

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KAIN PADA
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI
KOTA BINANGA (STUDI KASUS TOKO KAIN
A.A MAHMUD)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syari'ah*

Oleh :

ROPITA INDAH SIREGAR

NPM : 1801280028



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2022

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KAIN
PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DIKOTA BINANGA
(STUDI KASUS TOKO KAIN A.A MAHMUD)**

SKRIPSI


*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syari'ah*

Oleh :

ROPITA INDAH SIREGAR
NPM : 1801280028

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Dr. Hj, Dahrani, SE., M.Si

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ropita Indah Siregar
NPM : 1801280028
Jenjang Pendidikan : S1 (Starata Satu)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud).**” merupakan karya asli saya. jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan 28/09 2022



Ropita Indah Siregar
NPM:1801280092

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KAIN
PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DIKOTA BINANGA
(STUDI KASUS TOKO KAIN A.A MAHMUD)**

Oleh :

**ROPITA INDAH SIREGAR
NPM : 1801280028**

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

Medan, 28/09/2022

Pembimbing


Dr. Hj, Dahrani SE., M.Si

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

Medan, 29 September 2022

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Ropita Indah Siregar

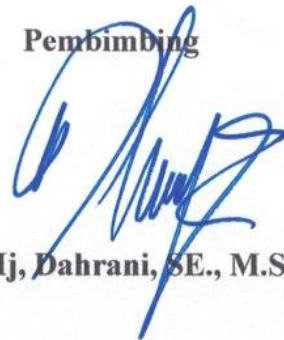
**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Ropita Indah Siregar** yang berjudul "**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)**". 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



Dr. Hj, Dahrani, SE., M.Si

ERSITAS MUH



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 [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.twitter.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

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 : Dr. Hj. Dahrani,SE.,M.Si

Nama Mahasiswa : Ropita Indah Siregar
Npm : 1801280028
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
13 September 2022	<ul style="list-style-type: none"> • Disesuaikan dengan UU dan peraturan tentang UMKM • Disesuaikan dengan rumusan masalah 		
15 September 2022	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat Berapa modal awal usahanya dan mengkategorikannya • Bagaimana Perputaran modal usahanya dalam satu tahun 		
27 Sept 29 Sep.	<ul style="list-style-type: none"> - Pembacaan Bab 10 Perencanaan - Pembacaan Bab 11 Analisis 		

Medan, 28 / 09 / 2022



Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati S,Pd.,M.Si

Pembimbing Skripsi

Dr. Hj. Dahrani, SE., M.Si

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 : **Ropita Indah Siregar**
NPM : **1801280028**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud).**

Medan 28/09 2022

Pembimbing


Dr. Hj, Dahrani, SE., M.Si

**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 : ROPITA INDAH SIREGAR
NPM : 1801280028
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud).

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan 28 / 09 2022

Pembimbing



Dr. Hj. Dahranj SE., M.Si

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan,



Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

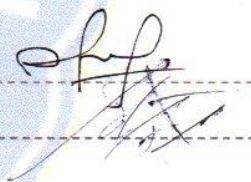
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Mahasiswa : Ropita Indah Siregar
NPM : 1801280028
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : IX
Tanggal Sidang : 07/10/2022
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Isra Hayati,S.Pd,M.Si
PENGUJI II : Drs.Sarwo Edi,MA



PENITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987
Nomor : 0453bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Waw	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ی	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
’	Fathah	A	a
	Kasrah	I	i
و	Dammah	U	u

b. Huruf Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـِـئ	Fathah	Ai	a dan i
ـِـو	Fathah	Au	a dan u

Contoh :

- kataba : كَتَبَ
- fa‘ala : فَعَمَ
- kaifa : كَيْفَ

c. Madadah

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

Huruf dan Tanda	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا-	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و	Dammah dan waw	ū	u dan garis di atas

Contoh :

- قَم : qāla
- زَو : ramā
- قَم : qīla

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua :

1) Ta marbūtah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dammah transliterasinya (t).

2) Ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h)

Contoh :

- رَوَضَاتُ الْاِفْالِ : رَوَضَاتُ الْاِفْالِ
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ
- طَهَاتُ : طَهَاتُ

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid transliterasinya ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- Rabbanā : رَبُّنَا
- nazzala : نَزَّلَ
- al-birr : الْبِرِّ
- al-hajj : الْحَجِّ
- nu"ima : نُومِي

d. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ٱ namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- ar-rajulu : الرَّجُلِ
- as-sayyidatu : السَّيِّدَةِ
- asy-syamsu : الشَّمْسِ
- al-qalamu : الْقَلَمِ

e. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- ta"khuzūna : تبحرؤ
- an-nau" : انئء
- syai"un : شئء
- inna : ئن
- umirtu : ائبئ
- akala : اكم

f. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

g. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD. diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul

- Inna
awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamu
barakan
- Syahru Ramadan al-lazunzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh :

- Narummunallahiwafathunqarib
- Lillahi al-amrujami"an
- Lillahi-amrujami"an
- Wallahubikullisyai"in „alim

h. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan. pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid* Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.



Abstrak

Ropita Indah Siregar, 1801280028, ‘Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)’,

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha kain pada usaha mikro, kecil dan menengah. Pengembangan UMKM diharapkan dapat berfungsi sebagai akar topang dalam pembangunan ekonomi, sehingga diperlukan usaha-usaha yang ditujukan untuk pengembangan UMKM. Adapun tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud) dan mengetahui faktor apa saja yang mendukung dan menghambat dalam pengembangan sektor UMKM. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data tersebut diperoleh dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya data tersebut dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Binanga pada usaha Toko Kain A.A Mahmud sudah berjalan dengan sangat cukup baik. Hal tersebut diketahui dengan melakukan pengembangan pada indikator perencanaan, pengelolaan usaha, pertumbuhan usaha dan juga pendorong usaha. Dalam menentukan perencanaan yang baik dan produktif Toko Kain A.A Mahmud telah membuat beberapa perencanaan sebagai upaya peningkatan usaha, . Pada pengelolaan usaha, Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga selama ini telah menjalankan beberapa langkah-langkah pengelolaan usaha agar berjalan dengan baik. Selanjutnya pada indikator pertumbuhan usaha Toko Kain A.A Mahmud juga merambah dunia komunikasi sebagai media pemasaran produk. Serta pendorong usaha Toko Kain A.A Mahmud dalam menjalankan kegiatan bisnis nya, pengaruh modal dan juga pemasaran merupakan sesuatu yang mampu mendukung pengembangan usaha, seperti pada aspek peningkatan penjualan dan juga permodalan. Faktor yang mendukung adalah tersedianya dana atau anggaran yang memadai, jalinan kerjasama dengan para stakeholders, serta adanya sarana dan prasarana yang memadai. Faktor yang menghambat adalah rendahnya jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh SDM UMKM yang berdampak pada terhambatnya pelaksanaan strategi pengembangan tersebut.

Kata Kunci : Perencanaan, Pengelolaan, Pertumbuhan, Pendorong

Abstrack

Ropita Indah Siregar, 1801280028, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)”,

This research was conducted to identify and analyze the fabric business development strategy in micro, small and medium enterprises. The development of MSMEs is expected to function as a pillar of economic development, so efforts aimed at the development of MSMEs are needed. The purpose of this study is to find out how the Analysis of Fabric Business Development Strategies in Micro, Small and Medium Enterprises in Binanga City (Case Study of A.A Mahmud Fabric Stores) and find out what factors support and hinder the development of the MSME sector. This research is a qualitative research, with the type of field research (field research) and uses two types of data sources, namely primary data and secondary data. The data was obtained by using interview, observation and documentation methods. After the data has been collected, the next step is to analyze the data using a qualitative descriptive method. The results of this study indicate that the Fabric Business Development Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Binanga City at A.A Mahmud's Fabric Shop business has been running very well. This is known by developing indicators of planning, business management, business growth and also business drivers. In determining good and productive planning, A.A Mahmud's Fabric Shop has made several plans as an effort to increase business, . In business management, A.A Mahmud Fabric Shop Binanga City has so far carried out several business management steps so that it runs well. Furthermore, the business growth indicators of A.A Mahmud's Fabric Shop also penetrated the world of communication as a product marketing medium. As well as the driving force for the A.A Mahmud Fabric Shop business in carrying out its business activities, the influence of capital and marketing is something that is able to boost business development, such as in the aspect of increasing sales and also capital. Supporting factors are the availability of adequate funds or budget, cooperation with stakeholders, and the existence of adequate facilities and infrastructure. The inhibiting factor is the low entrepreneurial spirit possessed by MSME HR which has an impact on delaying the implementation of the development strategy.

Keywords: Planning, Management, Growth, Driver

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan rasa syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini diajukan dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Binagan (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud) ”**

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya penulis dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terwujud tanpa bimbingan dan nasehat serta pengarahan pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajian masih jauh dari kesempurnaan karena mungkin kiranya masih banyaknya kesalahan dan kekurangan. Karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis menerima masukan baik saran maupun kritik demi sempurnanya skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, yakni kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan,keselamatan dan keselamatan baik jasmani dan rohani.
2. Ayahanda tercinta HJ. Rahmad Siregar, ibunda tersayang HJ.Halimaussahdiah, serta abangda Rudi Sahadna MH Srg, kaka Ellyani Midarlinan Srg, Roida mantap Srg, Ita Purnama Hrp yang telah memberikan segala kasih sayangnya kepada penulis, berupa besarnya perhatian, pengorbanan, bimbingan serta doa yang tulus, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Agussani,M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Assoc. Prof Dr. Muhammad Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Zailani S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Syahrul Amsari, S.E,Sy., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu Dr. Hj Dahani S.E,M.Si dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Seluruh staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan pengetahuan dan bantuan kepada penulis selama masastudi.
11. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang memberikan banyak ilmupengetahuan.
12. Ibu Masrona Harahap yang telah memberi izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian hingga selesai.

Penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan baik dari segi isi maupun tata bahasa penulisannya. Untuk itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan seluruh mahasiswa/i Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 2022

Penulis

ROPITA INDAH SIREGAR

NPM.1801280028

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II : LANDASAN TEORETIS	6
A. Kajian Pustaka.....	6
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Pendekatan Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Sumber Data Penelitian.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Teknik Analisis Data.....	33
F. Teknik Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Penenlitian	36
1. Sejarah Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga	36
2. Visi dan Misi Perusahaan	36
3. Strategi Pengembangan Usaha Toko Kain A.A Mahmud.....	37

B. Hasil Penelitian	36
C. Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1	Tabel 1 Kajian Terdahul	25
Tabel 2	Jadwal Rencana penelitian	31
Tabel 3	Jumlah Penjualan Toko Kain A.A Mahmud Tahun 2020	45
Tabel 4	Jumlah Penjualan Toko Kain A.A Mahmud Tahun 2021	45
Tabel 5	Modal Awal Toko Kain A.A Mahmud	47
Tabel 6	Modal Bulanan Toko Kain A.A Mahmud	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fungsi dari kain tenun di kehidupan masyarakat Indonesia yang mencerminkan adat istiadat, kebudayaan dan kebiasaan budaya, yang berasal dari jati diri masyarakat, yang dimana usaha memiliki kegiatan usaha yang dikerjakan dengan membeli produk barang atau jasa kemudian menjualnya kembali dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan/laba. (Dahrani et al., 2021). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti dalam menghadapi krisis tersebut (Amalia et al., 2018).

Perkembangan usaha yang bagus, mewajibkan pemilik usaha untuk bisa merancang kondisi usahanya, wajib mengetahui apa saja kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam suatu usaha serta peluang apa saja yang bisa diambil oleh usaha. Sehingga pemilik usaha tidak salah dalam mengambil keputusan yang nantinya akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah yang perlu harus ditindak lanjuti dengan langkah nyata, dengan melakukan tiga strategi pengembangan usaha yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis. (Afridhal, 2017) Pengembangan UMKM perlu diarahkan untuk melakukan analisis daya saing dan merumuskan upaya-upaya peningkatan daya saing dalam rangka pembangunan daya saing dan perekonomian nasional. Mempertajam peningkatan daya saing usaha yang searah dengan

persaingan usaha kedepan. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dan terus bertambah, sangat membutuhkan keberadaan UMKM yang kuat, berdaya saing di pasar dalam negeri maupun global. UMKM adalah kunci bagi peningkatan kualitas hidup bangsa, sekaligus kunci bagi ketahanan perekonomian nasional.

Usaha Toko Kain A.A Mahmud (UMKM) Jalan Besar Kota Binanga, Padang Lawas Sumatra Utara depan Rumah Makan Ibu Mayan Harahap, dari observasi awal yang dilakukan peneliti dengan berbagai permasalahannya diataranya. Banyaknya pesaing dibidang jasa toko kain menyebabkan bisnis harus melakukan persaingan dengan ketat, agar toko kain secara terus menerus dapat memberikan yang terbaik dalam mengembangkan UMKM toko kain.

Dalam promos Toko Kain A.A Mahmud belum berkembang dalam memasarkan produk dengan baik maupun jasa yang ditawarkan oleh Toko Kain A.A Mahmud, dan belum menarik minat dan perhatian pelanggan seperti memberikan diskon yang tidak tepat waktu, data dalam mempromosikan kain masih kurang baik dengan dimana toko kain ini hanya mengandalkan satu media, sehingga banyak pelanggan tidak mengetahui promosi yang di adakan Toko Kain A.A Mahmud dan dimana pelanggan tidak tertarik membeli produknya dimana Toko Kain A.A Mahmud sarana yang digunakan belum sesuai dengan minat konsumen. dan Toko Kain A.A Mahmud.

Toko Kain A.A Mahmud jugak memiliki lokasi yang kurang strategis dikarenakan lokasinya jauh dari jalan utama sehingga lokasi kurang dilewati orang dimana Toko Kain A.A Mahmud dalam memilih lokasi tidak mempertimbangkannya secara matang, yang dimana kesinambungan dan keberhasilan usaha pada masa sekarang dan pada masa mendatang itu berkaitan jugak dengan lokasi untuk memajukan usaha yang dimiliki Toko Kain A.A Mahmud.

Dan Modal Toko Kain A.A Mahmud yang terbatas sehingga produk yang dijual kurang menarik perhatian konsumen dan produk yang dimilikinya dengan pergantian produk yang dijual barang/produk nya lama

dimana modal salah satu tolak ukur untuk meningkatkan penjualan usaha untuk mendapatkan produk terbaru Toko Kain A.A Mahmud harus menunggu terjualnya barang yang lama agar bisa mengganti dengan produk yang baru.

Dari fenomena yang ada maka penulis tertarik mengambil judul ini **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan penelitian dapat didefinisikan antara lain sebagai berikut:

1. Lokasi yang kurang strategis sehingga jarang dilewati banyak orang.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh jasa toko kain A.A Mahmud di Kota Binanga.
3. Modal yang terbatas sehingga kurang menarik produknya.
4. Promosi yang kurang menarik perhatian orang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka akan dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha kain pada toko kain A.A Mahmud?
2. Apa yang menjadi kendala dari pengembangan strategi usaha pada toko kain A.A Mahmud

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi perkembangan usaha UMKM jasa toko kain A.A Mahmud Kota Binanga.
2. Untuk mengetahui kendala dari pengembangan usaha UMKM jasa toko kain A.A Mahmud Kota Binanga.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan khususnya dalam menghasilkan konsep mengenai strategi pengembangan UMKM, dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan dimasa mendatang yang berkaitan dalam bidang strategi pengembangan UMKM. Memberikan bahan masukan mengenai yang mempengaruhi terhadap UMKM seperti strategi pengembangan usaha kain pada toko kain A.A mahmud Kota Binanga. Sehingga dapat menentukan langkah- langkah selanjutnya yang di ambil dalam mengukur kebijakan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan informasi bagi perkembangan kajian ilmu manajemen khususnya dalam menghasilkan konsep strategi pengembangan usaha kain. Memberikan bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat terhadap konsep tersebut.

F. Sistematika Penulisan

Guna memberikan kemudahan dalam memahami skripsi ini, maka penulisan menguraikan susunan penulisan secara sistematis, adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan yang berkaitan dengan permasalahan yang di kaji.

Bab II Landasan Teoretis

Berisi tentang kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu dan kerangka berpikir

Bab III Metodologi Penelitian

Berisi tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Strategi

a) Pengertian strategi

Strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide/gagasan, perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan dengan keputusan besar yang dihadapi individu atau organisasi dalam melakukan bisnis yaitu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan individu atau organisasi didalam sebuah usaha. Sumber Daya Insani juga salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari organisasi dalam menenukan perkembangan perusahaan.(Dahrani, 2018)

strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi atau perusahaan (Fatma, 2019).

Strategi yang baik lebih menuntut adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, dan mengimplementasikan keputusan yang diambil demi mencapai tujuan yang akan diambi. 1 Strategi menjadi tiga kelompok yang dapat dipertimbangkan dan dapat diterapkan dalam suatu perusahaan yaitu (1) strategi perusahaan (*corporate strategy*), (2) strategi bisnis atau strategi persaingan, dan (3) strategi fungsional (Mikro & Dan, 2021). Salah satu hal yang menentukan nilai perusahaan adalah struktur kepemilikan perusahaan, struktur kepemilikan oleh beberapa peneliti dipercaya mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan

nilai perusahaan, (Lestari et al., 2021) Ada beberapa strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu:

1. **Lokasi**

Lokasi merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan. Kesalahan dalam memilih lokasi juga dapat mengakibatkan tingginya biaya transportasi, kekurangan tenaga kerja, kehilangan kesempatan dalam bersaing, tidak cukup bahan baku yang tersedia atau hal-hal serupa yang mengganggu kelancaran operasi perusahaan yang pada akhirnya dapat mengakibatkan rendahnya pendapatan operasi. Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif. Penentu lokasi yang tepat akan meminimumkan biaya investasi dan operasional jangka pendek maupun jangka panjang dan akan meningkatkan daya saing perusahaan. (Mulyadi, 2017) Berdirinya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, salah satunya adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Tujuan didirikannya sebuah perusahaan, yaitu untuk mencapai keuntungan yang maksimal. (Lestari et al., 2021). Lokasi usaha yang kurang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha, lokasi yang kurang strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.

Menurut (Prihatminingtyas, 2019) Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan yakni dimana kunci dalam menuju kesuksesan adalah lokasi. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya, sebelum suatu usaha didirikan lokasi biaya sangat berpengaruh pada produksi, harga jual, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. (Muhammadiyah & Utara, 2003) Lokasi juga tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan

sebagai tempat untuk memanjangkan barang-barang dangangan. Lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya akan meningkatkan pengetahuan dan akan mempengaruhi tingkat pendapatannya.

Faktor- faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha yaitu seperti letak konsumen atau pasar, sumber bahan baku, sumber tenaga kerja, air dan listrik, transportasi, tempat parkir, lingkungan, persaingan, dan peraturan pemerintah.(Hanggita, 2018)

2. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang penting untuk (Prihatminingtyas, 2019) dilakukan perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan, dimana promosi dipandang sebagai alur informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengendalikan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan meliputi: periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas. Promosi dapat menghindari persaingan berdasarkan harga, karena konsumen membeli barang karena tertarik dengan mereknya dan harga yang terjangkau. Promosi bukan saja meningkatkan penjualan tapi juga dapat menstabilkan produksi.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Pengelola pantai batu lapis tidak memaksa para wisatawan untuk memakai jasanya, transaksi terjadi atas dasar suka sama suka dan kepercayaan. Orang yang terjun dalam bidang usaha jual beli harus mengetahui hukum jual beli agar dalam jual beli tersebut tidak ada yang dirugikan, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Jual beli hukumnya mubah. Artinya, hal tersebut diperbolehkan sepanjang suka sama suka. Allah berfirman Surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat diatas menjelaskan bahwa apabila seseorang melakukan jual beli dan tawar menawar dan tidak ada kesesuaian harga antara penjual dan pembeli, si pembeli boleh memilih akan meneruskan jual beli tersebut atau tidak. Apabila akad (kesepakatan) jual beli telah dilaksanakan dan terjadi pembayaran, kemudian salah satu dari mereka atau keduanya telah meninggalkan tempat akad, keduanya tidak boleh membatalkan jual beli yang telah disepakatinya.

Promosi adalah kegiatan yang merupakan cara berkomunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong atau menarik calon konsumen agar membeli produk atau jasa yang dipasarkan, dan promosi merupakan suatu alat komunikasi yang bersifat membujuk, agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan (Togodly, 2019). Sarana yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan promosi penjualan yaitu:

1. Alat Promosi Konsumen

Meliputi contoh produk, kupon, *cashback*, harga khusus, barang khusus iklan, undian serta permainan.

2. Alat Promosi Dagang

Membujuk penjual perantara untuk menjual merek, memberikan ruang gerak dan mempromosikan merek itu dalam iklan yang pada akhirnya menawarkan kepada konsumen. Alat promosi yang biasanya digunakan adalah kontes dan diskon langsung dari harga resmi.

3. Alat Promosi Bisnis

Alat promosi penjualan yang digunakan untuk

menghasilkan tujuan bisnis, meningkatkan jumlah penjualan, menghargai pelanggan serta memotivasi penjual. Dalam hal ini perusahaan fokus pada dua alat tambahan komponen promosi bisnis utama yaitu konvensi dan pameran dagang, perusahaan yang menjual produk mereka dan menampilkan keunggulan produk mereka pada sebuah pameran dagang. (Dwijantoro et al., 2022)

3. Modal

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok induk untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya, yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Dimana modal memiliki nilai usaha ditentukan berdasarkan struktur modal. (Lestari et al., 2021) Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan –kegiatan bisnis. Modal usaha ataupun modal kerja adalah keseluruhan aktiva lancar yang bisa dijadikan uang kas yang dimiliki usaha atau dana yang harus tersedia untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan sehari-hari yakni untuk membayar bahan baku atau barang, membayar hutang, membayar sewa toko. Kesalahan dalam mengelola modal kerja dapat mengakibatkan kegiatan usaha terhambat atau terhenti. (Muhammadiyah & Utara, 2003)

Modal sangat penting bagi kelangsungan usaha karena memungkinkan bagi perusahaan untuk beroperasi dengan seekonomis dan seefisien mungkin dan perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam mengembangkan produknya. (Mahfudliyah, n.d.) Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangatlah diperlukan. Modal juga sebagai ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkret (aktif) dan modal abstrak (pasif). (Sukoco et al., 2015)

1. Macam-macam Modal
 - a. Modal sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, saudara,

b. Modal Asing (Pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang biasanya diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Keunikan pinjaman adalah jumlah yang tidak terbatas artinya tersedia dalam jumlah banyak. (Dahrani & Mirhanifah, 2014)

Menurut pendapat (Safitri et al., 2018) strategi yaitu menjaga kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan dan minat konsumen, mengemukakan bahwa pemenuhan dan minat sebagai faktor kunci dari pemasaran sangatlah tepat, karena saat ini pemasaran sebuah produk akan diperhadapkan dalam tingkat persaingan yang sangat ketat. Menghasilkan produk yang berkualitas bagi usaha merupakan salah satu cara yang ditempuh agar hubungan dengan pelanggan agar tetap terjalin, konsumenlah yang memiliki hak untuk menilai kualitas produknya. Oleh karena itu, dalam menjalankan usaha perlu memperhatikan kebutuhan minat konsumen dan keinginannya. Sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan (Afridhal, 2017). Strategi Pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. (Afridhal, 2017)

b) Fungsi Strategi

Pada dasarnya adalah agar strategi yang disusun dapat di implementasikan secara efektif, berikut ini fungsi strategi yaitu:

a) Mengkomunikasikan suatu maksud atau visi yang ingin dicapai

kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan dan mengkomunikasikan tentang apa yang akan dikerjakan, untuk siapa dan mengapa hasil kinerja dapat bernilai untuk mengetahui dan mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif maka dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapasitas organisasi dengan faktor lingkungan, dimana kapabilitas tersebut akan di gunakan.

- b) Menghubungkan atau mengaitkan kuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang lingkungannya.
- c) Memanaakan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang.
- d) Menghasilkan dan membandingkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, kususnya sumber dana dan sumber- sumber lainnya yang diolah atau digunakan dengan dihasilkannya sumber-sumber daya yang nyata tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- e) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan, strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya pencapaian maksud dan tujuan.
- f) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu, proses yang terus menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan aktivitas pendukungnya.

Strategi juga merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, strategi dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai dengan pelaksanaan yang tepat terhadap lingkungan dan ancaman dari lingkungan eksternal dan

kekuatan atau kelemahan yang dimiliki .(Cecep Suhardedi, 2010)

c) Faktor- faktor strategi

Menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan yaitu (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) :

1. Faktor Eksternal

lingkungan eksternal terdiri dari variabel-variabel (kesempatan dan ancaman) yang berada diluar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak, variabel tersebut membentuk keadaan dalam organisasi dimana organisasi ini hidup. Lingkungan eksternal memiliki dua bagian yaitu lingkungan kerja dan lingkungan sosial

2. Faktor Internal

Kekuatan dan kelemahan internal adalah segala kegiatan dalam kendali organisasi yang bisa dilakukan dengan sangat baik atau buruk,kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen,pemasaran,keuangan/akutansi,peroduksi/operasi,penelitian dan pengembangan serta sistem informasi manajemen disetiap perusahaan(Yuni Afandrianti Maulida, 2022).

Menurut pendapat (Idah & Pinilih, 2020) strategi adalah digunakan untuk membantu pelaku UMKM dalam menetapkan digitalisasi bisnis. Ada 4 strategi yang perlu dijabarkan dalam sebuah usaha yaitu:

1. **Strategi SO** (*strengths-opportunities*) strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh internal menengkap peluang yang ada.
2. **Strategi WO** (*weaknesses-opportunities*) strategi yang memperbaiki kelemahan yang dimiliki dengan mengambil keuntungan dari peluang yang ada.
3. **Strategi ST** (*strengths-threats*) strategi yang akan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh organisasi untuk menghadapi ancaman yang timbul dari eksternal.

4. Strategi WT (*strengths-threats*) strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman eksternal.(Kurniawan & Haryati, 2017)

Perumusan strategi merupakan penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategi dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik.

d) langkah-langkah strategi

Beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam merumuskan strategi yaitu:

1. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan dimasa depan dan akan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
2. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
3. Merumuskan faktor-faktor keberhasilan (*key success factor*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
4. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
5. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang,(Amalia et al., 2018).

1. Pengembanaan Usaha

a) Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan proses yang digunakan untuk mengidentifikasi, memelihara, memperoleh klien baru dan peluang bisnis guna meningkatkan pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang, semakin besar sektor yang diperoleh maka produk

hasil pengembangan semakin baik tingkat kelayakannya (Qorib et al., 2021). Pada dasarnya setiap aktivitas atau ide dalam pengembangan usaha bertujuan untuk membuat usaha semakin baik dari waktu ke waktu baik untuk bisnis, pelanggan, pasar dan relasi bisnis dengan niat untuk memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. (Sipahutar & GULTOM, 2018) Pengembangan usaha telah lama menjadi fungsi pemasaran yang difokuskan untuk memperoleh relasi serta seluruh pemasaran baru, pemasaran adalah proses menciptakan dan memberikan penawaran bagi pelanggan atau klien bisnis, Peningkatan-peningkatan tersebut, tentu saja tidak terlepas dari yang namanya sosialisasi sementara dalam proses pengembangan usaha akan mencari cara untuk menarik target pasar, dimana disini tim pasaran akan menyesuaikan keterampilan dan anggaran yang ada untuk menciptakan materi atau konten yang dapat menarik pelanggan dan menciptakan relasi bisnis dalam jangka panjang (Pradesyah, 2017). Dan memiliki jiwa keinginan yang dapat mempengaruhi sikap yang baik terhadap pekerjaannya, sikap ini akan menentukan prestasi kerja dedikasi dan kecintaan terhadap pekerjaan yang dibebankan kepadanya. (Hayati & Fitria², 2018)

Strategi pengembangan usaha bisa menjadi sebuah kunci keberhasilan atau bahkan kegagalan pada suatu perusahaan, untuk menentukan target yang tepat dan strategi pengembangan usaha mana yang harus digunakan untuk mencapai tujuan bisnis bisa menjadi keputusan beresiko, ketika bisnis memiliki strategi yang kuat, selaras dengan tujuan bisnis, dan diimplementasikan dengan baik, maka strategi tersebut berpotensi meningkatkan pertumbuhan dan profitabilitas yang tinggi, tetapi jika strategi dan implementasi yang digunakan salah, maka dapat menghambat pertumbuhan bisnis, membuat bisnis kewalahan dan melewatkan banyak peluang berharga, tanpa adanya strategi pengembangan usaha, bisnis akan kesulitan mengidentifikasi proses yang memenuhi syarat atau bahkan menghabiskan waktu untuk mengembangkan prospek yang tidak memiliki minat pada

bisnis.(Muhmmad Irfan Nasution, S.E., 2017)

Seiring dengan perkembangan Globalisasi memberikan dampak terhadap kehidupan manusia di permukaan bumi ini terutama dalam hal gaya hidup “modern”(Al-Bara & Nasution, 2018). Perkembangan UMKM menjadi sesuatu yang harus dijaga serta ditingkatkan setiap tahunnya sejalan dengan perkembangan yang mengalami naik dan turunnya sejalan dengan perkembangan perekonomian yang mengalami naik dan turun dalam beberapa tahun kebelakang usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian indonesia.

perkembangan UMKM harus tetap dijaga dan ditingkatkan karena memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian indonesia, karena sebagian besar UMKM menggunakan modal sendiri dan tidak mendapat modal dari bank. Implikasi pada masa krisis keterpurukan sektor perbankan dan naiknya suku bunga tidak berpengaruh terhadap UMKM. Dan dengan adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan menyebabkan sektor formal banyak memberhentikan pekerjanya, sehingga para penganggur tersebut memasuki sektor informal dengan melakukan kegiatan usaha yang berskala kecil, akibatnya jumlah UMKM meningkat.(Hamid & Susilo, 2015)

Dengan adanya kontribusi UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional yakni turut berperan serta dalam meningkatkan pendapatan negara, kontribusi UMKM dalam perekonomian di indonesia adalah UMKM menjadi prioritas nasional dalam percepatan pembangunan, UMKM menjadi prioritas nasional karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak, dan meciptakan banyak lapangan pekerjaan sehingga berkurangnya pengangguran.

Strategi pengembangan UMKM sektor industri pengolahan dapat digunakan sebagai upaya untuk mewujudkan agar UMKM menjadi

kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki nilai komparatif melainkan keunggulan kompetitif, sehingga UMKM dapat berkiprah dipasar domestik dan pasar internasional(Sulistiyo & Putra, 2020). Di masa modern ini telah berkembang dengan pesat model-model transaksi jual beli seperti melalui internet yang dibayar melalui kartu kredit atau ATM. Jual beli ini telah menjadi trend di dunia bisnis. Jika diamati, ada beberapa perkembangan yang muncul dari transaksi jual beli pada masa moderen ini. Pertama, negosiasi dilakukan melalui sistem komunikasi internet atau telepon. Penjual dan pembeli melakukan deal melalui internet. Jenis, jumlah dan harga barang ditawarkan melalui internet, kemudian pembeli melakukan negosiasi melalui media yang sama pula (Qarib, 2018).

b) Jenis- jenis Pengembangan Usaha

strategi dapat dikelompokkan menjadi eeapa macam :

- a) Strategi agresif Ini meupakan situasi yang sangat menguntungkan,perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang akresif. Strategi ini memperoleh untuk tempatbekerja menggunakan pantauan untuk mengawasi terkusus pada pemasok, para pesaing serta distributor.
- b) Strategi Intensif ysiu strategi yang membutuhkan usaha-usaha yang intensi untuk meningkatkan posisi pesaingan tempat usaha melalui barang yan ada. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, ttetapi dilain pihak ia menghadapi bbebbberapa kendala/kelemahan inenal. okussattegi pada perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- c) Strategi Diversiikasi yaitu agar menambah barang-

barang terbaru. Strategi semakin menurun kepopularannya sangat tak dilihat atas posisi naiknya kesulitan dalam mengendalikan kegiatan tempat kerja yang berbeda tingkat manajemennya. meski berbagai ancaman, meski perusahaan ini memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi produk/pasar.

- d) Strategi Defensif atau Bertahan ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. strategi bertujuan untuk usaha yang kita jalankan dalam menyelamatkan usaha kita supaya kerugian yang lebih besar terlepas yang akhirnya berujung kebangkrutan. Untuk menghindari pemilik usaha harus melakukan tindakan-tindakan strategi untuk bertahan.

c) Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melaksanakan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melaksanakan pengembangan kegiatan usaha ini melewati langkah-langkah usaha sebagai berikut :

a) Memiliki Ide Usaha

Tahapan pertama bisnis seorang wirausaha bermula dari suatu ide usaha, ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha bisa bermula dari berbagai sumber atau informasi, ide usaha bisa muncul dikarenakan adanya *sense of business* yang kuat dari seorang pembisnis, ide usaha bisa timbul setelah melihat keberhasilan orang lain dengan pemantauan.

b) Penyaringan Ide atau Konsep Usaha

Seorang pembisnis akan mengungkapkan ide atau gagasan didalam konsep usaha yang menjadi tahap lanjut ide usaha kedalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal ataupun yang dilakukan dengan informal.

c) Pengembangan Rencana Usaha

Pebisnis yaitu orang yang menjadikan penggunaan sumber daya ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. komponen khusus atau utama pada perencanaan usaha yang baru dikembangkan seorang pembisnis atau wirausahawan yaitu penjumlahan dan perhitungan proyek laba/rugi dari bisnis usaha yang dilakukan.

d) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang sudah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis seterusnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha yang bakal dilakukan. Pada kegiatan implemenasi rencana usaha, seoang wirausaha akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

2. UMKM

a) Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) umumnya memberikan potensi sangat besar dalam mengembangkan perekonomian suatu Negara, UMKM sebagai salah satu pilar dan fondasi perekonomian Negara dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dari kalangan bawah dan menengah bahkan produk Domestik Bruto (PDB).(Dahrani et al., 2022) Dasar dari sebuah usaha yang akan di jalankan adalah adanya perencanaan dalam membangun sebuah usaha yakni merupakan kumpulan dokumen yang

menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis/usaha untuk menjual barang jasa dengan menghasilkan profit yang tinggi dan menarik.

UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan, karena berkontribusi besar pertumbuhan ekonomi. Pengertian UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, secara lebih jelas pengertian UMKM diatur dalam UU Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dalam UU tersebut disebut bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. UMKM juga merupakan salah satu cara yang tepat untuk dikembangkan di masyarakat Indonesia dan sebagai mesin penggerak yang dapat diandalkan untuk meningkatkan perekonomian rakyat (Rosmadi, 2021).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan suatu usaha yang mampu memberikan lapangan pekerjaan yang luas bagi masyarakat, memberikan layanan sosial yang luas bagi masyarakat dan membantu dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan (Pariyem et al., 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara, meskipun dilihat dari skala ekonominya tidak seberapa namun jumlah UMKM sangat besar dan dominan serta sumbangan yang diberikan selama ini baik untuk masyarakat maupun untuk Negara. Peran penting tersebut telah mendorong banyak Negara termasuk Negara Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM. Terdapat tiga alasan yang mendasari Negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UMKM yaitu: **Pertama** karena kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif, **Kedua** sebagai bagian dari dinamikanya, UMKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi, **Ketiga** adalah karena sering

diyakini bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas daripada usaha besar.(AYuli Rahmini Suci, 2008)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dibagi dalam tiga klarifikasi *petama* usaha miko yaitu usaha produktif milik orang perorangan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana di atur dalam Undang-Undang. *Kedua*, Usaha kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang erdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan mempunyai anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yangg memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang- Undang. *Ketiga*, Usaha Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangangan 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 ataupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. (Dahrani et al., 2022)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempuyai kehidupan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang dan berkeadilan.(AYuli Rahmini Suci, 2008). Selanjutnya dibuatkan pengertian UMKM melalui UU No. 9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke undang- undang No. 20 pasal 1 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

b) UMKM Didefenisikan

Berikut masing-masing pengertian UMKM dan kriterianya:

1) Pengertian Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2) Pengertian Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang 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 dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3) Pengertian Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang 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 Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana di atur dalam Undang-Undang ini.

4) Pengertian Usaha Besar

Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

5) Pengertian Dunia Usaha

Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah. dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.(Reza et al., 2008)

c) Jenis- jenis Usaha UMKM

1. Usaha Kuliner

Salah satu usaha kuliner yang banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda,berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak besar, bisnis ini sangat menjanjikan dikarenakan semua orang membutuhkan makanan

2. Usaha Fashion

UMKM di bidang fashion ini sedang diminati. setiap tahun mode tren fashion baru selalu hadir yang tentunya meningkatkan pendapatan pelaku bisnis umkm

3. Usaha Agrobisnis

Agrobisnis dibidang pertanian haus bermodalkan tanah yang luas, dapat juga memanfaatkan pekarangan rumah yang disulap menjadi lahan agrobisnis yang menguntungkan.

d) Permasalahan UMKM

UMKM sangat rentan terhadap masalah-masalah perekonomian, masalah dasar yang dihasapi pengusaha adalah

1. kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar.
2. kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
3. kelemahan dibidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia.
4. keterbatasan jaringan usaha kerjasama antara pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran).
5. iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan.
6. pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.(Ghassani, 2015)

e) Kendala UMKM

Kendala dalam pengembangan usaha UMKM yang dilakukan oleh kelompok usaha meliputi:

1. Meningkatnya harga bahan baku
2. Sumber manusia yang terbatas
3. Memiliki permasalahan dalam permodalan
4. Lokasi yang jauh dan kurang strategis
5. Kurangnya sarana dan prasarana
6. Kurangnya akses pemasaran produk

UMKM di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. (Idah & Pinilih, 2020). UMKM adalah suatu bentuk usaha yang dilihat dari skalanya usaha rumah tangga, UMKM ini telah terbukti merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia, dan merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil, statistik pekerja di Indonesia menunjukkan bahwa 99,5% tenaga kerja di Indonesia bekerja di bidang UMKM. Hal ini sepenuhnya didasari oleh pemerintah, sehingga UMKM termasuk dalam salah satu fokus program pembangunan yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia, kebijakan pemerintah terhadap UMKM dituangkan di dalam UU dan peraturan pemerintah.

f) UMKM perlu dikembangkan karena

1. UMKM menyerap banyak tenaga kerja
2. UMKM memegang peranan penting dalam ekspor nonmigas, yang pada tahun 1990 mencapai US\$ 1,031 juta orang menempati peringkat kedua setelah ekspor dari kelompok aneka industri
3. Adanya urgensi untuk struktur ekonomi yang berbentuk

piramida, yang menunjukkan adanya ketimpangan yang lebar antara pemain kecil dan besar dalam ekonomika Indonesia.

Dari alasan pertama di atas jelas bahwa dengan adanya UMKM dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Banyaknya UMKM akan menyebabkan perekonomian yang kuat, karena terbukti bahwa UMKM paling (Jaidan, 2010)

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu merupakan telaah literatur atau kajian terhadap kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan topik dan masalah penelitian. Penelitian yang dilakukan bukan penelitian yang pertama namun sudah ada beberapa penelitian yang terkait dengan yang meneliti tentang strategi, pengembangan usaha UMKM. Pada bagian ini akan dipaparkan beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan beserta perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 1 Kajian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan Dan Perbedaan
1	Cecep Suhardedi (2010)	Strategi pengembangan usaha pembenihan lele dumbo (<i>clarias gariepinus</i>)	Usaha pemelian lele dumbo dikabupaen boyolali merupakan kekuatan utama dalam mengembangkan usaha pembenihan lele dumbo yang bagus dan sudah diakui masyarakat, dan meningkatkan kualitas teknis dan motivasi sumber daya petani pembenihan lele dumbo untuk meningkatkan daya saing produk bbenih	Persamaan kemampuan dalam pengembangan usaha masih rendah dan perbedaan peneliti yang dilakukan oleh cecep suhardedi yaitu variabel peneliti, tempat penelitian dan subjek penelitian. Jenis penelitiannya kualitatif

			ikan lele dumbo	
2	Yuni Afandrianti Maulida, Haiburrahman (2022)	Analisis Strategi pemasaran keripik pisang di era pandemi covid 19	Memfaatkan UMKM keripik sumber rezeki buat menaikkan kualitas produk, buat menarik konsumen, agar membeli dengan jumlah banyak, menjaga loyalitas pelanggan untuk menaikkan penjualan dan laba usaha, menjaga kebersihan serta pelayanan dengan baik yaitu mempertinggi pelayanan yang baik agar menarik perhatian pelanggan, bekerja dengan baik sama dengan baik dalam menggunakan pemasokan, serta menjaga keuangan dengan baik.	Persamaannya adalah dalam mengembangkan usaha masih rendah dan mengakses media sosial jugak masih rendah dan perbedaan peneliti yang dilakukan oleh Yuna Afandrianti Maulida, Haiburrahman yaitu variabel penelitian, ojek dan subjek penelitian. Jenis penelitian ini kualitatif
3	Rosmadi, Maskarto Lucky (2021)	Inovasi dan kreativitas pelaku usaha UMKM di era covid-19	Kegiatan UMKM di indonesia harus dapat bertahan bahkan ditingkatkan kesejahteraan masyarakat, dan dapat tercapai dimana kualitas sumber daya manusia berupa inovasi dan keaktifitas sangat mendukung kegiatan UMKM	Persamaannya adalah peningkatan penjualan yang rendah dan belum berkembang, perbedaan peneliti yang dilakukan oleh Rosmadi, Maskarto Lucky yaitu variabel penelitian, dan subjek penelitian,

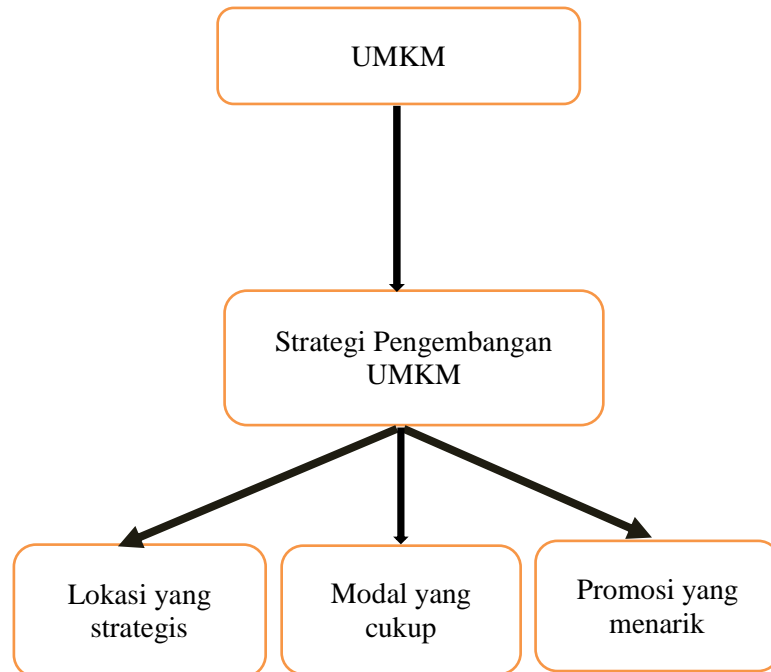
				jenis penelitian kualitatif
4	Ayuli Rahmini Suci (2008)	Usaha mikro, kecil dan menengah	Persaingan bisnis yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas, dan kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya yang mengakibatkan perkembangannya rendah.	Persamaannya modal yang terbatas sehingga perkembangan rendah, Perbedaan peneliti yang dilakukan oleh Ayuli Rahmini Suci variabel peneliti, dan subjek peneliti. Jenis peneliti kualitatif
5	Ariani, Ariani Utomo, Mohammad Nur (2017)	Kajian strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kota Tarakan	Mempelajari dan membuat izin paten guna mendapatkan perlindungan usaha baik dari monopoli maupun dari ekspansi eksternal dari pemerintah memperbaiki manajemen internal meminimalkan hambatan secara eksternal seperti kesediaan tenaga listrik yang dianggap mengganggu kegiatan operasional dari UMKM di kota tarakan dengan menyediakan sarana dan prasarana yaitu perlengkapan peralatan produksi.	Persamaannya pengembangan yang belum stabil perbedaan peneliti yang dilakukan oleh Ariani, Ariani Utomo, Mohammad Nur ialah variabel penelitian dan subjek penelitian. Jenis penelitian kualitatif

C. Kerangka Berpikir

Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) menjadi solusi dalam kondisi krisis ekonomi di Indonesia. Namun selama ini UMKM di Indonesia ini belum bisa mencapai hasil yang maksimal, banyak hal yang menyebabkan hal tersebut diantaranya rendahnya daya saing yang dimiliki oleh UMKM sehingga sulit mengembangkan usaha, dan modal yang terbatas sehingga produk yang dijual kurang diminati banyak orang. Salah satu cara untuk mengembangkan UMKM adalah dengan analisis daya saing. Manajemen usaha dalam hal ini merupakan suatu manajemen yang diterapkan dalam usaha, manajemen memiliki arti dalam seperangkat kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian bahkan pengawasan terhadap suatu usaha yang dijalankan.

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah pengembangan usaha mengenai daya saing UMKM. Apabila dilihat dari perkembangannya bahwa UMKM tidak mampu bersaing dipasaran karena memiliki kendala dalam manajemen usahanya. Adapun faktor-faktor strategi pengembangan usaha yang dipengaruhi daya saing yaitu keunggulan produk, promosi, inovasi produk, modal yang terbatas, lokasi yang kurang strategis. Sehingga perkembangan UMKM dapat meningkatkan daya saing.

Untuk memperjelas dapat digambarkan sebagai berikut :



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut sugiyono, metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pertanyaan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah Bisnis Jasa Kain yang beralamatkan di Jl. Besar Binanga, Pasar di depan kede kopi

2. Waktu Penelitian

Penelitian Ini telah dilakukan pada bulan januari-maret 2022 untuk lebih jelasnya rincian waktu dan jenis kegiatan penelitian sebagai berikut:

Tabel 2 Jadwal Rencana Penelitian

No	Kegiatan	2022																					
		Mei				Juni				Juli				Agustus				September				Oktober	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Pengajuan Judul	■	■	■	■																		
2	Penyusunan Proposal					■	■	■	■														
3	Bimbingan Proposal									■	■	■	■										
4	Seminar Proposal													■	■	■	■						
5	Pengumpulan Data																	■	■	■	■		
6	Bimbingan Skripsi																					■	■
7	Sidang Meja Hijau																					■	■

C. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Sumber Data Primer, Sumber primer adalah sumber bahan atau dokumen yang dikemukakan atau digambarkan sendiri oleh orang atau pihak yang hadir pada waktu kejadian yang digambarkan tersebut berlangsung, sehingga mereka dapat dijadikan saksi. Dalam penelitian ini metode pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan informan. Adapun informan pada penelitian ini yaitu

pengusaha usaha kecil mikro menengah (UMKM) usaha kain melalui catatan tertulis serta perekaman audio tapes dari proses wawancara tersebut. Sumber Data Sekunder adalah sumber bahan kajian yang digambarkan oleh bukan orang yang ikut mengalami atau yang hadir pada waktu kejadian berlangsung. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui dokumen-dokumen atau literatur-literatur dari internet, jurnal, skripsi dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini kemudian di analisis dengan menggunakan metode deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa cara dalam pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara

Tehnik wawancara adalah ternik mengumpulkan data atau informasi dengan cara eatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Penelitian akan melakukan wawancara semi terstruktur, guna untuk mendapatkan ide-ide yang lebih terbuka dan mendalam. Oleh karena itu peneliti menyiapkan pedoman wawancara.

2. Observasi

Defenisi Observasi lapangan atau pengamatan lapangan (field observation) adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan, dengan kelengkapan panca indra yang dimiliki. Selain dengan membaca koran, mendengarkan radio, menonton televisi atau berbincang dengan orang lain, kegiatan observasi merupakan salah satu kegiatan untuk memahami lingkungan. Peneliti akan melakukan observasi langsung ini adalah agar peneliti dapat melihat langsung keadaan yang terjadi dalam internal dan eksternal perusahaan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara,

teknik observasi, dan teknik dokumentasi.

1. Wawancara adalah digunakan untuk menemukan letak permasalahan secara lebih luas dan terbuka dengan cara meminta pendapat pihak terkait. Adapun yang menjadi objek wawancara adalah pemilik dan karyawan terkait dari perusahaan.
2. Observasi merupakan kegiatan pengamatan di lokasi penelitian. Penelitian ini akan dapat lebih detail dan lebih mendalam membahas mengenai lingkungan internal serta lingkungan eksternal perusahaan dengan melakukan pengamatan di lapangan.
3. Dokumentasi adalah proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan, pemberian atau bukti dari keterangan seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan referensi lain.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode dalam memproses data menjadi informasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan cara mengumpulkan, menjabarkan dan membentuknya dalam sebuah pola. Menentukan data yang lebih penting untuk dijadikan pelajaran dan membuat sebuah kesimpulan sehingga dapat dengan mudah dipahami. Analisis kualitatif merupakan suatu penelitian yang tidak menganalisis data-data yang berupa angka, pada umumnya tidak pula menggunakan statistik atau penelitian non statistik. ada 3 tahapan dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi Data

setelah data dikumpulkan, peneliti melakukan seleksi data sesuai dengan fokus penelitian. Data yang kurang relevan atau berhubungan dengan fokus penelitian direduksi agar lebih muda dalam meringkas dan membuat abstraksi terhadap data mentah, sehingga menjadi jelas. Reduksi data ini merupakan proses pemilihan, memfokuskan pada penyederhanaan, pengabstraksian dan

transformasi data mentah yang muncul dari data catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan hal-hal yang penting, membuang hal-hal yang tidak relevan dengan fokus penelitian agar sistematis dan bermakna.

2. Menyajikan Data

Penyajian data merupakan proses penyampaian sejumlah informasi yang sudah disusun, yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan gambaran secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca secara menyeluruh, pada tahap ini data dapat disajikan dalam bentuk narasi, matriks, grafik dan didiskusikan dengan berbagai pihak dan sumber. Dengan menyajikan data, peneliti dapat memahami apa yang terjadi dalam penelitian baik menyangkut validitas data maupun hal-hal yang kurang dalam penelitian.

3. Membuat Kesimpulan

Pada tahap ini peneliti membuat kesimpulan dan memverifikasi serta mencocokkan kembali pada data atau hasil lapangan atau menelaah dengan sejawat. Kemudian diproses agar menjadi data yang siap disajikan untuk selanjutnya dibuat kesimpulan hasil penelitian. Kesimpulan merupakan suatu konfigurasi yang utuh, selanjutnya dijelaskan bahwa analisis data ini dilakukan semenjak penumpukan data, artinya tidak harus menunggu data itu terkumpul semua tetapi dalam waktu proses penumpukan data pun dapat dilakukan analisis data.

E. Teknik Keabsahaan Temuan

Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin (1978) membedakan empat macam

triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Begitu halnya penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data yang menggunakan berbagai sumber dan berbagai teknik pengumpulan data secara simultan, sehingga dapat diperoleh data yang pasti.(Pondia, 2020)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Usaha Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga

Penelitian ini dilakukan di Kota Binanga, Kec. Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Sumatra Utara. Toko kain A.A Mahmud Kota Binanga merupakan salah satu toko kain yang berdiri pada tahun 2021 di Jl. Besar Kota Binanga yang didirikan oleh Masrona Harahap. Toko kain ini memiliki jenis bahan kain yang dijual yaitu kain satin, batik, brokat.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

1. Menjadi Toko Kain A.A Mahmud yang handal dalam mememanajemenkan Toko Kain A.A Mahmud kota binanga
2. Menjadi Toko Kain A.A Mahmud yang isa di percayai denan kualitas yang baik dan pelayanan yang profesional.
3. Menjadikan kain sebagai penunjuk kepribadian.

b. Misi Perusahaan

1. Memberikan pelayanan dan produk kain terbaik kepada setiap pelanngan agar puas untuk menggunakannya.
2. Meraih pelanggan sebanyak-banyaknya dan membbberikan kesejahteraan kepada mereka melalui kemudahan untuk menikmai jasa kain.
3. Mengembangkan akses pasar melalui promosi dan pemasaran produk sehinga produk –produk yang dijual menarik perhatian konsumen.

B. Hasil Penelitian

Sebagaimana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang lebih mengedapankan analisis mendalam terhadap data yang

diperoleh. Data-data yang dimaksud yakni hasil wawancara pada pihak-pihak yang berwenang dan dianggap berkompeten terhadap isu dan masalah dalam fokus penelitian. Dalam hal ini adalah Strategi Pengembangan Usaha Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga.

1. Strategi Pengembangan Usaha Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga

a. Membuat Perencanaan

Perencanaan bisnis adalah rencana-rencana yang berguna bagi perusahaan untuk melihat ke depan, mengalokasikan sumber daya, memfokuskan pada key point dan menyiapkan diri terhadap peluang dan masalah (Berry, 2004). Atas dasar hal tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha memerlukan rencana-rencana untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan perkembangan yang sesuai dengan prioritas perusahaan.

Untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan suatu usaha yang dimiliki peneliti melakukan wawancara dengan Pemilik Masrona Harahap Toko A.A Mahmud selaku pemilik perusahaan, menjelaskan bahwa;

“Menjalankan sebuah bisnis dari awal memang bukanlah suatu hal yang gampang dan mudah. Dengan demikian memang harus siap dengan berbagai growth hacking yang akan dihadapi. Bagi seorang pebisnis tentunya hal tersebut bukanlah sesuatu hal yang harus dihindari tetapi memang menjadi suatu hal yang harus diatasi, dalam perjalanan bisnis ini saya melakukan beberapa langkah-langkah dalam proses peningkatan yang saya jalankan diantaranya yaitu, mengevaluasi kualitas produk yang saya pasarkan, melakukan promosi pada konsumen, dan juga menentukan harga yang sesuai dengan perekonomian masyarakat”

Selanjutnya Bagaimana proses strategi pengembangggan usaha yang dimiliki, peneliti mendapatkan hasil wawancara dengan Pemilik Masrona Harahap Toko A.A Mahmud A.A Mahmud yang menyatakan bahwa;

“Strategi pengembangan bisnis yang biasa saya lakukan yaitu melakukan inovasi terhadap produk yang saya perjualbelikan. Inovasi bisnis dapat mencegah konsumen setia untuk berpaling ke merek lain sekaligus

menarik perhatian konsumen baru. Selanjutnya yaitu penambahan modal usaha untuk memenuhi sejumlah hal, mulai dari menambah kapasitas produksi kain hingga memaksimalkan promosi dengan tujuan agar penjualan kain meningkat.”

Membuat perencanaan dalam meningkatkan daya beli konsumen suatu usaha sangat diperlukan, terkait apa saja perencanaan yang dilakukan suatu usaha, peneliti melakukan wawancara dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud;

“Langkah yang saya lakukan dalam meningkatkan penjualan produk kain yang diproduksi yaitu dengan melakukan promosi secara berkelanjutan, memanfaatkan digital marketing pada *marketplace online*, serta menyesuaikan harga jual dengan kemampuan daya beli masyarakat di lokasi pemasaran produk.”

Terdapat berbagai tolok ukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud menyatakan bahwa;

“Keberhasilan usaha adalah keadaan di mana usaha mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya. Umumnya, keberhasilan usaha menunjukkan keadaan yang lebih baik/unggul dari pada masa sebelumnya. Keberhasilan usaha yang saya jalani juga diukur berdasarkan keuntungan yang didapat perusahaan dan juga perkembangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.”

2. Kendala Dari Pengembangan Strategi Usaha Pada Toko kain A.A Mahmud Kota Binanga

Berbagai macam kendala selalu dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya pada jenis usaha pada skala kecil dan menengah, melalui hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud menyatakan bahwa;

“berbagai kendala yang dihadapi dalam mengelola usaha, terbatasnya waktu dalam memenuhi kebutuhan pokok bisnis, dalam hal kegiatan produksi, penjualan, maupun pemasaran. Yang disebabkan oleh kurangnya tenaga ahli dan peralatan produksi. Kendala selanjutnya yaitu masalah finansial atau permodalan, keterbatasan modal membuat proses kapasitas produksi yang masih kecil, karena kurangnya sarana dan prasaranan yang dibutuhkan dalam proses produksi, promosi yang belum terpenuhi dan lokasi yang kurang memadai sehingga konsumen tidak tertarik untuk singgah untuk berbelanja ke toko kain A.A Mahmud kota binanga”

Dari beberapa hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, strategi pengembangan usaha melalui perencanaan yang dijalankan di usaha Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga. Perusahaan tersebut telah membuat beberapa perencanaan sebagai upaya peningkatan usaha, seperti melakukan inovasi produk, memanfaatkan digital marketing sebagai marketplace penjualan produk kain, dan juga melakukan berbagai promosi dengan tujuan untuk menunjang peningkatan penjualan produk kain dalam jumlah yang lebih besar. Penentuan harga yang terjangkau dengan kualitas kain yang baik dan juga penambahan modal menjadi bagian dari perencanaan yang digunakan toko kain Kain A.A Mahmud merupakan bagian dari perencanaan pengembangan usaha tersebut. Namun terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses perencanaan pengembangan perusahaan, antara lain yaitu kurangnya tenaga ahli dan juga peralatan produksi yang menyebabkan keterbatasan waktu dalam proses produksi, penjualan dan juga pemasaran. Dan juga kendala yang ditemukan yaitu kurangnya modal perusahaan dalam menunjang aktivitas produksi hingga promosi iklan perusahaan dan lokasi yang belum strategis dalam perusahaan tersebut .

b. Pengelolaan (Manajemen) Usaha

Seluruh tingkat skala usaha dari yang kecil sampai besar, sangat memerlukan manajemen atau pengelolaan usaha. Secara sederhana, pengelolaan usaha adalah merupakan usaha untuk menyatukan berbagai sumber daya yang dilakukan secara sistematis, berdasarkan prinsip kerja sama yang didasarkan pada

pembagian tugas dan fungsi dengan menggunakan prinsip kepemimpinan untuk mencapai tujuan bersama.

Terkait implementasi pengelolaan usaha yang dilaksanakan dalam kegiatan usaha, peneliti melakukan wawancara dengan Pemilik Toko A.A Mahmud yang menyatakan bahwa;

“Tahapan pengelolaan usaha yang dijalankan selama ini selalu dimulai dari proses Perencanaan dengan tujuan untuk menentukan segala sesuatu sebelum dilakukan kegiatan-kegiatan usaha, perencanaan tersebut meliputi kegiatan, pengumpulan potensi atau sumber daya, baik bahan baku, sumber permodalan, sumber daya manusia, potensi pasar, rencana promosi yang akan dilakukan. Tahap pengelolaan selanjutnya yaitu melakukan Pengawasan dengan tujuan untuk mengawasi apakah sesuai rencana atau tidak. Pelaksanaan pengawasan sendiri saya jalankan dengan tujuan untuk Mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target bisnis yang telah ditetapkan.”

Permasalahan yang terjadi dalam mengelola suatu usaha merupakan sesuatu yang sering dihadapi oleh pemilik bisnis itu sendiri, berdasarkan hasil wawancara dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud menerangkan bahwa ;

“Selama perjalanan bisnis yang saya jalankan terdapat beberapa permasalahan yang sering dihadapin diantaranya yaitu, permasalahan keterlambatan dalam proses produksi sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh klien, keterbatasan modal dalam pemenuhan kebutuhan usaha, kekurangan sumber daya manusia dalam proses produksi.”

Pengelolaan perusahaan yang terstruktur dan sistematis dinilai berdampak terhadap peningkatan pengembangan suatu perusahaan, berikut merupakan hasil wawancara dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud terkait yang perlu dilakukan dalam meningkatkan penglolaan suatu perusahaan;

“Untuk meningkatkan pengelolaan perusahaan yang baik, kami

melakukan peningkatan terhadap pemanfaat sumber daya manusia sebagai tenaga ahli perusahaan, dengan tujuan agar mampu meningkatkan manajemen perusahaan dalam mengembangkan produk, memberikan inovasi dalam menemukan ide-ide baru terkait pengembangan usaha yang sedang dijalankan ini.”

Stratgei pengembangan usaha melalui indikator pengelolaan usaha, diketahui bahwa berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan, pengelolaan usaha yang dijalankan pada Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga selama ini telah menjalan beberapa langkah-langkah pengelolaan usaha agar berjalan dengan baik, diantaranya yaitu, melakukan perencanaan yang meliputi kegiatan pengumpulan potensi atau sumber daya yang ada di sekitar lingkungan usaha, baik bahan baku, sumber permodalan, sumber daya manusia, potensi pasar, rencana promosi yang akan dilakukan, serta system pelayanan dalam usaha. Dalam upaya meningkatkan pengelolaan usaha, perusahaan tersebut melakukan peningkatan sumber daya manusia sebagai tenaga ahli, agar mampu mengembangkan produk, melakukan inovasi untuk memunculkan ide-ide baru pengembangan usaha. Namun dalam pengelolaan yang dijalankan terdapat beberapa kendala dan permasalahan, diantaranya yaitu, kekurangan peralatan produksi seperti mesin jahit dan sumber daya manusia yang berdampak terhadap keterlambatan proses produksi. Selanjutnya yaitu permasalahan pada keterbatasan modal dalam mendukung proses produksi dan promosi usaha itu sendiri.

c. Mengatur Pertumbuhan

Mengatur pertumbuhan suatu perusahaan membutuhkan bekal pemahaman tentang bagaimana menjalankan suatu usaha baik dari segi pembentukan badan usaha (organisasi usaha), manajemen organisasi usaha maupun pengetahuan tentang manajemen keuangannya. Mengatur pertumbuhan sebuah usaha dilaksanakan guna mencapai tujuan yang diharapkan. Pengaturan pertumbuhan dibutuhkan untuk mencapai tujuan usaha, baik itu dari aspek profit maupun tujuan lain sesuai yang diinginkan oleh pihak pengelola.

Untuk mengatur perkembangan suatu usaha dibutuhkan langkah-langkah strategis sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan yang

diinginkan, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud menerangkan bahwa;

“Langkah pengembangan usaha yang biasa saya lakukan yaitu menetapkan sasaran yang diharapkan untuk dicapai, seperti penentuan produk yang dibutuhkan konsumen secara umum dan khusus, selanjutnya yaitu bagian yang memang sangat penting yaitu menetapkan langkah perencanaan dalam menjalankan usaha, yang bertujuan untuk Menganalisis lingkungan bisnis, terutama pelanggan dan persaingan.”

Kemampuan suatu perusahaan dalam melakukan penjualan produk berskala besar merupakan tujuan penting dalam pengaturan pertumbuhan suatu perusahaan, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud terkait langkah yang diambil dalam meningkatkan penjualan yaitu sebagai berikut;

“Untuk meningkatkan penjualan produk usaha yang saya jalankan, langkah awal yang dilaksanakan yaitu menentukan konsumen sebagai sasaran pasar produk yang akan didistribusikan, sehingga menarik perhatian konsumen tersebut, menetapkan harga yang terjangkau namun memiliki kualitas produk kain yang baik, melakukan promosi dan juga memberikan inovasi desain produk yang sesuai dengan perkembangan trend sesuai masa dan waktu.”

Selanjutnya terkait pertumbuhan perusahaan yang dijalankan oleh Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga, dengan hasil wawancara sebagai berikut;

“Pertumbuhan perusahaan yang berjalan selama ini berada pada kondisi yang fluktuatif atau tidak konsisten secara pendapatan dan penjualan, jika dihitung berdasarkan penjualan bulanan selama ini berbeda-beda keuntungan yang diperoleh setiap bulannya, bisa minus bisa juga meningkat.”

Berdasarkan beberapa hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa

pengaturan pertumbuhan suatu perusahaan yang dijalankan pada Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga sejauh ini memiliki beberapa langkah-langkah pengaturan pertumbuhan usaha dalam mengembangkan usaha yang dijalani, antara lain yaitu, tahap pertama dilakukan perencanaan usaha dalam upaya untuk menetapkan sasaran produk yang akan diperjualbelikan, perencanaan tersebut bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk yang lebih besar. Pengaturan pertumbuhan perusahaan juga dilakukan dengan melaksanakan promosi dan juga inovasi produk kain yang akan dipasarkan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat umum. Permasalahan dalam pertumbuhan usaha yang terjadi pada Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga yaitu terkait belum konsistennya pertumbuhan usaha pada aspek pendapatan dan penjualan produk, penjualan produk pada usaha tersebut masih terjadi fluktuatif setiap bulannya.

d. Pendorong Usaha

Faktor-faktor Pendorong usaha adalah kemampuan seseorang untuk melihat peluang pasar dan mampu memanfaatkannya dengan menghasilkan suatu barang ataupun jasa. Kemampuan yang didapatkan seseorang tersebut tentulah disebabkan oleh beberapa faktor-faktor pendukung seseorang untuk menjalankan usaha.

Terkait faktor-faktor pendorong yang mampu mengembangkan suatu usaha, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik Masrona Harahap Usaha/ Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga, sebagai berikut;

“Diantara berbagai faktor yang saya manfaatkan untuk mengembangkan usaha yang sedang saya jalankan sekarang yaitu diantaranya, penambahan modal usaha, kemudahan dalam melakukan promosi, dan juga dukungan dari pemerintah setempat dalam membantu mengembangkan produktivitas usaha mikro, kecil ataupun menengah, agar mampu berkembang secara nasional.”

Untuk mengetahui faktor penghambat dalam menjalankan kegiatan usaha, peneliti melakukan wawancara pemilik Masrona Harahap Usaha/ Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga, sebagai berikut;

“Permasalahan yang paling berdampak terhadap keberlangsungan

usaha yang saya jalankan adalah keterbatasan modal dan juga pemasaran, keterbatasan modal menyebabkan kapasitas produksi yang kecil dan juga promosi yang terbatas.”

Berdasarkan beberapa hasil wawancara di atas, disimpulkan bahwa faktor pendorong yang paling berpengaruh terhadap pengembangan suatu usaha, baik dari segi peningkatan penjualan dan juga keuntungan adalah permodalan atau penambahan modal, dengan modal yang memadai sebuah perusahaan dinilai mampu lebih produktif dalam menjalankan kegiatan usaha seperti peningkatan kapasitas stock bahan, promosi dan juga pemasaran. Terkait hambatan yang dihadapi pengusaha dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah keterbatasan modal dan juga kesulitan dalam proses pemasaran, kedua hambatan tersebut berdampak terhadap pengembangan perusahaan yang kurang efisien dan produktif.

C. Temuan Penelitian

Temuan penelitian berupa data lapangan diperoleh melalui penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Ini sangat diperlukan sebagai hasil pertimbangan antara hasil temuan penelitian di lapangan dengan teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian. Dalam hal ini, peneliti menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud). Temuan penelitian terkait, diperoleh berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan sebagai pemilik perusahaan, yang diuraikan berdasarkan indikator penjualan, modal usaha, dan juga persaingan usaha

a. Penjualan

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur dengan mengetahui tingkat penjualan dari produk yang dipasarkan yang disesuaikan dengan target penjualan yang telah

direncanakan;

Berikut merupakan data hasil penjualan yang diperoleh Toko Kain A.A Mahmud pada tahun 2021, yang diklasifikasikan berdasarkan penjualan bulanan;

Tabel 3 Jumlah Penjualan Toko Kain A.A Mahmud Tahun 2020

Bulan	Volume Penjualan (Meter)	Pendapatan (Rp)
Januari	420	Rp 25.200.000
Februari	510	Rp 30.600.000
Maret	460	Rp 27.600.000
April	370	Rp 22.200.000
Mei	402	Rp 24.120.000
Juni	520	Rp 31.200.000
Juli	493	Rp 29.580.000
Agustus	455	Rp 27.300.000
September	532	Rp 31.920.000
Oktober	416	Rp 24.960.000
November	579	Rp 34.740.000
Desember	485	Rp 29.100.000
Total	5642	Rp 338.520.000

Tabel 4 Jumlah Penjualan Toko Kain A.A Mahmud Tahun 2021

Bulan	Volume Penjualan (Meter)	Pendapatan (Rp)
Januari	476	Rp 28.560.000
Februari	421	Rp 25.260.000
Maret	524	Rp 31.440.000
April	497	Rp 29.820.000
Mei	567	Rp 34.020.000

Juni	379	Rp 22.740.000
Juli	671	Rp 40.260.000
Agustus	519	Rp 31.140.000
September	451	Rp 27.060.000
Oktober	592	Rp 35.520.000
November	570	Rp 34.200.000
Desember	508	Rp 30.480.000
Total	6175	Rp 370.500.000

Dari tabel di atas, diketahui Jumlah Penjualan Toko Kain A.A Mahmud Tahun 2020 berdasarkan volume penjualan kain yaitu sebanyak 5642 (Meter) dengan total pendapatan (Rp) adalah sebesar Rp 338.520.000 sementara pada tahun 2021 volume penjualan kain yaitu sebanyak 6175 dengan total pendapata sebesar Rp 370.500.000 masing-masing harga per meter di bandrol dengan rata-rata harga sebesar Rp. 60.000.00,.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan jumlah pendapatan tahunan yang diperoleh Toko Kain A.A Mahmud tahun 2022 sebesar Rp 338.520.000 dan pada tahun sebesar Rp.370.500.000, maka usaha Toko Kain A.A Mahmud dikategorikan sebagai usaha dengan jenis usaha kecil. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 dikatakan kriteria usaha kecil yaitu memiliki Omset penjualan tahunan dari Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar

Strategi pemasaran berkaitan dengan bagaimana cara meyakinkan pembeli/pelanggan terhadap produk yang akan dijual. Untuk dapat meyakinkan pembeli si penjual harus memiliki keyakinan bahwa produk yang dijual memang patut dibeli.

Volume penjualan dapat dijabarkan sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan. Hasil wawancara yang diperoleh menunjukkan bahwa pemasaran dengan media browsur dan juga media online merupakan bagian perencanaan vital yang selalu dilaksanakan oleh perusahaan agar mampu meningkatkan penjualan.

Pemasaran merupakan upaya mengatur strategi dan cara agar konsumen

mau mengeluarkan uang yang mereka miliki untuk menggunakan produk atau jasa yang dimiliki sebuah perusahaan, dalam hal ini usaha kecil dan menengah. Dengan strategi pemasaran yang baik posisi usaha kecil dan menengah menjadi kuat dan patut diperhitungkan dalam kegiatan ekonomi nasional yang akhirnya membawa keuntungan bagi usaha tersebut.

b. Modal

Berdasarkan data hasil wawancara yang diperoleh diketahui bahwa modal awal pendirian usaha yang dijalankan Toko Kain A.A Mahmud adalah sebesar Rp. 81.509.500 berikut merupakan rincian modal awal yang dikeluarkan dalam membangun usaha Toko Kain A.A Mahmud;

Tabel 5 Modal Awal Toko Kain A.A Mahmud

No	Keterangan Biaya	Biaya (Rp)
1	Biaya sewa selama 1 tahun	27.000.000
2	Biaya pembelian peralatan Usaha	5.180.000
3	Biaya pembelian perlengkapan Usaha	9.013.500
4	Biaya Pembelian Bahan Kain	22.500.000
5	Legalitas pendirian usaha	750.000
6	Renovasi	6.987.500
7	Cadangan kas	10.078.500
Total		81.509.500

Perputaran modal kerja digunakan untuk menentukan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modal kerja untuk menghasilkan penjualan bersih. Perputaran modal kerja menunjukkan seberapa modal kerja perusahaan berputar dalam satu tahun. Selanjutnya untuk mengetahui perputaran modal yang dikeluarkan perusahaan, berikut merupakan data yang diperoleh peneliti di lapangan terkait modal pengeluaran Toko Kain A.A Mahmud per bulan ;

Tabel 6 Modal Bulanan Toko Kain A.A Mahmud

No	Barang	Harga
1	Stock baju batik 1 bulan	Rp13.000.000
2	Plastik kemas	Rp300.000
3	Kresek	Rp200.000
4	Listrik dan air	Rp150.000
5	Gaji 1 orang pegawai	Rp1.750.000
6	Biaya tambahan	Rp200.000
Total		Rp15.600.000

Perhitungan keuntungan bersih dalam 1 bulan, dapat dihitung dengan rumus = Keuntungan kotor dalam bulan – modal usaha per bulan. Maka untuk perhitungan keuntungan bersih Toko Kain A.A Mahmud per bulannya, dapat diketahui seperti rincian di bawah ini :

Keuntungan Bersih Toko Kain A.A Mahmud Per Bulan

NO	Rincian	Biaya
1	Keuntungan Kotor dalam 1 Bulan	28.560.000
2	Modal Usaha Per Bulan	15.600.000
	Total Pengurangan	Rp12.960.000

Dapat diketahui bahwa Total Keuntungan Bersih Toko Kain A.A Mahmud Tiap Bulan adalah sebesar Rp12.960.000. Jika dihitung untuk penghasilan bersih yang diperoleh Toko Kain A.A Mahmud yaitu Rp12.960.000 X 12 Bulan = Rp 155.520.000 . jadi dapat disimpulkan bahwa keuntungan bersi per tahun yang diperoleh perusahaan adalah Rp 155.520.000

Selanjutnya untuk menghitung perputaran modal pada suatu bisnis adalah jumlah antara modal per tahun dan juga modal awal. Sedangkan untuk penentuan balik modal usaha, untuk mengetahui perputaran modal digunakan metode perhitungan berikut;

Perolehan balik modal = Modal awal : Keuntungan bersih per tahun.

Berikut estimasi perputaran modalnya modalnya :

Perputaran Modal Toko Kain A.A Mahmud Per Tahun

No	Rincian	Total
1	Total Modal Awal	Rp81.509.500
2	Total Keuntungan Bersih Per Bulan	Rp 155.520.000
	Total Balik Modal	0,5241

Dengan Total Perolehan Balik Modal pertahun sebesar 0,5241. Maka untuk mengetahui perputaran modal suatu perusahaan digunakan rumus perhitungan dengan cara $0,5241 \times 360 \text{ Hari} = 189 \text{ hari}$. Jadi perputaran Modal kerjanya untuk UMKM Toko Kain A.A Mahmud per tahun adalah 189 hari.

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

c. Persaingan

Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan, persaingan menentukan ketetapan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya, seperti inovasi, budaya kohesif atau pelaksanaan yang baik. Saat ini dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi, banyak terjadi persaingan usaha. Persaingan merupakan keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Dari data wawancara yang diperoleh diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya persaingan usaha antara lain yaitu, kualitas produk, harga produk dan juga lokasi strategis. Kualitas produk akan sangat menentukan arah konsumen dalam melakukan pemilihan tempat pembelian terhadap produk yang diinginkan, sama halnya dengan harga, konsumen akan memilih harga yang

lebih terjangkau dengan kualitas yang baik, serta lokasi yang strategis sebagai tempat pemasaran produk akan mampu mengambil alih minat dan perhatian konsumen untuk melakukan suatu pembelian.

D. Pembahasan

1. Strategi Pengembangan Usaha Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga

a. Membuat Perencanaan

Perencanaan usaha merupakan gambaran pencapaian-pencapaian yang ingin diraih oleh pengusaha. Usaha yang baik harus memiliki perencanaan yang matang. Perencanaan ini meliputi hal-hal krusial (menentukan), diantaranya perencanaan pada aspek lokasi, pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, keuangan, sumber daya manusia, sosial dan ekonomi, serta legalitas.

Strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh Toko Kain A.A Mahmud yaitu: Dalam menentukan perencanaan yang baik dan produktif Toko Kain A.A Mahmud harus membuat beberapa perencanaan sebagai upaya peningkatan usaha, seperti melakukan inovasi produk, memanfaatkan *digital marketing* sebagai marketplace penjualan produk kain, dan juga melakukan berbagai promosi dengan tujuan untuk menunjang peningkatan penjualan produk kain dalam jumlah yang lebih besar. Penentuan harga yang terjangkau dengan kualitas kain yang baik dan juga penambahan modal menjadi bagian dari perencanaan yang digunakan toko kain Kain A.A Mahmud merupakan bagian dari perencanaan pengembangan usaha tersebut.

Selain beberapa poin di atas, Toko Kain A.A Mahmud juga harus fokus pada perencanaan pasar yang dibidik. Melalui produk yang diperjualbelikan dengan harga terjangkau namun tetap memiliki kualitas yang baik, pasar yang menjadi sasaran adalah ibu-ibu pekerja atau kalangan ekonomi menengah keatas dengan kualitas kain yang lebih mahal, serta model desain yang disesuaikan dengan perkembangan jaman.

Strategi-strategi perencanaan di atas dinilai cukup matang dari sisi substansinya dan dapat menjadi pembelajaran khususnya bagi wirausaha sebelum dan saat menjalankan bisnis. Hal ini dilakukan untuk menghindari beberapa

kemungkinan buruk yaitu kurangnya pemahaman terhadap segmentasi pasar, dan kurang matangnya dalam perencanaan bisnis. Pelaksanaan perencanaan yang dilakukan oleh Toko Kain A.A M ahmud sangat sederhana namun signifikan. Dengan mempertimbangkan aspek inovasi, pangsa pasar, produksi, serta sosial dan ekonomi diharapkan para pelaku usaha dapat memulai ataupun mengembangkan usahanya dengan baik

2. Kendala Dari Pengembangan Strategi Usaha Pada Toko kain A.A Mahmud Kota Binanga

Namun terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses perencanaan pengembangan perusahaan, antara lain yaitu kurangan tenaga ahli dan juga peralatan produksi yang menyebabkan keterbatasan waktu dalam proses produksi, penjualan dan juga pemasaran. Dan juga kendala yang ditemukan yaitu kurangnya modal perusahaan dalam menunjang aktivitas produksi hingga promosi iklan perusahaan dan lokasi yang belum strategis dalam perusahaan tersebut.

Yang harus dilakukan Toko Kain A.A Mahmud untuk mengatasi kendala dari pengembangan usaha UMKM yaitu:

1. Perlunya melakukan pembukuan untuk mengetahui Modal Usaha yang dikeluarkan dan dimasukkan, biaya dan penghasilan Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga agar
2. Promosi yang harus dilakukan dengan secara efektif dan produktif, memanfaatkan media sosial, dengan cara ini Toko Kain A.A mahmud akan dikenal banyak kalangan konsumen.
3. Lokasi yang kurang strategis mungkin adalah kendala di dalam usaha akan tetapi kita harus bisa memanfaatkan segala fasilitas yang ada disetiap sosial media, dengan mengupload lokasi kita di media agar berbagai pihak di daerah sekitar dan masyarakat lain mengetahui lokasi dari usaha Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga.

b. Pengelolaan (Manajemen) Usaha

Keberhasilan dalam pengembangan usaha ditentukan oleh kapabilitas (kemampuan) pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya. Di dalam pengelolaan

usaha, seorang pelaku usaha harus memberikan perhatian pada fungsi-fungsi manajemen seperti *planning* (perencanaan), *actuating* (penggerakan), *organizing* (pengorganisasian) dan *controlling* (pengendalian). Berdasarkan data hasil penelitian di lapangan, peneliti mendapati fenomena pengelolaan usaha di Toko Kain A.A Mahmud yang sesuai dengan keempat fungsi manajemen tersebut.

Dari segi *planning*, Toko Kain A.A Mahmud melakukan penjualan kain dalam jumlah besar jika ada pesanan. Begitupun standar kualitas kain juga disesuaikan dengan permintaan konsumen. Hal ini merupakan strategi produksi yang sangat baik sekali demi menghindari membeludaknya produk, dan untuk meminimalisir biaya bahan baku (pembelian bahan kain dan ongkos karyawan).

Disamping itu, jika perusahaan mendapatkan permintaan barang yang tinggi maka manajer atau pemilik usaha akan membagi beban pekerjaan kepada usaha kain lainnya. Melalui kebijakan tersebut maka diharapkan terbentuk suatu hubungan kerja dan persaingan pasar yang sehat antara masing-masing usaha kain. Sistem kerja semacam ini cukup efektif dalam meningkatkan citra baik perusahaan pada dua aspek, yaitu: baik bagi pelanggan/konsumen karena produk pesannya dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dan baik pula untuk pesaing karena mendapatkan pesanan.

Controlling yang baik juga dilakukan oleh Toko Kain A.A Mahmud dengan cara manampung keluhan dan masukan konsumen sebagai bahan evaluasi. Dengan melakukan kebijakan ini maka Toko Kain A.A Mahmud dapat meninjau sejauh mana produk yang diperdagangkan dapat memenuhi kepuasan konsumen dan mencapai ekspektasi perusahaan. Meskipun perusahaan telah melakukan control produk secara maksimal namun tidak menutup kemungkinan terdapat kekurangan atau cacat produk yang luput dari pengecekan. Oleh karena itu, sifat rendah hati dan bertanggung jawab menjadi karakter penting yang harus ditanamkan pada pribadi masing-masing karyawan.

Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga selama ini telah menjalankan beberapa langkah-langkah pengelolaan usaha agar berjalan dengan baik, yaitu, melakukan perencanaan yang meliputi kegiatan pengumpulan potensi atau sumber daya yang ada di sekitar lingkungan usaha, baik bahan baku, sumber permodalan,

sumber daya manusia, potensi pasar, rencana promosi yang akan dilakukan, serta system pelayanan dalam usaha. Dalam upaya meningkatkan pengelolaan usaha, perusahaan tersebut melakukan peningkatan sumber daya manusia sebagai tenaga ahli, agar mampu mengembangkan produk, melakukan inovasi untuk memunculkan ide-ide baru pengembangan usaha.

Namun dalam pengelolaan yang dijalankan terdapat beberapa kendala dan permasalahan, diantaranya yaitu, kekurangan peralatan produksi seperti mesin jahit dan sumber daya manusia yang berdampak terhadap keterlambatan proses produksi. Selanjutnya yaitu permasalahan pada keterbatasan modal dalam mendukung proses produksi dan promosi usaha itu sendiri.

c. Mengatur Perumbuhan

Pengaturan pertumbuhan usaha merupakan faktor yang sangat penting sekali dalam mempengaruhi perkembangan usaha. Seorang wirausaha harus mampu membaca peluang usaha dan/atau bahkan menciptakan peluang itu sendiri. Kemunculan dari pertumbuhan usaha itu dapat hadir melalui beberapa faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Wirausaha sangat dituntut untuk memiliki kemampuan dalam membaca dan mengatur pertumbuhan demi keberlangsungan usahanya.

Dalam mengatur sebuah pertumbuhan perusahaan dari aspek pemasaran dan penjualan berdasarkan data wawancara lapangan yang diperoleh. Toko Kain A.A Mahmud melakukan pemasaran dengan 2 cara, yakni online dan tradisional. Teknik pemasaran secara online yaitu dengan memanfaatkan media sosial di internet. Sedangkan teknik pemasaran tradisional dengan cara memasarkan produk langsung kepada calon konsumen atau meningkatkan citra produk agar tersampai teknik pemasaran dari mulut ke mulut.

Dewasa ini, seiring dengan kemajuan dan perkembangan dunia teknologi dan informasi, masyarakat mulai menuntut kemudahan dalam segala hal, termasuk kemudahan dalam dunia jual beli. Berangkat dari fenomena tersebut, Toko Kain A.A Mahmud juga merambah dunia komunikasi sebagai media pemasaran produk. Pemasaran menggunakan internet dinilai sebagai strategi yang efektif karna dapat menembus batas ruang dan waktu sehingga penyampaian informasi dapat berlangsung lebih cepat, murah dan mudah. Selain itu masih ada banyak

keuntungan yang didapatkan melalui pemasaran secara online, salah satunya adalah produsen dapat melakukan diskusi promosi secara interaktif kepada konsumen atau calon konsumen.

Strategi pemasaran dan penjualan yang kedua yaitu dengan melakukan promosi penjualan “mulut ke mulut”. Istilah ini pada dunia marketing dikenal sebagai istilah *word-of-mouth marketing*. *Word-of-mouth marketing* adalah proses penyampaian informasi, khususnya rekomendasi tentang produk dan jasa, antara dua orang atau lebih secara non-formal.

Pengaturan pertumbuhan perusahaan juga dilakukan dengan melaksanakan promosi dan juga inovasi produk kain yang akan dipasarkan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat umum. Permasalahan dalam pertumbuhan usaha yang terjadi pada Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga yaitu terkait belum konsistennya pertumbuhan usaha pada aspek pendapatan dan penjualan produk, penjualan produk pada usaha tersebut masih terjadi fluktuatif setiap bulannya.

d. Pendorong Usaha

Pendorong usaha adalah kemampuan seseorang untuk melihat peluang pasar dan mampu memanfaatkannya dengan menghasilkan suatu barang ataupun jasa. Kemampuan yang didapatkan seseorang tersebut tentulah disebabkan oleh beberapa faktor-faktor pendukung seseorang untuk menjalankan usaha.

Dalam mendukung aktifitas Toko Kain A.A Mahmud dalam menjalankan kegiatan bisnis nya, pengaruh modal dan juga pemasaran merupakan sesuatu yang mampu mendukung pengembangan usaha, seperti pada aspek peningkatan penjualan dan juga permodalan. Dalam hal ini faktor pendorong yang paling dibutuhkan oleh Toko Kain A.A Mahmud yaitu penambahan modal dan juga pemasaran.

Faktor pendorong yang paling berpengaruh terhadap pengembangan suatu usaha, baik dari segi peningkatan penjualan dan juga keuntungan adalah permodalan atau penambahan modal, dengan modal yang memadai sebuah perusahaan dinilai mampu lebih produktif dalam menjalankan kegiatan usaha seperti peningkatan kapasitas stock bahan, promosi dan juga pemasaran. Terkait hambatan yang dihadapi pengusaha dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah

keterbatasan modal dan juga kesulitan dalam proses pemasaran, kedua hambatan tersebut berdampak terhadap pengembangan perusahaan yang kurang efisien dan produktif.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pendorong seperti penambahan modal dan juga aspek pendukung kegiatan pemasaran UMKM dinilai akan mampu mengembangkan usaha yang dijalani ke arah yang lebih berkembang.

Dalam tinjauan pemasaran islam, strategi pengembangan seorang pebisnis harus berperilaku yang telah diajarkan dalam pemasaran islam diantaranya :

a. Senang memberi hadiah

Hibah atau hadiah adalah salah satu bentuk tolong menolong dalam rangka kebajikan diantara sesama manusia sangat positif. Rasulullah bersabda

تَهَادُوا تَحَابُّوا

“saling memberi hadiahlah, kemudian saling mengasihi” (HR. Bukhari).

Akan tetapi hadiah yang dilarang oleh syara adalah hadiah yang mengandung unsur risywah atau suap karena islam melarang dengan keras segala bentuk suap. Project Toko Kain A.A Mahmud dalam implementasi strategi pengembangan salah satunya terdapat pemberian hadiah yang berupa diskon dan cashback. Pemberian hadiah yang ada di Toko Kain A.A Mahmud selain dijadikan untuk menarik pelanggan juga sebagai tolong menolong dalam sesama muslim karena apabila seorang pelanggan apabila berkeinginan untuk menyewa akan tetapi budget yang dimiliki masih rendah dengan adanya pemberian hadiah ini akan membantu dalam sesama muslim.

b. Bersaing secara sehat

Dalam dunia usaha pasti akan memiliki pesaing yang berat. Akan tetapi, Al-Qur'an melukiskan tentang persaingan yang positif yakni *fastabiqul khairat*. *Fastabiqul khairat* adalah berlomba-lomba dalam kebaikan demi meraih ridha Allah SWT.

Manfaat *fastabiqul khairat* bagi pemasar selain meningkatkan

penghasilan karena umumnya sistem bonus dan juga manfaat yang lain akan menjadikan pekerjaannya sebagai bagian dari ibadah. Salah satu cara untuk menghadapi pesaing, Toko Kain A.A Mahmud melakukan pengiklanan secara berbayar agar produk yang ada di Toko Kain A.A Mahmud semakin dikenal dan diminati oleh pelanggan. Selain itu, Toko Kain A.A Mahmud juga mempertahankan kualitas pada bahan kain dan motif karena hal ini juga akan membedakan antara desain dan mutu pesaing yang lainnya.

c. Menentukan harga secara adil

Harga dalam ekonomi syariah didasarkan atas mekanisme pasar, yakni harga ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran berdasarkan atas asas sukarela sehingga tidak ada satu pihak pun yang teraniaya atau terzalimi. Dengan syarat sebaiknya kedua belah pihak yang bertransaksi mengetahui akan produk dan harga pasaran produk tersebut.

Penetapan harga dalam perspektif syariah tidaklah terlalu rumit, penetapan harga tertumpu besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi. Berkenaan dengan hal tersebut Allah SWT berfirman dalam Q.S Ali Imran :130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

yang artinya

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah SWT supaya kamu mendapatkan keberuntungan ”.

Ayat tersebut menunjukkan bahwa didalam melakukan transaksi ekonomi tidak dibenarkan untuk mematok harga yang berlipat ganda sebagai wujud keuntungan pribadi atau perusahaan. Praktik manipulasi dan memahalkan harga dipicu sikap egois dan individualis yang bertentangan dengan prinsip kemaslahatan islam. Harga dalam perspektif syariah bukan berlandaskan pada faktor keuntungan semata tetapi juga

didasarkan pada aspek daya beli masyarakat dan kemaslahatan umat, sehingga konsep keuntungan yang berlipat-lipat dari penetapan harga yang mahal tidak dibenarkan dalam islam.

Dengan demikian bisnis yang baik adalah bisnis yang tidak melakukan kecurangan dalam menentukan nisbah, penentuan harga, ukuran dalam kehidupan bisnis syariah. Sehingga tidak ada salah satu pihak yang terzalimi dan menzalimi. Hal ini yang dilakukan oleh Toko Kain A.A Mahmud penentuan harga dilakukan secara terperinci pada saat memposting agar tidak menzalimi konsumen yang hendak membeli bahan kain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud) dalam melaksanakan tugas pokoknya sudah cukup berjalan Efektif secara keseluruhan. Hal tersebut dikarenakan beberapa indikator yang digunakan yaitu

1. Membuat perencanaan, Dalam menentukan perencanaan yang baik dan produktif Toko Kain A.A Mahmud telah membuat beberapa perencanaan sebagai upaya peningkatan usaha, seperti melakukan inovasi produk, memanfaatkan *digital marketing* sebagai marketplace penjualan produk kain, dan juga melakukan berbagai promosi dengan menggunakan iklan, spanduk, majalah dengan tujuan untuk menunjang peningkatan penjualan produk kain dalam jumlah yang lebih besar.
2. Pada indikator pengelolaan usaha, Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga selama ini telah menjalankan beberapa langkah-langkah pengelolaan usaha agar berjalan dengan baik, yaitu, melakukan perencanaan yang meliputi kegiatan pengumpulan potensi atau sumber daya yang ada di sekitar lingkungan usaha, baik bahan baku, sumber permodalan, sumber daya manusia, potensi pasar, rencana promosi yang akan dilakukan, serta system pelayanan dalam usaha.
3. Selanjutnya pada indikator pertumbuhan usaha Toko Kain A.A Mahmud juga merambah dunia komunikasi sebagai media pemasaran produk.. Serta indikator pendorong usaha Toko Kain A.A Mahmud dalam menjalankan kegiatan bisnis nya, pengaruh modal dan juga pemasaran merupakan sesuatu yang mampu mendngkrak pengembangan usaha, seperti pada aspek peningkatan penjualan dan juga permodalan. Dalam hal ini faktor pendorong yang paling dibutuhkan oleh Toko Kain A.A Mahmud yaitu penambahan modal dan juga pemasaran.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut ;

1. UMKM Toko Kain A.A Mahmud diharapkan agar menggunakan strategi pemasaran bauran, yaitu yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan pemasaran untuk mengembangkan usahanya. UMKM Toko Kain A.A Mahmud juga memberikan layanan secara online untuk setiap produk yang dipasarkan.
2. UKM Toko Kain A.A Mahmud harus bisa memperbaiki Manajemen yang tidak rapi dengan Administrasi yang lebih baik serta melakukan promosi secara kolektif. Serta menambah permodalan dengan meminjam uang ke Bank atau bekerjasama dengan BUMN dan terus melakukan inovasi.
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti Lokasi yang strategis, Modal yang cukup, Promosi yang menarik sebagai strategi pengembangan usaha UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Muhammad Afridhal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 223–233.
- Al-Bara, A.-B., & Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227–248. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1, 1–12.
- AYuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.
- Cecep Suhardedi. (2010). *Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (Clarias gariepinus)*.
- Dahrani. (2018). *Analisis Kompetensi Sumber Daya Insani Berkarakter Pada BPRS Di Sumut*. November, 239.
- Dahrani, D., Saragih, F., & Ritonga, P. (2022). Model Pengelolaan Keuangan Berbasis Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan : Studi pada UMKM di Kota Binjai. *Owner*, 6(2), 1509–1518. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.778>
- Dahrani, D., Sari, M., Saragih, F., & Jufrizen, J. (2021). Model Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak yang Melakukan Usaha di Kota Medan). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(02), 379–389. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1513>
- Dahrani, & Mirhanifah. (2014). Analisis Mekanisme Pembiayaan Mudharabah Pada Pt. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan. *Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 137–157.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarif, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Fatma, R. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM

- MENINGKATKAN PENDAPATAN EKONOMI MASYARAKAT (Study Kasus: Tahu 151 A Kelurahan Abian Tubuh Kota Mataram). *Skripsi*, 1–144.
- Ghassani, N. (2015). KEMITRAAN PENGEMBANGAN UMKM” (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142–151.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 12(1), 45. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran. *Manajemen Bisnis*, 8(2), 167–176. <https://doi.org/10.22219/jmb.v8i2.7069>
- Hayati, I., & Fitria2, S. (2018). Pengaruh Burnout Terhadap Kinerja Karyawan Pada BMT El-Munawar Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 50–65. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i1.1924>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,”* 9(1), 195–204.
- Jaidan, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.
- Kurniawan, M., & Haryati, N. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 97–102.
- Lestari, S. P., Dahrani, D., Purnama, N. I., & Jufrizen, J. (2021). Model Determinan Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 245–256.
- Mahfudliyah, I. T. A. (n.d.). *Analisis Pengaruh Efisiensi Modal Kerja Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 82–98.

- Mikro, U., & Dan, K. (2021). *PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)*.
- Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2003). Volume 2, Issue 3. *American Journal of Undergraduate Research*, 2(3), 179–188. <https://doi.org/10.33697/ajur.2003.020>
- Muhammad Irfan Nasition, S.E., M. S. (2017). *MANAJEMEN USAHA UNTUK USAHA MIKRO DAN KECIL*. UMSU PRESS.
- Mulyadi, F. (2017). *Analisis Faktor Pertimbangan Pemilihan Lokasi Usaha*. 1–16.
- Pariyem, Widiyanto, & Sakitri, W. (2020). Variabel determinant pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di Pasar Sronol. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 316–331.
- Pondia, S. (2020). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto*, 1, 1–476.
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah di Bank Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(1), 93–111. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v9i1.1085>
- Prihatminingtyas, B. (2019). *Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ladungsari*. 7(2), 147–154.
- Qarib, M. (2018). *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 162–173.
- Qorib, M., Zailani, Z., Radiman, R., Amrizal, A., & ... (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Astronomi Rasi Bintang untuk Anak Usia Dini. *Al-Marshad: Jurnal ...*, 7(2), 162–168.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/almarshad/article/view/8057>
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/almarshad/article/viewFile/8057/6351>
- Reza, M. rahman, Rizki, M. oktavianto, & Paulinus. (2008). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Upp.Ac.Id*, 1, 377–386.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–94.
- Safitri, I., Salman, D., & Rahmadanih. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER : Studi Kasus Warung Lemang di Jenepono , Sulawesi Selatan. *Jurnal*

Sosial Ekonomi Pertanian, 14(2), 183–194.

Sipahutar, R. P., & GULTOM, D. K. (2018). ... Debt To Equity Ratio Dan Longterm Debt To Equity Ratio Terhadap Retun On Equity Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Di Bursa Efek *Kumpulan Penelitian ...*, 1, 65–78. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1048970>

Siregar, D. S. (2021). *Strategi pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan*. <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/id/eprint/6814%0Ahttp://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/6814/1/1740200018.pdf>

Sukoco, A. R. F., N.P, M. W. E., & ZA, Z. (2015). Pengelolaam Modal Kerja Usaha Mikro Untuk Memperoleh Probilitas. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1), 2. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/875>

Sulistiyo, H., & Putra, R. A. K. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan Kabupaten Bekasi. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 38–48. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.145>

Togodly, E. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–9.

Yuni Afandrianti Maulida, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal*, 1(4), 303–314.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi Depan Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga



Lampiran 2 : Bersama penjual Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga



Lampiran 3 : Dokumentasi Ruang Toko Kain A.A Mahmud Kota Binana



Lampiran 4 : Dokumentasi Kain





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/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth : Dekan FAI UMSU

10 Rajab 1443 H
11 Februari 2022 M

Di -
Tempat



Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ropita Indah Siregar
Npm : 1801280028
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumulatif : 3,65

Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis strategi pengembangan usaha kain terhadap usaha mikro,kecil dan menengah (UMKM) di kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)	 4-3-2022	Dr. Hly. Dahram	 4/5/22
2	Analisis kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jual beli pada kota Binanga	-	-	-
3	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada toko kain mahmud kota Binanga	-	-	-

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

Wassalam
Hormat Saya

Ropita Indah Siregar

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



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/umsumedan) [i umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [t umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [y umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

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

Ketua Program Studi : Isra Hayati S,Pd.,M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Dahani,SE.,M.Si

Nama Mahasiswa : Ropita Indah Siregar
Npm : 1801280028
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di koa Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
Selasa 06 Juni /2022	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang disesuaikan dengan objeknya - Ada penjelasan teori di latar belakang dan harus sejalan - BAB II (teori disesuaikan) - Mandeley - Tambahan jurnal - BAB III : Kurangnya tahapan penelitian - Tehnik Analisis Data : menjabarkan dan menjelaskan tahapannya (langkah-langkahnya) 		
Senin 27 Juni /2022 2 Juli 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Liat pedoman penulisan yang update - Buat Sitasi Dosen yang ada di FAI MBS - Periksa kembali kata dan kalimat yang salah - ACC Daftar Seminar Proposal 		

Medan, 2 - 7 - 2022



Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Proposal

Dr.Hj/Dahrani,SE.,M.Si



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/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH

Pada hari **Kamis, 21 Juli 2022** telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ropita Indah Siregar
Npm : 1801280028
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A. A Mahmud)

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	—
Bab I	Tambahkan definisi masalah - Susunan rumusan masalah dengan penelitian kualitatif
Bab II	Perbaiki kajian pustaka sesuai objek peneliti - Tambahkan kerangka pemikiran, Buat tabel kajian pendahuluan
Bab III	Revisi metodologi penelitian berdasarkan panduan Aqaberi
Lainnya	—
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 27.7.2022

Tim Seminar

Ketua

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Sekretaris

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

Pembimbing

(Dr. Hj. Dahrani, S.E.,M.Si)

Pembahas

(Uswah Hasanah, S.Ag.,M.A)



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 [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** yang diselenggarakan pada Hari **Kamis 21 Juli 2022** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ropita Indah Siregar
Npm : 1801280028
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A. A Mahmud)

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

Medan, 27-7-2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Sekretaris Program Studi

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

Pembimbing

(Dr. Hj. Dahrani, S.E., M.Si)

Pembahas

(Uswah Hasanah, S.Ag., M.A)

Diketahui/ Disetujui
A.n Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Zailani, S.Pd.I., 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) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://fai.umsu.ac.id>

fai@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 867/II.3/UMSU-01/F/2022
Lamp : -
Hal : Izin Riset

29 Dzulhizah 1443 H
28 Juli 2022 M

Kepada Yth :
Ka. Toko Kain A.A Mahmud
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 : Ropita Indah Siregar
NPM : 1801280028
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud).

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. Muhammad Pasaribu, MA
NIDN : 0116078305

CC. File



TOKO KAIN A.A MAHMUD KOTA BINANGA
Jl. Besa Kota Binanga depan Rumah Makan Ibuk Mayan Harahap

Medan, 7. Agustus 2022

Kepada Yth,
Ketua Prodi Jurusan Manajemen Bisnis Syariah
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di-

Tempat

Dengan Hormat,

Sehubung dengan perihal permohonan permintaan informasi dalam menyusun tugas akhir. Dengan ini kami beritahukan bahwa kami bersedia memberikan ijin kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara atas nama :

Nama : ROPITA INDAH SIREGAR

Npm : 1801280028

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami,
Pemilik Toko Kain A.A Mahmud



MASRONA HARAHAHAP

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Ropita Indah Siregar
NPM : 1801280028
Tempat, Tanggal Lahir : Tobing Julu 11 April 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Tobing Julu
Nama OrangTua
a. Ayah : Hj. Rahmad Siregar
b. Ibu : Hj. Halimatussahdiah Hrp

B. Jenjang Pendidikan

SDN : Tamat Tahun 2011
SMPN Kota Pinang : Tamat Tahun 2014
SMAN Kota Pinang : Tamat Tahun 2017
S1 UMSU : Tamat Tahun 2022

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

Medan, 20 /09/ 2022

Penulis



Ropita Indah Siregar