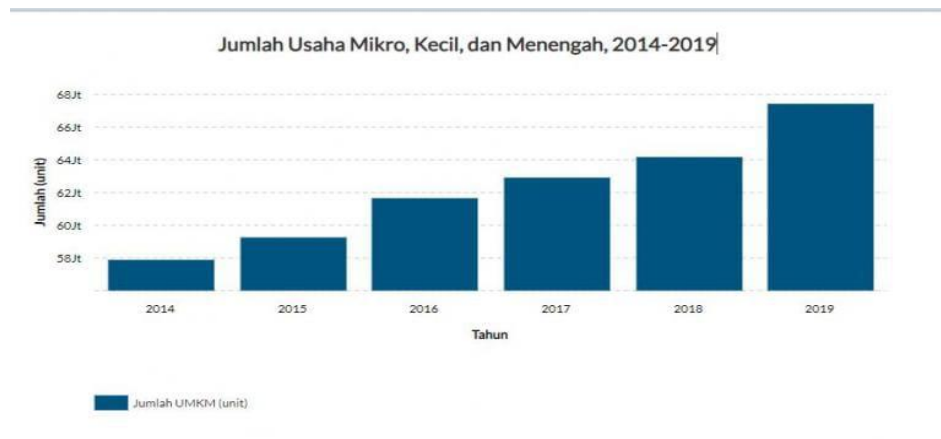
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang saja tetapi juga di negara-negara maju, UMKM memiliki potensi yang cukup besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memberikan kontribusi yang tinggi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh daya serap UMKM terhadap tenaga kerja relatif besar. Disisi lain juga UMKM juga dianggap sebagai penyelamat perekonomian Indonesia dimasa krisis pada tahun 1997-1999. Dalam rangka menjaga keberlangsungan suatu usaha, Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang strategis ditengah kegiatan manusia mencari rezeki. Setiap pelaku usaha dituntut berlaku jujur dan amanah untuk keberlangsungan usahanya. (Syahrizal, 2018).

Indonesia memiliki 65,5 juta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada tahun 2019. Jumlah itu meningkat 1,98% dibandingkan pada 2018 yaitu sebanyak 64,2 juta unit. Sebanyak 798,7 ribu unit merupakan usaha kecil. Berdasarkan data kementerian Koperasi dan UKM, jumlah Usaha Kecil Menengah saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (PerekonomianRI, 2021). Angka ini meningkat 2,21% dari tahun sebelumnya yang sebesar 116,9 juta orang. Kemudian, UMKM menyumbangkan 60,51% terhadap produk domestik bruto (PDB) atas harga berlaku. Terhadap PDB atas harga konstan, kontribusi UMKM mencapai 57,14%. Sementara, ekspor nonmigas yang berasal dari UMKM mencapai 339,2 triliun pada 2019. Jumlah itu mencapai 15,65% dari total ekspor Indonesia pada dua tahun lalu (Jayani, 2021)



Gambar 1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia.

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM dan perlu mendapat perhatian dari pelaku usaha itu sendiri dan pemerintah ialah persoalan yang paling mendasar dalam hal ini adalah terkait dengan masih rendahnya produktivitas UMKM dikarenakan rendahnya kualitas SDM, khususnya dalam bidang manajemen, penguasaan teknologi, dan pemasaran. Selain itu, terbatasnya akses kepada sumberdaya produktif, terutama permasalahan permodalan, teknologi dan pasar. Hingga saat ini, tidak sedikit pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang mengeluhkan tentang perkembangan usahanya karena disebabkan kekurangan modal dalam bentuk uang. Begitu juga banyak kegiatan usaha mikro kecil dan menengah mengalami kegagalan atau bangkrut dikarenakan tidak mampu mengelola keuangan dengan baik. (Leiwakabessy & Lahallo, 2018). Adapun beberapa masalah yang paling sering dihadapi oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah ialah: Pertama, Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan. Ketiga, Kelemahan pada manajemen organisasi dan manajemen sumber daya manusia, Keempat, Kelemahan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil. Kelima, Iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan, dan Keenam, Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan

kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil. Persoalan ini juga pernah dialami oleh salah satu pelaku usaha menengah Fajar Bakery yang berlokasi Kota Medan Sumatera Utara.

Adapun yang tidak kalah penting ialah pentingnya strategi bisnis yang tepat dalam mempertahankan eksistensi suatu usaha, seperti yang telah kita ketahui Bersama banyak perusahaan besar yang tutup diakibatkan ketertinggalan inovasi atau produk diakibatkan lemahnya strategi dan tidak ada pembaruan strategi dalam melihat ancaman dari pesaing contohnya perusahaan 7-Eleven (seven) yang tidak mampu menyaingi pesaingnya seperti Circle K, Alfamart, dan Indomaret, tidak menutup kemungkinan pelaku UMKM yang masih merintis usahanya merasakan hal yang sama yakni kalah dengan pesaing diakibatkan lemahnya strategi bisnis (Yuliani & Susanto, 2019).

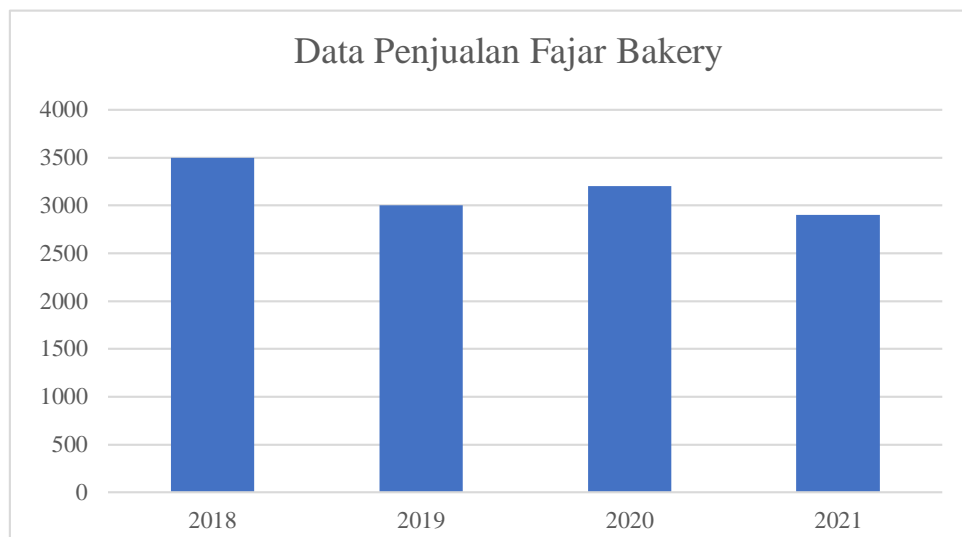
Krisis ekonomi tahun 1997 berdampak negatif terhadap ekonomi masyarakat secara menyeluruh baik kalangan atas maupun bawah. Inflasi meningkat dan tingkat pengangguran semakin tinggi. Bermula dari permasalahan tersebut, pemilik UMKM Fajar Bakery berhenti dari pekerjaan tetap sebagai seorang teknisi instalasi listrik lalu mulai mencoba peluang usaha baru yaitu sales roti dengan cara mengambil dari pabrik lalu mendistribusikan ke warung atau grosir. Setelah berlangsung selama dua tahun menjadi sales, bermodalkan Rp. 1.000.000.- berupaya mengolah produk sendiri di rumah dengan alat yang seadanya dimana awal mula ini menjadi pondasi untuk menjadi pengusaha. Olahan tersebut berlanjut hingga sekarang yang sudah bertransformasi menjadi berbagai macam dan bentuk, UMKM Fajar Bakery saat ini memperkerjakan 10 orang karyawan dan menghasilkan 4000 pack setiap harinya. Setelah kurang lebih dua puluh tahun berjalan UMKM Fajar Bakery telah memasarkan produknya hingga luar kota maupun provinsi.

Setelah berjalan 22 tahun UMKM Fajar Bakery masih banyak memiliki kerurangan serta perlu pengembangan untuk menjaga keberlangsungan produksi, dikarenakan produk yang tidak mengikuti permintaan pasar dan perkembangan zaman akan tertinggal dari pesaing

yang terus mengeluarkan produk model terbaru dengan berbagai macam jenis, rasa, dan bentuk. Faktor eksternal yang menjadi peluang sebagai pengembangan UMKM, diantaranya Dukungan dari pemerintah, perkembangan teknologi, ekspansi atau perluasan usaha, dan loyalitas pelanggan. (Alyas & Rakib, 2017).

Adapun penelitian yang telah dilaksanakan terdahulu yaitu Kurangnya permodalan UMKM, oleh karena itu pada umumnya UMKM merupakan usaha perorangan ataupun perusahaan yang sifatnya tertutup, dan mengandalkan modal pribadi yang jumlahnya terbatas, sedangkan modal

Pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan administrasi dan teknis yang diminta sulit dipenuhi. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM terkait dengan masalah pembiayaan dan memaksimalkan produktifitas dengan memanfaatkan peluang fasilitas Kredit Usaha Rakyat (KUR) di bank BRI dengan persyaratan administrasi yang mudah serta bunga yang rendah kemudian, bantuan koperasi, dan pihak ketiga penyedia dana dalam membantu mengembangkan UMKM. Merespon persoalan UMKM dalam mempersiapkan perencanaan bisnis jangka pendek, penyusunan proposal pengembangan usaha serta fasilitas dan mediasi akses kelembaga keuangan dan berbagai sumber pembiayaan serta manajemen keuangan yang dilakukan bersama pelaku UMKM pada saat pembimbingan teknis berjalan setiap saat (Leiwakabessy & Lahallo, 2018)



Gambar 2 Grafik penjualan Usaha Menengah Fajar Bakery

Dari grafik diatas disimpulkan bahwa penjualan usaha menengah Fajar Bakery dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan penjualan disebabkan banyak faktor seperti naiknya harga bahan pokok rumah tangga yang menyebabkan lemahnya daya beli masyarakat, persaingan bisnis, ataupun covid-19. Mulai tahun 2018 rata-rata penjualan perhari usaha menengah Fajar bakery sebanyak 3500 bungkus atau pack perhari kemudian menurun pada tahun 2019 menjadi 3000 pack perhari dan seterusnya.

Permasalahan Pandemi Covid-19 telah membuat UMKM mengalami penurunan jumlah pembelian yang drastis hingga ada yang harus menutup gerainya. Hal itu disebabkan dengan penerapan protokol kesehatan yang berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat. Peranan platform media sosial dapat membawa UMKM kembali tetap eksis (Arianto, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk meneliti masalah tersebut dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat diambil identifikasi masalah antara lain:

1. Rendahnya produktivitas sumber daya manusia pada UMKM.
2. Terbatasnya akses sumber daya produktif
3. Pentingnya strategi dalam pengembangan dan menjaga eksistensi suatu usaha
4. Adanya kelemahan dibidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang terdapat di latar belakang dan identifikasi masalah pada Usaha Menengah Fajar Bakery maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana strategi dalam mengembangkan usaha menengah Fajar Bakery?”

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: “Untuk mengetahui strategi dalam mengembangkan usaha menengah Fajar Bakery”.

E. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat secara teori dan praktek bermanfaat untuk:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para pelaku usaha UMKM dalam pengambilan keputusan untuk menjalankan usaha, serta dapat memperkecil resiko yang mungkin dapat terjadi.
- b. Menjadi referensi bagi mahasiswa untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya.

- c. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata mengenai UMKM bagi para pemula dan yang baru ingin terjun untuk menjalankan usaha.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat agar memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian ini. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu :

BAB I tentang Pendahuluan yang berisikan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II berisi tentang Kajian Pustaka yang memuat teori untuk membantu menjawab masalah penelitian. Selain itu, Kajian Pustaka juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum atau bahan penjas tentang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Selain kajian pustaka BAB II juga terdapat Kajian Penelitian Terdahulu yang memuat uraian sistematis tentang hasil penelitian yang didapat dari penelitian terdahulu dan hubungannya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

BAB III tentang Metodologi Penelitian yang berisikan tentang uraian langkah-langkah penelitian yaitu Rancangan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Kehadiran Penelitian, Tahapan Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Pemeriksaan Keabsahan Temuan.

BAB IV berisi tentang penelitian temuan dan hasil pembahasan. Dalam karya ilmiah BAB IV menjadi bagian yang sangat penting dan tidak boleh terlewatkan karena bagian ini merupakan inti dari tulisan ilmiah.

BAB V Penutup pada Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dengan mengacu pada pertanyaan penelitian yang telah dituliskan pada BAB I serta berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dituliskan pada BAB IV.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Pengertian Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang

Berdasarkan UU No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, kriteria usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Rujito (2003), menjelaskan bahwa pengertian UMKM ialah usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian negara, baik dari sisi jumlah usahanya maupun dari lapangan kerja yang tercipta.

2. Strategi Pengembangan Usaha

a. Strategi

Strategi adalah rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan kompetitif yang diharapkan. Strategi meliputi pengidentifikasian dan pengimplementasian tujuan dan rencana tindakan tersebut. Strategi membutuhkan informasi untuk membuat keputusan strategi yang tepat berkaitan dengan pemilihan produk, metode produksi, saluran pemasaran, dan hal lain yang bersifat jangka panjang.

Istilah strategi berasal dari dua kata bahasa Yunani yaitu *strategia* (*stratos* =militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu. (Tjiptono, 2008)

Rudianto memaparkan menurut Freeman, Storner, dan Gilbert, Jr konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu:

- a. Perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang turbulen dan selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan.
- b. Perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan. (Rudianto, 2013).
- c. Menurut Didin Hafiduddin dan Henri Tanjung (2012) strategi adalah respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.

b. Jenis- jenis Strategi

a) Strategi organisasi

Strategi organisasi berkaitan dengan perumusan misi, tujuan dan nilai-nilai organisasi pada suatu perusahaan.

b) Strategi Program

Strategi program berkaitan dengan implikasi dan implementasi pada program perusahaan.

c) Strategi Pendukung Sumber Daya

Strategi pendukung sumber daya berkaitan dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada dalam meningkatkan kualitas organisasi dapat berupa sumber daya manusia, keuangan, teknologi, dan sebagainya.

d) Strategi Kelembagaan

Strategi kelembagaan berkaitan dengan mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan program strategis.

Dari tipe-tipe di atas dapat digunakan dalam keadaan dan situasi tertentu tergantung pada kelebihan dan kelemahan pada suatu organisasi.

c. Pengertian Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah upaya mengembangkan kekuatan organisasi untuk menggunakan peluang yang muncul untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan misi yang telah ditentukan.

Dari pengertian tersebut terdapat aspek penting yaitu :

Pertama, manajemen strategis merupakan proses pengambilan keputusan. Kedua, keputusan yang bersifat bendasar harus berkenaan dengan aspek-aspek penting terutamanya adalah tujuan, cara melaksanakan, dan serta cara mencapainya.

d. Pengembangan Usaha

Menurut Pandji Anoraga (2011) Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Dari pemaparan di atas, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan semua pihak yang terkait dalam suatu usaha, baik pemerintah, masyarakat dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas.

3. Definisi Minat Beli dan Indikator Minat Beli

a. Definisi Minat Beli

Minat merupakan salah satu pertimbangan psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat beli konsumen adalah dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan. (Suyono, Sukmawati, & Pramono, 2012)..

b. Indikator Minat Beli

Suatu produk yang telah dibeli oleh konsumen. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang diterima lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya kembali semakin tinggi. Sebaliknya

bila manfaat yang diterima lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih untuk membeli produk lain yang sejenis.

Pada kebanyakan konsumen pembelian suatu produk seringkali diawali dan dipengaruhi dengan banyaknya rangsangan (stimulli) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari konsumen lainnya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri

sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang digunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli. (Sartika, 2017).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis dalam pembahasan ini bukan penelitian yang pertama diterapkan, melainkan telah banyak penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu menjadi contoh bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis mampu memperbanyak teori untuk digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Berikut adalah penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Afridal (2017), Riyanthi Idayua, Mohamad Husnib, Suhandi (2021), Yeye Suhaety, Mulyati, Muhammad Fadillah (2021), Ikhsan Gunawan (2015) menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan Analisis SWOT menunjukkan bahwa meningkatkan keunggulan atau kekuatan yang ada dibandingkan dengan kompetitifnya menjadi strategi yang diutamakan dan tidak kalah penting pula adanya dukungan dan bantuan dari pemerintah dapat sangat membantu perkembangan UMKM yang sedang berkembang. Adapun penelitian dari Amin Dwi Ananda, Dwi Susilowati (2017) dengan metode kualitatif deskriptif juga menunjukkan hasil yang serupa yaitu diperlukan adanya sinergi untuk bekerja sama semua sektor industri kreatif baik dengan pemerintah.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

| No | Penelitian | Objek | Metode | Hasil |
|----|--|--|---|---|
| 1. | Muhammad Afridhal (2017) <i>“Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Dikecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen”</i> | Pengembangan usaha Roti Tanjong Dikecamatan Samalangan kab. Biruen | Metode penelitian kualitatif dengan analisis matriks SWOT | Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga berdasarkan analisis matriks QSP didapatkan hasil bahwa perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya bantuan dan |

| | | | | |
|----|---|--|--|---|
| | | | | dukungan dari pemerintah. |
| 2. | Riyanthi Idayua, Mohamad Husnib, Suhandi (2021) <i>“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten”</i> . | Pelaku UMKM Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten | Metode Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui proses observasi wawancara, dan dokumentasi disajikan dalam bentuk data, kemudian analisa menggunakan analisis matrik SWOT | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada setiap (UMKM) yang ada di Desa Nembol seperti: permodalan, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, pengenalan teknologi, sosial dan ekonomi, sehingga belum bisa terlaksana dengan baik. Sedangkan strategi yang tepat dilakukan dalam pengembangan UMKM yang ada adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO (Growth) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan |
| 3. | Yeye Suhaety, | Pelaku | Analisis data | Penelitian ini |

| | | | | |
|----|---|-------------|-------------------------------------|---|
| | Mulyati, Muhammad Fadillah (2021) <i>“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mebel Samawadi Kandai 2 Kecamatan Woja”</i> | usaha mabel | yang digunakan adalah Analisis SWOT | menunjukkan bahwa alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha mebel Samawa yaitu dengan menggunakan strategi SO, dimana strategi tersebut berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa posisi tersebut sangat baik untuk perkembangan usaha mebel samawa kedepannya, Sehingga usaha Mebel samawa dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada |
| 4. | Ikhsan Gunawan | Usaha | Penelitian | Hasil penelitian |

| | | | | |
|----|--|--------------------------------------|--|---|
| | (2015). <i>“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditas Unggulan Pertanian Di Kabupaten Rokan Hulu</i> | komoditas unggulan petani | kualitatif dengan Analisis SWOT | ini adalah Prioritas pengembangan karet, pengembangan agribisnis daging sapi pengembangan perikanan, dengan meningkatkan hubungan dengan instansi. |
| 5. | Amin Dwi Ananda, Dwi Susilowati (2017) <i>“Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang”</i> . | UMKM Industri kreatif di Kota Malang | Metode kualitatif deskriptif | Hasil penelitian pada 15 sektor industri kreatif. Diperlukan adanya sinergi untuk bekerjasama antara semua sektor industri kreatif baik dengan pemerintah maupun dengan swasta. |
| 6. | Mutia Arda, SE, M.Si (2016). <i>“Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kecamatan</i> | (UKM) Kecamatan Medan Deli | Metode Penelitian dengan Analisis SWOT | Usaha kecil dan menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah terbesar |

| | | | | |
|--|------------------------------------|--|--|---|
| | Medan Deli Melalui Analisis Swot”. | | | <p>dengan daya serap 18ngkatan kerja yang signifikan.</p> <p>Kecamatan Medan Deli merupakan kecamatan yang memiliki penduduk terbanyak di Kota Medan. Apabila jumlah pelaku usaha kecil secara proporsional mengikuti jumlah penduduk maka diperkirakan jumlah pelaku usaha kecil terbanyak akan didapat di Kecamatan Medan Deli.</p> <p>Strategi yang tepat harus dimulai dari baiknya perumusan strateginya. Untuk dapat mencapai tujuan,</p> |
|--|------------------------------------|--|--|---|

| | | | | |
|----|--|----------------|---|--|
| | | | | diperlukan analisis SWOT sebagai dasar bagi para pelaku UKM ini mengembangkan strategi usahanya. |
| 7. | <p>Julita,SE,M.Si (2015). “Pengaruh Motivasi, Knowledge Of Entrepreneurship Dan Independensi Terhadap The Entrepreneur’sperformance (Studi Kasus Pada UKM Di Kota Medan). (Julita,SE,M.Si, 2015)</p> | UKM Kota Medan | Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. | <p>Hasil penelitian diperoleh dari pengumpulan jawaban kuesioner yang telah dikirimkan ke responden, dimana penyebaran dilakukan dengan diantar dan dijemput langsung oleh peneliti. Pengisian kuesioner diwakili oleh pemilik UKM. Jumlah kuesioner yang diedarkan sesuai dengan jumlah responden yang ada dan semua berhasil dikumpulkan</p> |

| | | | | |
|----|--|---|--|---|
| | | | | kembali. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 45UKM yang tersebar di kota Medan. |
| 8. | Elizar Sinambela, Surya Sanjaya, Muhammad Irsan (2021). “Sosialisasi Perpajakan UMKM dan Pelatihan Pembukuan Usaha Pada Pelaku UMKM di Desa Amplas Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara”. (Sinambela, Sanjaya, & Irsan, 2021) | UMKM di Desa Amplas Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara | Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. | Sosialisasi Perpajakan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Pelatihan Pembukuan Usaha Bagi UMKM di Desa Amplas Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman perpajakan dan pembukuan usaha kepada |

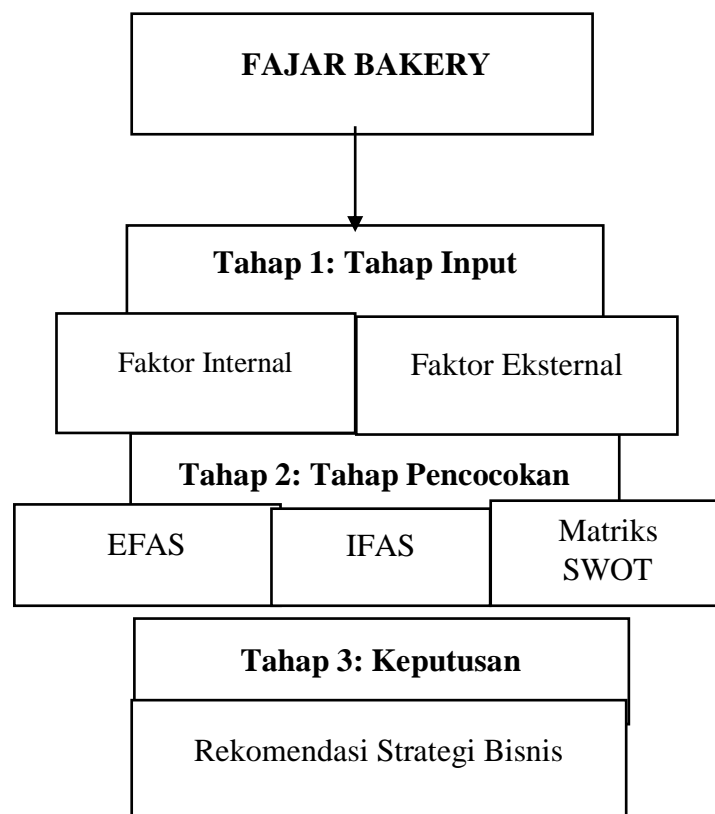
| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | masyarakat. masyarakat khususnya pelaku UMKM. Kegiatan ini merupakan kerjasama program studi Manajemen Perpajakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan Kanwil Ditjen Pajak Sumatera Utara |
|--|--|--|--|---|

C. Kerangka Berfikir

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu roda penggerak perekonomian di Indonesia. Peranan UMKM sering dikaitkan dengan upaya-upaya pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran, kemiskinan dan pemerataan pendapat. Hal ini telah dibuktikan saat masa krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia tahun 1997. UMKM merupakan sektor ekonomi yang kuat dan paling tahan terhadap krisis ekonomi, UMKM dapat menyediakan lapangan kerja bagi banyak orang. Salah satu UMKM yang bergerak dalam sektor industri pengolahan di Kota Medan adalah usaha menengah Fajar Bakery. Usaha ini bergerak di bidang makanan khususnya kue dan bolu. Tuskbag memulai usahanya sejak tahun 2000 dan produknya telah dijual di beberapa kota di Sumatera Utara. Fajar Bakery mengalami kendala di bagian inovasi produk, teknologi dan

SDM. Di bagian inovasi produk yang masih kalah dibandingkan pesaingnya. Adapun di bagian teknologi kebanyakan mesin pengolahan masih tradisional yang menghambat proses produksi. Sedangkan di bagian SDM terdapat

kendala kurangnya jumlah tenaga kerja yang mumpuni dibidangnya sehingga produksi pun terkendala. Dalam hal ini Fajar bakery harus mengambil langkah - langkah untuk mengembangkan usahanya untuk menjadi lebih baik dengan cara melakukan analisis faktor eksternal dan internal untuk mendukung pengembangan usaha yang di hitung menggunakan analisis SWOT. Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif gejala bersifat holistik atau menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitian hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat (place), pelaku (actor), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergi.



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

D. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, And Threats)

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu bentuk analisis dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (strengths) dan kelemahan-kelemahan (weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (opportunities) serta ancaman-ancaman (threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi. Strengths (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. Weaknesses (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi Opportunities (peluang / kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. Threats (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang tidak baik untuk keberlangsungan usaha.

Metode analisis SWOT merupakan yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis adalah rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, dengan mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat. Berdasarkan uraian di atas, ada hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan analisis SWOT, yaitu :

- a. Analisis SWOT bisa sangat subjektif, oleh karena itu dua orang menganalisis sebuah perusahaan yang sama, tetapi menghasilkan SWOT yang berbeda.
- b. Pembuat analisis harus realistis dalam menjabarkan kekuatan dan kelemahan internal. Kelemahan yang disembunyikan atau kekuatan yang tidak terjabarkan akan membuat arahan strategi menjadi tidak bisa digunakan. Selanjutnya analisis harus didasarkan atas kondisi yang sedang terjadi, bukan

situasi yang seharusnya terjadi. (Istiqomah & Andriyanto, 2017).

2. Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-PeluangAncaman) merupakan alat yang penting untuk membantu mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (strengthsoportunities), WO (weakness-opportunities), ST (strengths-threats), dan WT (weaknesess-threats).

3. *Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)*

Kedua faktor analisis ini membantu pemilik ataupun manajer perusahaan untuk mengatur strategi apa yang akan ditetapkan dan dilaksanakan di dalam perusahaan.

Dengan cara mendaftarkan dan mengidentifikasi untuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kemudian memberikan bobot pada item yang telah didaftarkan mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai, 0,0 (tidak penting). Jumlah dari keseluruhan bobot harus mencapai nilai 1,0. Berikan rating atau peringkat kepada masing-masing item mulai 1 (sangat buruk) sampai 5 (sangat baik). Selanjutnya kalikan bobot dengan rating untuk menghasilkan skor. Kemudian jumlahkan keseluruhan bobot untuk mendapatkan skor terbobot dari pada perusahaan tersebut. Berikut dibawah ini adalah tabel dalam menganalisis dan menentukan suatu strategi dengan pendekatan matriks :

Tabel 2 Analisis Matriks SWOT

| IFAS EFAS | STRENGTHS (S) | WEAKNESSES (W) |
|----------------------|---|---|
| OPPORTUNITIES (O) | STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| THREATS (T) | STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Berdasarkan tabel diatas maka analisis matrik SWOT ini dapat menghasilkan empat alternatif strategis, seperti:

a. Strategi SO

Merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan landasan organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi WO

Merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi.

c. Strategi ST

Merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi.

d. Strategi WT

Merupakan strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman dari luar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif.. Jenis dari penelitian ini menggunakan cara wawancara, Responden diminta untuk menjawab pertanyaan umum, dan menentukan persepsi, pendapat tentang gagasan atau topik yang dibahas untuk menentukan arah penelitian. Kualitas hasil temuan dari penelitian kualitatif secara langsung tergantung pada kemampuan, pengalaman dan kesepakatan dari interview atau responden.

Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan bertujuan untuk melihat secara keseluruhan bagaimana strategi pengembangan yang diterapkan oleh pemilik usaha menengah Fajar Bakery kemudian pada analisis data menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini bertumpu pada data primer yaitu data yang diperoleh langsung melalui penelitian yang dalam hal ini didapatkan dari proses wawancara.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di usaha menengah Fajar Bakery Jl. Eka Warni I No. 37 LK. II Kec. Medan Johor Kel. Gedung Johor Kota Medan Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Bulan Januari 2021 sampai dengan selesai.

Tabel 3
Pelaksanaan Waktu Penelitian

| Proses Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|--|
| | Februari | | | | Maret | | | | April | | | | Juni | | | | Juli | | | | Agustus | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | |
| Pengajuan Judul | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Proposal | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bimbingan Proposal | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Seminar Proposal | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | |
| ACC | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Meja Hijau | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | |

C. Kehadiran Peneliti

Sesuai dengan pendekatan kualitatif, kehadiran peneliti merupakan salah satu alat utama. Oleh karena itu, peneliti di lapangan tentunya hadir atau terlibat langsung dalam melakukan penelitian. Dalam hal ini, peneliti dalam mengumpulkan data berusaha menjalin hubungan yang baik dengan sumber informasi yang menjadi sumber data, sehingga data yang diperoleh benar-benar valid.

D. Tahapan Penelitian

Peneliti melakukan 4 tahapan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Tahap Pra Lapangan Tahapan ini meliputi penyusunan desain penelitian, pengurusan izin penelitian, pemanfaatan informan.
2. Tahap Pekerjaan Lapangan
Tahap ini meliputi pemahaman tentang latar belakang penelitian dan persiapan diri, terjun ke lapangan dan berpartisipasi dalam pengumpulan data.
3. Tahap analisis data
Tahap ini meliputi analisis selama dan setelah pengumpulan data.
4. Tahapan penulisan hasil laporan penelitian

E. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini data yang digunakan ada dua macam, yaitu :

1. Data Premier

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, yakni usaha menengah Fajar Bakery. Data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada subjek penelitian, dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang sudah tersedia atau data yang didapatkan dari studi-studi sebelumnya., diperoleh dari suatu pustakaan yang melengkapi data-data penelitian seperti jurnal-jurnal yang menjadi referensi terhadap tema yang akan dibahas dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan Analisis SWOT, dan mengambil sumber referensi dari salah satu buku maupun jurnal yang berkaitan dengan analisis SWOT.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ada beberapa macam, yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan Teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif yang bermakna mengamati kejadian, gerak, atau proses. Pada penelitian, pengamatan dapat diartikan sebagai melihat situasi, objek atau perilaku manusia untuk mendapatkan informasi dari fenomena yang terjadi. (Ulfatin & Triwiyanto, 2021)

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana dua orang atau lebih bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga mendapatkan informasi secara langsung dan dapat dibangun makna pada suatu pokok bahasan tertentu

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui peristiwa masa lalu, suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan secara terpola/sistematis dalam melakukan pencarian, penelitian, pengumpulan, penyediaan dan pemakaian melalui media tertentu untuk mendapatkan informasi.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian

Analisa data mengacu kepada strategi penembangan usaha menengah Fajar Bakery. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).

H. Teknik Keabsahan Data

Untuk memperoleh data yang relevan, peneliti memeriksa keabsahan temuan penelitiannya dengan cara :

1. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan terhadap data yang terkumpul. Dengan memperpanjang pengamatan ini, peneliti melakukan pengecekan kembali setelah data yang diberikan selama ini pada data asli telah diperiksa kembali. Jika sumber atau sumber data lain tidak benar, peneliti melakukan pengamatan lebih lanjut sehingga diperoleh data yang luas dan mendalam, sehingga memberikan akurasi yang tepat.

2. Ketekunan Pengamatan

Dengan cara ini, ketepatan data dan urutan kejadian akan terekam dengan tepat dan sistematis. Meningkatkan ketekunan itu seperti mengecek soal atau makalah yang sudah dibuat, terlepas dari apakah ada yang salah. Dengan meningkatkan ketekunan, peneliti dapat memeriksa kembali apakah data yang ditemukan tidak benar. Demikian pula dengan meningkatkan ketekunan, peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati

3. Triangulasi

Menurut Sugiyono (2013) triangulasi merupakan teknik menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada. Teknik triangulasi digunakan sebagai pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi adalah metode atau sebuah cara yang dilakukan untuk menghilangkan keraguan tersebut, walaupun tidak sedikit yang masih belum mengetahui makna sesungguhnya dan apa tujuan dari triangulasi di dalam sebuah perisetan, disebabkan oleh kurangnya tentang pemahaman tersebut. Hakikat triangulasi merupakan sebuah pendekatan multi-metode yang dilakukan oleh

seorang periset pada saat periset tersebut mengumpulkan serta menganalisis data. Ide yang menjadi dasarnya yaitu fenomena yang akan dan telah diteliti dapat dimaknai dan dipahami dengan baik sehingga kemudian diperoleh sebuah kebenaran dengan tingkatan yang lebih tinggi jika dipandang melalui pendekatan dari berbagai sisi dan sudut pandang. (Alfansyur & Mariyani, 2020).

BAB IV

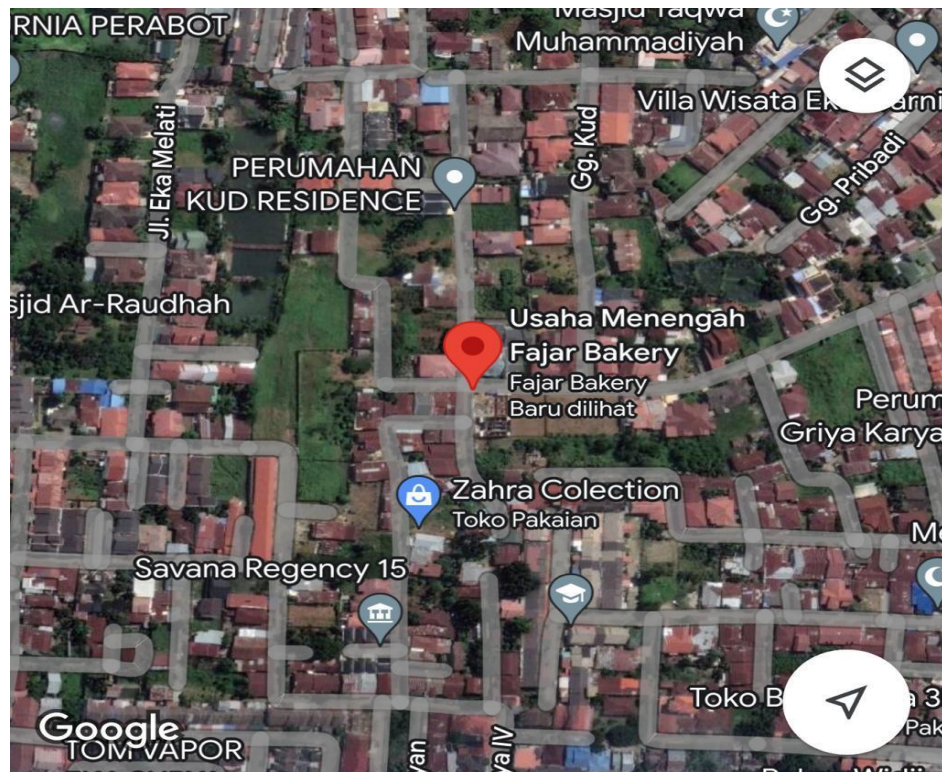
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

A. Profil Perusahaan

a. Deskripsi Lokasi Penelitian

Usaha menengah Fajar Bakery didirikan oleh Bapak Budi Yanto Marza pada tahun 2000 dengan menggunakan modal seadanya serta tanpa karyawan yang membantu produksi. Fajar Bakery bertempat di Jl. Eka Warni I No.37 Kec. Medan Johor Kel. Gedung Johor Medan Sumatera Utara 20144.

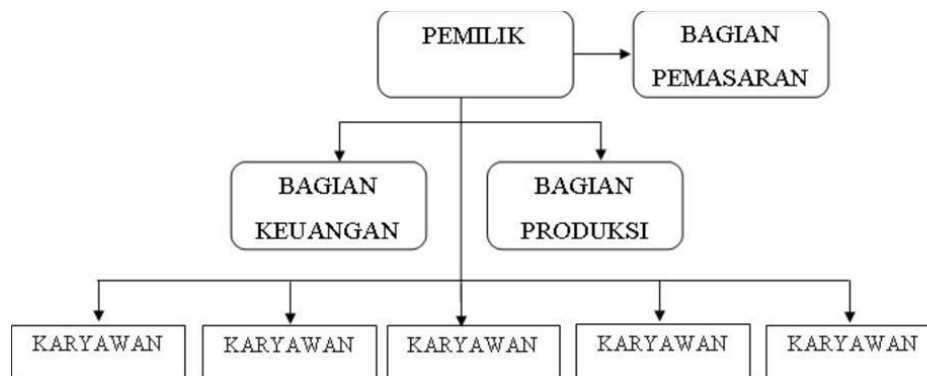


Gambar 3 Lokasi Penelitian

b. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam mengelola aktivitas produksi usaha Fajar Bakery, diperlukan suatu manajemen agar perusahaan dapat mencapai hasil yang diinginkan, dan dapat juga menciptakan hubungan kerja yang baik antara owner dan karyawan.

Pada dasarnya susunan organisasi UKM mempunyai banyak kesamaan yakni susunan yang ringkas. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi Fajar Bakery dapat dilihat dari gambar sebagai berikut:



Gambar 4 Struktur Perusahaan

Organisasi adalah suatu bentuk persekutuan dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dari uraian ini dapat dikatakan bahwa Fajar Bakery adalah suatu organisasi yang bergerak di bidang makanan berbentuk komersial atau mencari keuntungan. Struktur organisasi merupakan alat yang dapat membantu mengontrol segala kegiatan usaha

c. Tugas dan Tanggung Jawab

1) Pemilik

Pemilik Fajar Bakery adalah Bapak Budi Yanto yang bertugas sebagai pengelola utama dan bertanggung jawab terhadap pengambilan keputusan yang terkait dengan seluruh aktivitas perusahaan. Selain sebagai pengelola utama, Bapak Budi Yanto juga bertanggung jawab terhadap pemasaran produk Fajar Bakery sehingga hal-hal yang berkaitan dengan agen atau sales menjadi tanggung jawab pemilik. Keberhasilan Bapak Budi dalam mengembangkan Fajar Bakery juga tidak terlepas dari dukungan istrinya, yaitu Ibu Minarti. Dalam pengelolaan Fajar Bakery ini, Ibu Minarti bertugas sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap segala hal yang berkaitan dengan masalah keuangan, misalnya pembayaran upah

karyawan, pengadaan bahan baku, kasir, serta keluar masuk arus kas keuangan.

2) Bagian Keuangan

Bagian keuangan merupakan salah satu bagian yang terpenting pada suatu organisasi karna dapat berpengaruh pada keberlangsungan suatu usaha, pada Fajar Bakery bagian keuangan dipegang langsung oleh pemilik usaha Bapak Budi Yanto Marza.

3) Bagian produksi,

Pihak ini yang bertanggung jawab terhadap proses produksi roti adalah ibu Minarti. Dalam proses produksi ini, bagian ini bertanggung jawab untuk mengawasi aktivitas produksi mulai dari penggilingan, penimbangan, pengepresan, pencetakan, pemasakan melalui oven, dan pengemasan roti dengan menggunakan pembungkus plastik atau kardus untuk roti pesanan.

4) Karyawan

Pada Fajar Bakery hampir sebagian besar bertugas dalam proses produksi pembuatan roti, hal ini karena bidang produksi adalah bagian yang paling banyak membutuhkan tenaga kerja manusia, meskipun ada beberapa bagian pada bidang produksi yang telah menggunakan peralatan modern, yaitu proses penggilingan dan pencampuran adonan. Biasanya dalam menjalankan aktivitas perusahaan, hubungan antara pemilik Fajar Bakery dengan karyawannya lebih bersifat hubungan kekeluargaan sehingga hubungan yang terbentuk antara pemilik dan karyawan lebih cenderung ke arah hubungan yang informal.

5) Bagian Pemasaran

Untuk bagian ini Fajar Bakery tidak lagi memasarkan produk yang sudah berjalan akan tetapi sales langsung yang mengambil ke rumah produksi dengan cara memesan terlebih dahulu akan tetapi ada juga konsumen langsung yang datang ke rumah produksi dengan membeli jumlah yang sedikit.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Pengembangan Usaha

Dari hasil wawancara dan penelitian yang penulis lakukan dengan Bapak Budi Yanto Marza selaku pemilik dari usaha menengah Fajar Bakery, peneliti memaparkan bahwa strategi pengembangan usaha yang akan pada penelitian ini, adalah dengan menjual bolu dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan, menjaga kualitas dari produk, dimana banyak sekali jenis bolu dengan kemasan yang lebih modern yang langsung laris dan terkenal. Produk bolu ini seharusnya bisa berkembang dengan mengikuti perkembangan zaman dengan inovasi yang lebih modern.

Usaha menengah Fajar Bakery menerapkan beberapa strategi untuk memproduksi dan memasarkan produksi.

a. Strategi Produk

Setiap usaha yang berfokus pada bisnis termasuk usaha menengah Fajar Bakery dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Perlu melakukan beberapa upaya dan menyempurnakan serta perubahan produk yang lebih baik, sehingga menarik minat beli konsumen dengan daya tarik yang lebih. Konsumen menilai produk dari segi kepuasan baik dari rasa maupun kemasannya, maka dalam pemilihan strategi perlu ditentukan kelebihan atau penonjolan dari suatu produk yang sesuai dengan selera dan permintaan dari konsumen. Produk Fajar Bakery berbahan dasar tepung terigu yang seiring kenaikan BBM yang mempengaruhi harga bahan tersebut.

b. Strategi Harga

Harga yang terjangkau merupakan strategi yang diterapkan dalam pemasaran produk Fajar Bakery, dengan harga Rp. 5000.- konsumen telah dapat menikmati produk Fajar Bakery yang tersedia dalam 8 varian. Harga merupakan faktor kunci dari

produk ini yang target pasarnya konsumen menengah kebawah, dengan harga yang tinggi produk tersebut kurang dinikmati oleh konsumen sehingga mempengaruhi daya beli. Harga produk Fajar Bakery dapat mengukur kesanggupan konsumen untuk mendapatkan produknya, dalam menetapkan harga produknya tergantung pada persaingan dipasar.

Strategi lain yang digunakan Fajar Bakery yang berkaitan dengan harga adalah menjual dengan harga yang relative murah karena 85% pelanggannya merupakan sales yang menjual kembali produk tersebut. Bagi sales yang membeli produk dengan jumlah yang banyak dan telah lama berlangganan bisa mengambil terlebih dahulu dan membayar dipekan depan dengan jadal pengambilan berikutnya, akan tetapi barang yang tidak laku tidak bisa dikembalikan.

c. Strategi Promosi

Promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan dan menawarkan produk pada masyarakat bertujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Dalam mempromosikan produknya Fajar Bakery alternatif:

- 1) Pada awal produk baru diciptakan tim Fajar Bakery langsung memasarkan produknya sendiri tanpa ada bantuan dari sales, apabila produk tersebut kurang diminati dipasar tim tersebut akan menarik produk kembali dan apabila produknya diminati oleh konsumen seiring berjalan waktu para sales akan mencari langsung dimana tempat produksi produk tersebut.
- 2) Sistem mulut ke mulut yakni sistem promosi mengandalkan konsumen tetap yang memberitahukan kepada pelanggan baru tentang produk Fajar Bakery.

2. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Konsumen

Analisis SWOT adalah identifikasi analisis berbagai faktor untuk merumuskan atau menentukan strategi yang akan dilaksanakan perusahaan. Analisis ini memaksimalkan kekuatan (*Strenghehs*) dan peluang (*Opportunities*) serta meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini merupakan data primer berupa data berasal dari pengamatan serta wawancara. Untuk mengetahui pangsa pasar yang dihadapi dan mengenai bagaimana analisis terhadap strategi usaha Fajar Bakery dalam meningkatkan minat beli masyarakat. Maka penulis menyajikan data-data yang diperoleh dari internal organisasi maupun eksternal organisasi. Tujuan dari wawancara ialah untuk mendapatkan berbagai rincian mengenai faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan organisasi serta faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi organisasi hasil dari wawancara tersebut kemudian disusun dengan rincian sebagai berikut:

a. Rekapitulasi Faktor Internal

Berikut merupakan hasil rekapitulasi faktor internal usaha menengah Fajar Bakery terdiri dari kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*weakness*).

1). Kekuatan (*Strength*)

Tabel 4

Faktor Internal Kekuatan

| | |
|----|----------------------------------|
| S1 | Harga yang murah |
| S2 | Ukuran produk yang relatif besar |
| S3 | Sudah bertahan selama 22 tahun |

Kekuatan (*Strength*) adalah kondisi internal yang menjadi nilai lebih dari organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan yang dimiliki adalah:

- a) Harga yang murah merupakan kekuatan dan nilai lebih dari Fajar Bakery kebanyakan pelanggan merupakan sales yang akan menjual barang kembali ke grosir atau toko.
- b) Ukuran yang relatif besar merupakan alasan membeli produk Fajar bakery dari Sebagian konsumen menengah kebawah
- c) Tidak banyak UKM yang serupa dulunya pesaing dari Fajar Bakery yang akhirnya gulung tikar dikarenakan tidak mampu menghadapi kenaikan bahan baku, persaingan, serta rendahnya daya beli konsumen.

2) Kelemahan (*Weakness*)

Tabel 5

Faktor Internal Kelemahan

| | |
|----|--|
| W1 | Tidak menggunakan sistem manajemen yang baik |
| W2 | Kurangnya inovasi produk |
| W3 | Kurangnya teknologi mesin |

Kelemahan (*Weakness*) merupakan kelemahan strategi pengembangan yang dilakukan Fajar Bakery adapun kelemahannya antara lain:

- a) Tidak menggunakan sistem manajemen yang baik yang digunakan hanya mengandalkan sistem penulisan manual tanpa komputerisasi ataupun konsultan manajemen yang professional sehingga data penjualan tidak tersusun dengan rapi.
- b) kurangnya inovasi produk baik dari kemasan maupun isi menjadikan kekurangan dari Fajar Bakery. Tanpa adanya inovasi produk yang terbaru menjadikan kurangnya daya tarik dari konsumen serta menghambat pemasaran karena tidak dapat memasuki supermarket modern.

- c) Kurangnya teknologi mesin berkaitan dengan inovasi produk, tanpa adanya teknologi mesin yang moderen, kemasan maupun isi yang baik tidak dapat terciptakan .

b. Rekapitulasi Faktor Eksternal

Berikut ini merupakan rekapitulasi faktor eksternal pengembangan usaha Fajar Bakery meliputi peluang

1. (Opportunity) dan ancaman (Threats):

Tabel 6

Faktor Eksternal Peluang

| | |
|----|---|
| O1 | Meningkatkan penjualan dan laba dengan mengeluarkan jenis produk baru |
| O2 | Produk UMKM masih diminati oleh masyarakat |
| O3 | Meningkatnya jumlah sales |

Peluang (*Oppurtunities*) merupakan faktor eksternal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektifnya terdiri atas:

- a) Meningkatkan penjualan dan laba dengan mengeluarkan jenis produk baru, merupakan peluang besar karena pesaing menggunakan strategi tersebut dan hasilnya sangat baik terhadap perkembangan perusahaan.
- b) Produk UMKM masih diminati oleh masyarakat, bersarkan penelitian yang penulis lakukan secara data diindonesia setiap tahun UMKM terus meningkat dan penelitian secara observasi masyarakat sangat meminati produk dari UMKM.
- c) Meningkatkanya jumlah sales dapat menjadi peluang untuk mengembangkan dari produk Fajar Bakery.

2. Ancaman (*Threats*)**Tabel 7****Faktor Eksternal Ancaman**

| | |
|----|--------------------------------------|
| T1 | Menurunnya daya beli masyarakat |
| T2 | Pesaing yang meluncurkan produk baru |
| T3 | Naiknya harga bahan baku |

Ancaman (*Threats*) merupakan kondisi eksternal yang menghambat perkembangan jalannya suatu usaha untuk mencapai objektifnya yang dihadapi antara lain:

- a) Menurunnya daya beli masyarakat disebabkan banyak faktor antara lain naiknya bahan pokok seperti BBM dan lain-lain sehingga mengakibatkan ekonomi masyarakat menjadi lemah kemudian kurangnya minat konsumen terhadap makanan dengan kemasan tradisional.
- b) Pesaing yang meluncurkan produk baru dapat menghambat penjualan produk Fajar Bakery di pasar.
- c) Naiknya harga bahan baku berpengaruh terhadap laba penjualan dan produk rumahan Fajar Bakery sangat sulit dinaikkan karena mengingat target pasar produk ini adalah konsumen menengah kebawah.

Tabel 8**IFAS (*Internal Factors Analisis Summary*) usaha menengah Fajar Bakery**

| Faktor Strategis | Bobot | Peringkat | Skor | Keterangan |
|------------------|-------|-----------|------|------------|
| Internal | | | | |

| | | | | |
|--|------|---|------|--|
| Kekuatan 1. Harga yang relatif murah | 0,20 | 3 | 0,6 | Harga yang murah menjadi nilai lebih dari suatu usaha dan merupakan strategi yang penting yang dilakukan dari setiap usaha |
| 2. Ukuran produk yang relatif besar | 0,15 | 2 | 0,45 | Ukuran produk yang besar menjadi primadona bagi Sebagian konsumen |
| 3. Sudah bertahan selama 22 tahun | 0,10 | 2 | 0,2 | Tidak banyak dari UMKM yang dapat bertahan di sebabkan siklus ekonomi di Indonesia yang naik turun. |
| Kelemahan 1. Tidak menggunakan sistem manajemen yang baik | 0,15 | 2 | 0,3 | Manajmen yang digunakan menggunakan cara yang lama dan sederhana |
| 2. Kurangnya inovasi produk | 0,20 | 3 | 0,6 | Inovasi produk merupakan salah satu kunci yang dapat menunjang pengembangan usaha |

| | | | | |
|------------------------------|-------------|---|-------------|--|
| 3. Kurangnya teknologi mesin | 0,20 | 2 | 0,4 | Tanpa adanya teknologi mesin modern produk yang baik dan terbaru tidak akan dapat diciptakan |
| Total | 1,00 | | 2,55 | |

Dari analisis tabel 4.5 di atas tentang IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki skor 2,55 yang menunjukkan bahwa posisi internal Fajar Bakery termasuk lemah.

Tabel 9

EFAS (*Eksternal Faktor Analisis Summary*) usaha menengah Fajar Bakery

| Faktor Strategis Eksternal | Bobot | Peringkat | Skor | Keterangan |
|--|-------|-----------|------|---|
| Peluang 1. Meningkatkan penjualan dan laba dengan mengeluarkan jenis produk baru. | 0,30 | 4 | 1,2 | Merupakan peluang besar karena pesaing menggunakan strategi tersebut dan hasilnya sangat baik terhadap perkembangan perusahaan. |
| 2. Produk UMKM masih diminati oleh masyarakat | 0,20 | 3 | 0,6 | Minat masyarakat yang kuat terhadap UMKM merupakan peluang besar untuk berkembangnya suatu usaha. |

| | | | | |
|---|-------------|---|------------|---|
| 3. Meningkatnya jumlah sales | 0,20 | 4 | 0,8 | Meningkatnya jumlah sales merupakan salah satu sebab bertambahnya orderan |
| Ancaman 1. Menurunnya daya beli masyarakat | 0,10 | 2 | 0,2 | Menurunnya daya beli masyarakat diakibatkan lemahnya ekonomi dapat menghambat perkembangan usaha, bahkan bisa membuat usaha gulung tikar. |
| 2. Pesaing yang meluncurkan produk baru | 0,10 | 1 | 0,1 | Pesaing yang meluncurkan produk baru juga berpengaruh terhadap produk yang telah lama beredar. |
| 3. Naiknya harga bahan baku | 0,10 | 2 | 0,2 | Tidak mudah untuk UMKM menaikkan harga jual produknya, dengan naiknya harga bahan baku dapat memperkecil laba. |
| Total | 1,00 | | 3,1 | |

Dari analisis tabel 4.6 tentang EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki skor total 3,1 dari skor tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada serta berusaha menghindari ancaman yang ada.

Berdasarkan dari tabel 4.5 dan tabel 4.6 tentang IFAS dan EFAS lebih besar skor EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*) yaitu sebesar 3,1 daripada skor IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) yaitu 2,55. Dapat diambil kesimpulan bahwa Fajar Bakery lebih dominan pada faktor eksternal daripada faktor internal.

Tahap Perhitungan Analisis SWOT Usaha Menengah Fajar Bakery

Tabel 10

Analisis SWOT Usaha Menengah Fajar Bakery

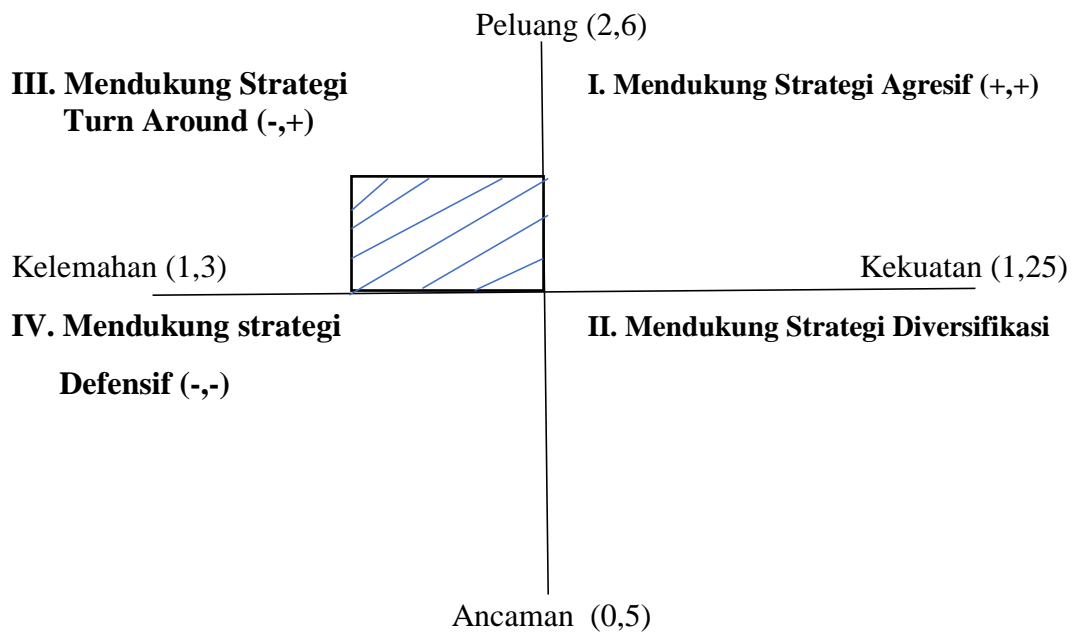
| IFAS | 2,55 | EFAS | 3,1 |
|-----------------------------|-------------|------------------------|------------|
| Total Skor Kekuatan (S) | 1,25 | Total Skor Peluang (O) | 2,6 |
| Total Skor Kelemahan (W) | 1,3 | Total Skor Ancaman (T) | 0,5 |
| X=S-W | -0,05 | Y=O-T | 2,1 |

Dari perhitungan dan pemaparan di tabel 4.7 disimpulkan bahwa Fajar Bakery memiliki kekuatan yang baik dengan skor 1,25.

Kelemahan Fajar Bakery memiliki skor 1,3, angka ini cukup besar untuk kategori kelemahan. Selisih faktor kekuatan dan kelemahan cukup tipis yaitu -0,05 Fajar Bakery dinilai lebih banyak memiliki kelemahan hal ini dapat menjadi pedoman untuk Fajar Bakery untuk membuat kebijakan baru sehingga kelemahan tersebut dapat diminimalisir serta memperbaiki kekuatan.

Pada peluang Fajar Bakery memiliki skor 2,6, angka ini cukup besar hal ini dapat dijadikan pelajaran bagi pemilik usaha menengah Fajar Bakery untuk memanfaatkan peluang dengan sebaik mungkin untuk mengembangkan usahanya.

Gambar 5 Kuadran Strategi SWOT Fajar Bakery



Keterangan:

Kuadran I :

Pada kuadran I ini merupakan posisi atau situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan atau organisasi, dengan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus digunakan pada posisi ini adalah melakukan pertumbuhan yang agresif

Kuadran II :

Walaupun berhadapan dengan beberapa ancaman, akan tetapi dari segi internal perusahaan masih memiliki kekuatan. Strategi yang harus dilakukan pada posisi ini adalah menggunakan kekuatan dengan cara strategi diversifikasi (pasar/produk).

Kuadran III :

Pada posisi ini peluang pasar sangat besar, tetapi di sisi lain perusahaan menghadapi kendala internal yang perlu di waspadai oleh pemilik usaha. Strategi yang harus di terapkan perusahaan adalah *Turn Around*, dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dengan cara mengatasi masalah internal agar

dapat merebut peluang pasar yang lebih dimasa yang akan datang. Contohnya dapat diambil dari perusahaan Apple yang meninjau kembali teknologi yang dipakai serta memasarkan produk-produk baru yang menarik minat konsumen dengan kualitas tinggi walaupun dengan harga diatas dari para pesaingnya.

Kuadran IV :

Pada situasi ini perusahaan sangat berbahaya bagi keberlangsungan perusahaan karena perusahaan tersebut memiliki kelemahan internal dan menghadapi berbagai ancaman.

Dari pemaparan hasil penilaian SWOT strategi pengembangan usaha menengah Fajar Bakery didapati bahwa faktor eksternal lebih besar dibandingkan faktor internal. Disimpulkan bahwa, pemilik Fajar Bakery harus mengadapi permasalahan dari lemahnya faktor internal dengan memanfaatkan peluang dari faktor eksternal. Dari hasil diatas bahwasanya X bernilai rendah yaitu 0,05 sedangkan nilai Y menunjukkan hasil yang baik yaitu 2,1. Dari hasil perhitungan SWOT menunjukkan kepada posisi kuadran III menunjukkan perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar akan tetapi di sisi lain perusahaan memiliki kelemahan yang perlu dibenahi strategi yang perlu dilaksanakan adalah mendukung strategi *Turn Arround*.

Tabel 11 Analisis Matriks SWOT

| | | | |
|-------------|--|--|---|
| EFAS | IFAS | STRENGHT (S) 1. Harga yang relatif murah 2. Ukuran produk yang relatif besar 3. Sudah bertahan selama 22 tahun | WEAKNESS (W) 1. Tidak menggunakan sistem manajemen yang baik 2. Kurangnya inovasi produk 3. Kurangnya teknologi mesin |
| | OPPORTUNITY (O) 1. Meningkatkan penjualan dan laba | STRATEGI SO 1. Memasarkan produk dengan harga yang | STRATEGI WO 1. Meningkatkan kualitas manajemen |

| | | |
|--|---|--|
| <p>dengan mengeluarkan jenis produk baru</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Produk UMKM masih diminati oleh masyarakat 3. Meningkatnya jumlah sales | <p>terjangkau namun dengan jenis atau varian terbaru yang lebih mengikuti perkembangan zaman agar menarik minat beli konsumen</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Tetap memasarkan produk yang memiliki ukuran relatif besar karna itu sebab menarik minat Sebagian konsumen 3. Dengan usaha yang telah bertahan selama 22 tahun dan meningkatnya jumlah sales dapat menjadi peluang berkembangnya usaha di masa yang akan datang | <p>sehingga dapat beriringan dengan meluncurkan jenis produk baru</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Membuat inovasi baru yang menarik minat beli masyarakat, karena produk UMKM lain sangat diminati oleh masyarakat 3. Menggunakan mesin modern agar dapat menunjang produksi produk baru serta lebih cepat agar dapat mengimbangi dengan meningkatnya jumlah sales |
| <p><i>THREAT (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menurunnya daya beli masyarakat 2. Pesaing yang meluncurkan produk baru 3. Naiknya harga bahan baku | <p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang relatif murah namun daya beli masyarakat masih rendah merupakan indikator dari produk yang baru harus dihadirkan agar bisa diterima oleh | <p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan manajemen yang baik dapat membantu memecahkan masalah penurunan daya beli masyarakat 2. Berinovasi untuk |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>konsumen</p> <p>2. Pesaing tidak fokus terhadap ukuran produk yang relatif besar namun lebih kepada inovasi, cita rasa dan kemasan yang moderen jadi Fajar Bakery harus memerhatikan aspek tersebut</p> <p>3. Bertahannya perusahaan selama puluhan tahun tidak menjamin dapat menanggulangi naiknya harga bahan baku apabila harga produk tidak dinaikkan juga.</p> | <p>membuat produk baru yang lebih moderen agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk baru</p> <p>3. Dengan tekonologi mesin yang canggih dapat mengurangi tenaga SDM sehingga mampu menanggulangi naiknya harga bahan baku</p> |
|--|---|---|

Analisis diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan bisa ditentukan melalui kombinasi faktor internal dan eksternal. Dari kombinasi kedua faktor tersebut dipaparkan pada tabel matriks SWOT dan dapat menjadi strategi pengembangan usaha menengah Fajar Bakery sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Stregth - Opportunity*)

Strategi SO ini gabungan faktor internal Kekutan (*Strenght*) dan faktor eksternal Peluang (*Opportunity*), strategi ini menggunakan seluruh kekuatan perusahaan serta memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO yang digunakan oleh usaha menengah Fajar Bakery adalah:

- 1) Memasarkan produk dengan harga yang terjangkau namun dengan jenis atau varian terbaru yang lebih mengikuti perkembangan zaman agar menarik minat beli konsumen.
- 2) Tetap memasarkan produk yang memiliki ukuran relatif besar karna itu sebab menarik minat Sebagian konsumen.
- 3) Dengan usaha yang telah bertahan selama 22 tahun dan meningkatnya jumlah sales dapat menjadi peluang berkembangnya usaha di masa yang akan datang.

b. Strategi ST (*Strength - Threat*)

Strategi ST ini gabungan dari gabungan faktor internal Kekuatan (*Strenght*) dan faktor eksternal Ancaman (*Threat*), strategi ini memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengatasi seluruh ancaman. Strategi ST yang digunakan oleh usaha menengah Fajar Bakery adalah:

- 1) Harga yang relatif murah namun daya beli masyarakat masih rendah merupakan indikator dari produk yang baru harus dihadirkan agar bisa diterima oleh konsumen.
- 2) Pesaing tidak fokus terhadap ukuran produk yang relatif besar namun lebih kepada inovasi, cita rasa dan kemasan yang moderen jadi Fajar Bakery harus memerhatikan aspek tersebut.
- 3) Bertahannya perusahaan selama puluhan tahun tidak menjamin dapat menanggulangi naiknya harga bahan baku apabila harga
- 4) produk tidak dinaikkan juga.

3) Strategi WO (*Weakness – Opporturnity*)

Strategi WO ini gabungan dari faktor internal Kelemahan (*Weakness*) dan faktor eksternal Peluang (*Opportunity*). Strategi ini dengan memanfaatkan segala peluang serta mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WO yang digunakan oleh usaha menengah Fajar Bakery adalah:

- 1) Meningkatkan kualitas manajemen sehingga dapat beriringan dengan meluncurkan jenis produk baru.
- 2) Menciptakan inovasi produk baru yang menarik minat beli masyarakat, karena produk UMKM lain sangat diminati oleh masyarakat.

- 3) Menggunakan mesin modern agar dapat menunjang produksi produk baru serta lebih cepat agar dapat mengimbangi dengan meningkatnya jumlah sales.

4) Strategi WT (*Weakness- Threat*)

Strategi WT ini gabungan dari faktor internal Kelemahan (*Weakness*) dan faktor eksternal Ancaman (*Threat*). Strategi ini bersifat pertahanan atau defensive dengan mengurangi segala kelemahan serta menghindari segala ancaman. Strategi WT yang digunakan usaha menengah Fajar Bakery adalah:

- 1) Menggunakan manajemen yang baik dapat membantu memecahkan masalah penurunan daya beli masyarakat.
- 2) Berinovasi untuk membuat produk baru yang lebih moderen agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk baru.
- 3) Dengan tekonologi mesin yang canggih dapat mengurangi tenaga SDM sehingga mampu menanggulagi naiknya harga bahan baku.

Dari beberapa strategi diatas yang menjadi masukan untuk pemilik usaha menengah Fajar Bakery untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik, penulis akan menambahkan beberapa unsur-unsur penting untuk menunjang pengembangan usaha. Adapun unsur-unsur penting dalam pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

a. Unsur internal

- 1) Pemilik harus lebih giat dalam mempelajari hal baru yang dapat berpengaruh terhadap perkembangan usahanya.
- 2) Membuat sistem manajemen yang baik agar lebih mudah untuk mencapai tujuan yang ditentukan contohnya manajemen keuangan yang bertujuan mengetahui pemasukan dan pengeluaran serta membuat anggaran.
- 3) Niat dan tekad yang besar untuk mengembangkan usaha agar lebih maju, karena tanpa adanya niat strategi diatas tidak akan berguna untuk perusahaan

b. Unsur eksternal

- 1) Mengikuti seminar, pelatihan atau meminta bantuan dari konsultan dan para ahli agar menjadi masukan untuk penetapan strategi apa yang harus dilakukan.
- 2) Mencari informasi bagaimana kondisi tempat pemasaran produk apakah baik atau tidak untuk menjalankan usaha.
- 3) Harga yang murah tidak menjamin produk tersebut laku di pasar tanpa adanya kualitas dan citarasa yang baik.

Adapun hal lain yang tidak kalah penting dalam pengembangan usaha adalah inovasi dan kreatifitas dalam segala aspek mulai dari ide, produksi, hingga tahap pemasaran. Inovasi dan kreatifitas akan sangat berkontribusi bagi pengembangan usaha. Diantara hasil temuan yang peneliti dapati ialah usaha menengah Fajar Bakery sudah berjalan selama 22 tahun dalam pembuatan bolu yang berbahan dasar tepung terigu tidak mudah bagi pelaku usaha dapat menjalankan usaha selama puluhan tahun karena banyaknya tantangan yang dihadapi, kemudian Fajar Bakery memasarkan produk dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan serta ukuran produknya relatif besar karena target pasar yang dituju pemilik adalah kalangan menengah kebawah.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan saran strategi yang dilakukan oleh usaha menengah Fajar bakery yang beralamat di Jl. Eka Warni I No.37 Kec. Medan Johor Kel. Gedung Johor dengan menggunakan strategi yang harus di terapkan perusahaan adalah *Turn Around*, dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dengan cara mengatasi masalah internal agar dapat merebut peluang pasar yang lebih dimasa yang akan datang. Meningkatkan kualitas manajemen sehingga dapat beriringan dengan meluncurkan jenis produk baru, kemudian menciptakan inovasi produk baru yang menarik minat beli masyarakat karena produk UMKM masih diminati oleh masyarakat, serta menggunakan mesin modern agar dapat menunjang produksi produk baru serta lebih cepat agar dapat mengimbangi dengan meningkatnya jumlah sales.

Adapun analisis SWOT berdasarkan dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi strategi bisnis usaha menengah Fajar Bakery adalah kekuatan dan kelemahan. Kekuatan (harga yang murah, ukuran produk yang relatif besar, dan sudah bertahan selama 22 tahun) dan kelemahan (tidak menggunakan sistem manajemen yang baik, kurangnya inovasi produk, dan kurangnya teknologi mesin). Faktor eksternal yang mempengaruhi strategi bisnis usaha menengah Fajar Bakery adalah peluang dan ancaman. Peluang (Meningkatkan penjualan dan laba dengan mengeluarkan jenis produk baru, produk UMKM masih diminati oleh masyarakat, dan meningkatnya jumlah sales) dan ancaman (menurunnya daya beli masyarakat, pesaing yang meluncurkan produk baru, dan naiknya harga bahan baku).

B. Saran

1. Bagi usaha menengah Fajar Bakery harus berupaya meningkatkan strategi baik dari segi internal yaitu meningkatkan kualitas manajemen sehingga dapat beriringan dengan meluncurkan jenis produk baru dan eksternal yaitu menciptakan inovasi produk baru yang menarik minat beli masyarakat, karena produk UMKM lain sangat diminati oleh masyarakat serta menggunakan mesin modern agar dapat menunjang produksi produk baru serta lebih cepat agar dapat mengimbangi dengan meningkatnya jumlah sales. Disisi lain persaingan usaha sangat ketat apabila tidak mampu dalam bersaing maka ditakutkan perusahaan semakin lemah.
2. Usaha menengah Fajar Bakery sebaiknya mengikuti pelatihan pengembangan usaha baik dengan para ahli, seminar ataupun yang semisalnya, serta bergabung kedalam komunitas usaha sejenis agar dapat melihat peluang pasar dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI TANJONG DI. *Jurnal S Pertanian*, 223-233.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK, SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 146-150.
- Alyas, & Rakib, M. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN. *SOSIOHUMANIORA*, 114-120.
- Anoraga, P. (2011). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*. Jakarta: Rikena Cipta.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital Dimasa Pandemi Covid-19. *ATRBIS: JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 233-247.
- Hafdudin, D., & Tanjung, H. (2012). *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat . *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 73-85.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bi. *Analisis SWOT dalam Pengembangan BISNIS*, 363-382.
- Jayani, D. H. (2021, 8 12). *UMKM Indonesia Bertambah 1,98% pada 2019*. (D. J. Bayu, Editor) Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/umkm-indonesia-bertambah-198-pada-2019>
- Julita,SE,M.Si. (2015). Pengaruh Motivasi, Knowledge Of Entrepreneurship Dan. *Manajemen dan Bisnis*, 1, 1-10.
- Leiwakabessy, P., & Lahallo, F. F. (2018). PEMBIAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SEBAGAI SOLUSI DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS USAHA PADA UMKM

- KABUPATEN SORONG. *J-DEPACE (JOURNAL OF DEDICATION TO PAPUA COMUNITY)*, 11-21.
- Mutia Arda SE, M. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1-8.
- PerekonomianRI. (2021, May 05). *UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia*. Retrieved maret 18, 2022, from KEMENTERIAN KOORDINATOR DISANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/%20umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen, Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategi*. Jakarta: : PT. Gelora Aksara Pratama.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Kepada Loyalitas Konsumen. *JPEB*, 10-21.
- Sinambela, E., Sanjaya, S., & Irsan, M. (2021). Sosialisasi Perpajakan UMKM dan Pelatihan Pembukuan Usaha Pada. *Manajemen Pajak Ekonomi dan Bisnis*, 1096-1103.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Suyono, A., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli*. Jakarta: Intidayu Press.
- Syahrizal, A. (2018). ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Aktualita*, 9, 101-116.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ulfatin, N., & Triwiyanto, T. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif untuk keguruan & pendidikan*. Malang: Penerbit Erlangga.
- Yuliani, A., & Susanto, E. H. (2019). Pentingnya Strategi Bisnis Yang Tepat Dalam Mempertahankan Eksistensi Suatu Usaha (Studi Kasus: Penutupan Selevel). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirahusahaan*, 03, 15-22.

LAMPIRAN



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN EDUCATIONAL LEADERSHIP
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 299/SK/BAN-PT/Akreditasi/PP/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20138 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631063
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.youtube.com/channel/UC...) [umsuamedan](https://www.tiktok.com/@umsuamedan)

Wala' allahu bihi wa biwālidayhi
 Wa'ala' haidirumma'rabun

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada Yth : Dekan FAI UMSU

06 Rajab 1443 H
 08 Februari 2022 M

Di -
 Tempat



Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fajar Maulana
 Npm : 1801280008
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumulatif : 3,66

Mengajukan Judul sebagai berikut :

| No | Pilihan Judul | Persetujuan Ka. Prodi | Usulan Pembimbing & Pembahas | Persetujuan Dekan |
|----|--|--------------------------|--|----------------------|
| 1 | Strategi Bisnis UMKM Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery) | | <i>[Signature]</i> Khairunnisa, MM 8-2-2022 | |
| 2 | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah. | | | |
| 3 | Pengaruh CR, DER, ROA Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan BEI Tahun 2018-2022. | | | |

NB: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan menatahi buku panduan skripsi FAI UMSU
 Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat saya
[Signature]
 Fajar Maulana

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> [M fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [f umsumedan](https://www.facebook.com/umsu) [i umsumedan](https://www.instagram.com/umsu) [t umsumedan](https://www.twitter.com/umsu) [y umsumedan](https://www.youtube.com/umsu)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi :
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
Dosen Pembimbing : Khairunnisa, S.E.I., M.M

Nama Mahasiswa : Fajar Maulana
Npm : 1801280008
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Jual Beli Konsumen

| Tanggal | Materi Bimbingan | Paraf | Keterangan |
|-----------------|--|-------|------------|
| 18 Maret 2022 | Memperbaiki kutipan, Perbaiki Sejarah Penelitian bakery. | ★ | |
| 8 April 2022 | Menambah kutipan & referensi. | ★ | |
| 19 Mei 2022 | Menambah kutipan & referensi. | ★ | |
| 20-22 Juni 2022 | Menambah kajian Penelitian terdahulu. | ★ | |
| 18 Juli 2022 | Memperbaiki Para frase kajian terdahulu | ★ | |
| 20 Juli 2022 | Perbaiki format proposal. | ★ | |

Medan, 21 Juli 2022

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Proposal

Khairunnisa, S.E.I., M.M



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre-PT/11/2019

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax (061) 6623474, 6631003

http://fai.umsu.ac.id | email: fai@umsu.ac.id | Facebook: umsumedan | Instagram: umsumedan | YouTube: umsumedan

**BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
BISNIS MANAJEMEN SYARIAH**

Pada hari Rabu, 03 Agustus 2022 telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fajar Maulana
Npm : 1801280008
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.

Disetujui ~~Tidak~~ disetujui

| Item | Komentar |
|------------|--|
| Judul | ✓ |
| Bab I | 1. Identifikasi di bagian belakang 2. Pusan mobil! |
| Bab II | 1. Kerangka Konsep di bagian belakang 2. Kajian Teori di bagian belakang agar judul dan Rumus masalah |
| Bab III | |
| Lainnya | 4. penulisan Daftar pustaka gunakan Mardiyah ✓ |
| Kesimpulan | Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/> |

Medan, 03 Agustus 2022

Tim Seminar

Ketua

(Isra Hayati, M.Si)

Sekretaris

(Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si)

Pembimbing

(Khairunnisa, S.E.I., MM)

Pembahas

(Selamat Pohan, MA)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [f](#) umsumedan [ig](#) umsumedan [t](#) umsumedan [y](#) umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** yang diselenggarakan pada Hari Rabu, 03 Agustus 2022 dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fajar Maulana
Npm : 1801280008
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 03 Agustus 2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si)

Pembimbing

(Khaerunnisa, S.E.I., MM)

Pembahas

(Selamat Pohan, MA)

Diketahui/ Disetujui

A.n/ Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Zailani, MA



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
UMSU adalah universitas yang berkeadilan
dan berkeadilan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 909/H.3/UMSU-01/F/2022
Lamp : -
Hal : Izin Riset

18 Muharram 1444 H
16 Agustus 2022 M

Kepada Yth :
Pimpinan Fajar Bakery
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Fajar Maulana
NPM : 1801280008
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakery Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh



A.n Dekan,
Wakil Dekan III

Dr. Munawir Pasaribu, MA
#NIDN : 0116078305

CC. File





Jl. Eka warni 1 No 37
Medan Johor

061-7851439
081263717250

Fajarbakery@gmail.com

Kepada Yth

Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
(UMSU)Jalan Kapten Muchtar Basir No. 3
Medan 20238

Dengan Hormat,

Hal : Riset Mahasiswa

Sehubungan dengan Surat No. 909//II.3/UMSU-01/F/2022 mengenai izin Penelitian Pendahuluan Mahasiswa, dapat kami setujui dilaksanakan di UKM Fajar Bakery Jl. Eka Warni 1 No. 37 Medan Johor mulai tanggal 16 Agustus s/d 30 September 2022 a/n :

Nama : Fajar Maulana
NIM :1801280008
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Kegiatan penelitian dilaksanakan dalam rangka guna melengkapi data pada penyusunan Skripsi yang berjudul "**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENENGAH FAJAR BAKERY DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**"

Demikianlah surat ini kami sampaikan. Atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

UKM Fajar Bakery



Budi Yanto Marza
Owner

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Fajar Maulana
NPM : 1801280008
Tempat, Tanggal Lahir : Medan 24 Februari 1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Eka Warni I No. 37 LK.II Medan
Nama OrangTua
a. Ayah : Budi Yanto Marza
b. Ibu : Minarti

B. Jenjang Pendidikan

SDN 067690 : Tamat Tahun 2010
SMPN 2 Medan : Tamat Tahun 2013
MA Sabilul Mukminin : Tamat Tahun 2016
S1 UMSU : Tamat Tahun 2022

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat yang sebenar-benarnya dan rasa tanggungjawab

Medan, 29 September 2022

Penulis



Fajar Maulana