

**ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN BISNIS (STUDI KASUS UMKM FAJAR BAKERY)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

**OLEH :**

**IKHSAN ADITIA**  
**NPM. 1801280003**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

*Persembahkan*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ikhsan Aditia  
Npm : 1801280003  
Jenjang Pendidikan : S1 (strata satu)  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul : Analisis Manajemen Strategi Dalam Mehadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery) merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 28 September 2022

Yang Menyatakan



**Ikhsan Aditia**  
**1801280003**

**PERSETUJUAN**

**Skripsi Berjudul**

**Analisis Manajemen Strategi Dalam Mehadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus  
UMKM Fajar Bakery)**

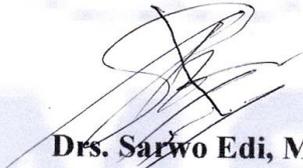
Oleh :

**Ikhsan Aditia**  
**NPM: 1801280003**

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

Medan, *26* September 2022

**Pembimbing**

  
**Drs. Sarwo Edi, M.A**

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

## PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING

Nomor : Istimewa

Medan, 26 September 2022

Lampiran : 3 (tiga) Exemplar

Hal : Skripsi

**Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam**

**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**Di**

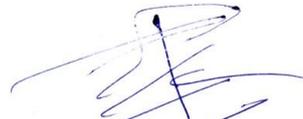
**Medan.**

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberikan saran-saran perbaikanSeperlunya terhadap skripsi mahasiswi **Ikhsan Aditia** yang berjudul "**Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery)**" maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan disidang Munaqasah untuk mendapatkan 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 Skripsi**



**Drs. Sarwo Edi, M.A**



**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](mailto: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)



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

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

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, M.A

Nama Mahasiswa : Ikhsan Aditia  
Npm : 1801280003  
Semester : VIII  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
24-9-2022	Kapan mulai ngapin Dokumen kibar Estetis Bagan di buat Rincih sejorah ber kisi ng		
26-9-2022	Di Cocokkan antara tujans Penelitian dengan ke simpulan		

Medan, 28 September 2022



Diketahui/Disetujui  
Dekan

Muhammad Qurib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Skripsi

Drs. Sarwo Edi, M.A



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](mailto:fai@umsu.ac.id) [f](#) umsumedan [ig](#) umsumedan [tw](#) umsumedan [yt](#) umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi :  
Jenjang : S1 (Strata Satu)  
  
Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, M.A  
  
Nama Mahasiswa : Ikhsan Aditia  
Npm : 1801280003  
Semester : VIII  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis  
(Studi Kasus UMKM Fajar Bakery)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
27-9-2022	ARC		

Medan, 28 September 2022

Diketahui/Disetujui  
Dekan  
  
Asso. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Drs. Sarwo Edi, M.A

**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 : **Ikhsan Aditia**  
NPM : **1801280003**  
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**  
JUDUL SKRIPSI : **Analisis Manajemen Strategi Dalam Mehadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery)**

Medan, 28 Agustus 2022

**Pembimbing**

  
**Drs. Sarwo Edi, M.A**

**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 : Ikhsan Aditia  
NPM : 180128003  
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah  
JUDUL SKRIPSI : Analisis Manajemen Strategi Dalam Mehadapi Persaingan  
Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery)

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 28 Agustus 2022

**Pembimbing**

*Drs. Sarwo Edi, M.A*

**DI SETUJUI OLEH:**

**KETUA PROGRAM STUDI**

**DEKAN,**

*Isra Hayati, S.Pd, M.Si*



*Assoc. 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 : Ikhsan Aditia  
NPM : 1801280003  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah  
Semester : IX  
Tanggal Sidang : 07/10/2022  
Waktu : 09.00 s.d selesai

### TIM PENGUJI

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

### PENITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

**Nomor : 158 th. 1987**

**Nomor : 0543Bju/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 dengan 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	Sa	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es (dengan titik di bawah)
ش	Syim	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah )
ع	‘Ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ى _ /	Fatha dan ya	Ai	A dan i
و - /	Fatha dan waw	Au	A dan u
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vocal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal 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
_ /	Fattah	A	A
_ /	Kasrah	I	I
و -	Dammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

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

Contoh:

- kataba: كتب
- fa'ala: فعل
- kaifa: كيف

### c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

اَ	Fattah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
ى	Kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
وُ	Dammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh:

- qāla: قال
- ramā: مار
- qāla: قيل

#### d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) Ta marbūtah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fattah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya (t).

2) Ta marbūtah mati

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

3) Kalau ada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- raḍāḥ al-aṭfāl - raḍāṭul aṭfāl: روضة الاطفال
- al-Madīnah al-munawwarah: المدينة المنورة
- talḥah: طلحة

#### e. Syaddah (tasydid)

Syaddah ataupun tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syahada* atau tanda *tasdid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbanā: ربنا
- nazzala: نزل
- Al-birr: البر
- Al-hajj: الحج
- nu'ima: نعم

## f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: **ال**, 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: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

## g. 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: تاخذون
- an-nau': النوء
- syai'un: شيء
- inna: ان
- umirtu: امرت
- akala: اكل

## h. 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.

### **i. 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. Bila nama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż<sup>3</sup>unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-lażiunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal 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:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

### **j. Tajwid**

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

## **Abstrak**

**Ikhsan Aditia, 1801280003, Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Umkm Fajar Bakery), Pembimbing Drs. Sarwo Edi, MA.**

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Fajar Bakery, tujuan penelitian ini yaitu mengetahui Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis.

Penelitian yang dilakukan adalah pendekatan deskriptif kualitatif ialah suatu analisa data yang bersifat penjelasan dan informasi yang akan dikaitkan dengan teori-teori yang akan dibahas dalam penelitian kualitatif dan memberikan kesimpulan dari penelitian ini. Subjek penelitian ini adalah UMKM Fajar Bakery. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, observasi, wawancara dan dokumentasi, sumber data yang digunakan ialah data primer dan sekunder, dan analisis data terdiri dari Teknik induktif, teknik deduktif dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis yang menggunakan Strategi Keunggulan Biaya, yang mana strategi keunggulan biaya dapat dilakukan dengan memberikan produk berkualitas tinggi kepada pelanggan atau melakukan inovasi terhadap produk yang ditawarkan dalam mempertahankan pelanggan secara maksimal. Manajemen strategi ini bisa dilakukan dengan membuat roti varian terbaru dengan harga yang terjangkau serta mempertahankan rasa dan kualitas yang dapat memuaskan pelanggan. Dengan terciptanya varian terbaru terhadap produk tersebut, maka persaingan bisnis yang sedang terjadi akan terlewati dengan baik.

**Kata Kunci: Manajemen Strategi, Persaingan Bisnis, UMKM**

## **Abstract**

**Ikhsan Aditia, 1801280003, Analysis of Strategic Management In The Face Of Business Competition (A Case Study Of UMKM Fajar Bakery), Supervisor Drs. Sarwo Edi, MA**

This research was conducted on the UMKM Fajar Bakery, the purpose of this study was to find out strategic management in dealing with business competition.

The research conducted is a qualitative descriptive approach, which is an analysis of data that is explanatory and informational that will be linked to theories that will be discussed in qualitative research and provide conclusions from this research. The subject of this research on the UMKM Fajar bakery. The data collection techniques used were literature study, observation, interviews and documentation, the data sources used were primary and secondary data, and data analysis consisted of inductive techniques, deductive techniques and drawing conclusions.

The results obtained regarding the Analysis of Strategic Management In The Face Of Business Competition using a cost advantage strategy can be carried out by providing high quality products to customers optimally. This strategic management can be done by making the latest variant of bread at an affordable price and maintaining a taste and quality that can satisfy customers. With the creation of the latest variant of the product, the ongoing business competition will be passed well.

**Keywords:** Strategic Management, Business Competition, UMKM

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah dan puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “**Analisis Manajemen Strategi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery)**”. Penulisan Skripsi ini dilakukan guna melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu penulis baik dalam bentuk arahan, bimbingan dan nasehat yang berguna untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Ayahanda Murianto dan Ibunda Suwarni yang sudah mendoakan dan memberikan support kepada penulis hingga sampai detik ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I., M.A. selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, M.A. selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati S.Pd, M. Si. Selaku Ketua Program Studi

Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Drs. Sarwo Edi, M.A. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun Skripsi ini.
9. Bapak Budiyanto Marza, selaku pemilik UMKM “Fajar Bakery” yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
10. Terima kasih kepada seluruh teman-teman saya di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Akhir kata penulis kembali mengucapkan terima kasih dan semoga Allah Subhanahu Wa Ta’ala membalas segala kebaikan semua pihak yang turut memberikan bantuan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak yang ikut serta membacanya. Aamiin Ya Rabbal Alaamin.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, September 2022  
Penulis

IKHSAN ADITIA  
NPM.1801280003

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>5</b>
A. Kajian Pustaka .....	5
B. Kajian Penelitian Terdahulu .....	18
C. Kerangka Pemikiran .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
C. Sumber Data Penelitian .....	26
D. Teknik Pengumpulan Data .....	26
E. Teknik Analisis Data .....	27

F. Teknik Keabsahan Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
A. Hasil Penelitian.....	30
B. Hasil Pembahasan.....	37
<b>BAB V PENUTUPAN .....</b>	<b>41</b>
A. Kesimpulan.....	41
B. Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Nama</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.</b>	<b>Kajian Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 2</b>	<b>Waktu Penelitian .....</b>	<b>27</b>

**Daftar Gambar**

<b>Nama</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
	<b>Gambar 1 Grafik Penjualan Usaha.....</b>	<b>2</b>
	<b>Gambar 2 Kerangka Berikir .....</b>	<b>25</b>
	<b>Gambar 3 Gambaran Umum Perusahaan.....</b>	<b>30</b>
	<b>Gambar 4 Logo UMKM Fajar Bakery .....</b>	<b>31</b>
	<b>Gambar 5 Struktur Organisasi.....</b>	<b>32</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan Bisnis Global dari tahun ketahun semakin ketat dengan berbagai jenis persaingan usaha. Hal tersebut berdampak semakin kompetitifnya tingkat persaingan bisnis, sehingga perusahaan yang ingin unggul harus memiliki nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain yang sejenis.

Dalam suatu organisasi peran manajemen adalah agar tujuan organisasi dapat dicapai secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki manajemen strategi yang baik. Setiap perusahaan menganut strategi yang berbeda-beda dalam usaha pencapaian tujuan (dalam Yuliaty, Shafira, & Akbar, 2020).

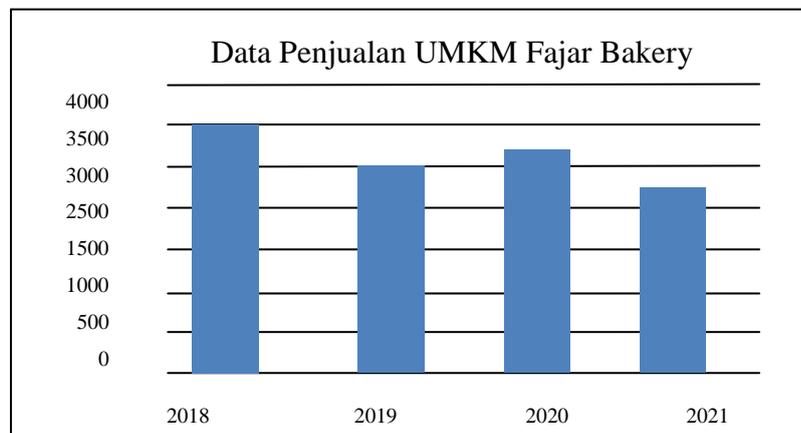
Manajemen strategi dapat memberikan pedoman untuk pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan (dalam Yunus, 2016). Pearce II dan Robinson dalam Yunus (2016) menganggap manajemen strategis sebagai satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yan dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan.

Persaingan merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan dari suatu perusahaan. Dengan berkembangnya persaingan dalam industri global serta pengaruh globalisasi yang semakin meningkat pada era ini menyebabkan mayoritas perusahaan bersaing dalam menunjukkan dan mengembangkan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri..

Oleh sebab itu perusahaan perlu mengembangkan suatu strategi yang tepat agar perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya dan dapat memperbaiki kinerja perusahaan. Untuk menjalankan bisnis memang diperlukan perencanaan yang baik, perencanaan strategi yang dapat memberikan arah yang jelas kepada perusahaan.

Saat ini bisnis yang sedang marak berkembang di Indonesia adalah UMKM, yang merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah besar. Peningkatan kreativitas pebisnis UMKM adalah suatu keharusan untuk dapat bersaing di pasar global, di mana harus banyak inovasi baru yang dihasilkan oleh UMKM yang belum pernah dipasarkan. Salah satunya pada UMKM Fajar Bakery.

Fajar Bakery merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Medan yang menjual roti yang diproduksi sendiri. Fajar Bakery menyediakan beberapa varian roti. Semua disajikan dalam kualitas yang cukup baik, baik itu tekstur, dan rasa. Fajar Bakery juga menerima permintaan apa pun dari semua pelanggan sebagai desain roti pesanan mereka.



**Gambar 1 Grafik Penjualan Usaha**

Dari grafik diatas disimpulkan bahwa penjualan pada tahun ke tahun lebih dominan mengalami penurunan penjualan. Persaingan bisnis tersebut menyebabkan penurunan penjualan dikarenakan meningkatnya jumlah toko roti yang terdapat di kota Medan, khususnya Medan Johor. Selain itu, Fajar Bakery juga masih memiliki strategi yang kurang efektif dalam pemasaran produknya di masa sekarang ini. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian Studi Kasus pada UMKM Fajar Bakery dengan judul **“Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas maka dapat ditemukan bahwa identifikasi masalah, yaitu:

- a. Persaingan bisnis menyebabkan penurunan penjualan dikarenakan

meningkatkan jumlah toko roti yang terdapat di kota Medan, khususnya Medan Johor.

- b. Fajar Bakery juga masih memiliki strategi yang kurang efektif dalam pemasaran produknya di masa sekarang ini
- c. Manajemen strategi yang digunakan Fajar Bakery dalam mempertahankan pelanggan masih kurang efektif.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen strategi yang dilakukan UMKM Fajar Bakery dalam menghadapi persaingan bisnis?
2. Apakah strategi yang tepat agar mampu membuat UMKM Fajar Bakery lebih unggul dari pesaing bisnis yang lainnya?
3. Bagaimana manajemen strategi yang dilakukan UMKM Fajar Bakery dalam mempertahankan pelanggan ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui manajemen strategi yang dilakukan UMKM Fajar Bakery dalam menghadapi persaingan bisnis.
2. Mengetahui strategi bisnis apa yang bisa dilakukan agar UMKM Fajar Bakery lebih unggul dari pesaing bisnis lainnya.
3. Untuk mengetahui manajemen strategi yang dilakukan UMKM Fajar Bakery dalam mempertahankan pelanggan.

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memahami lebih dalam mengenai ilmu informasi dan pengetahuan, khususnya mengenai persaingan bisnis, bagaimana sebuah UMKM menciptakan strategi bisnis, menerapkannya, dan mengawasi proses berjalannya strategi bisnis tersebut agar UMKM tersebut bisa lebih unggul di antara pesaing bisnis lainnya.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam pengambilan keputusan terkait manajemen strategi dalam menghadapi persaingan bisnis, dan dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **F. Sistematika Penulisan**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisikan uraian singkat mengenai latar belakang permasalahan. Perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori berisi teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti dan dinamika kedua variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori mengenai intensitas penggunaan sosial media instagram, teori body dissatisfaction, dan teori remaja.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian, berisi uraian mengenai pendekatan penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan, analisis, dan keabsahan data.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Manajemen Strategi**

###### **a. Pengertian Manajemen Strategi**

Manajemen strategi yang diciptakan suatu perusahaan akan berbeda dengan perusahaan lain. David (2011) mendefinisikan manajemen strategi sebagai suatu seni dan pengetahuan manajerial dalam langkah membuat, serta mengimplementasikan dan juga mengevaluasi dari keputusan lintas fungsional sehingga tujuan organisasi memungkinkan untuk tercapai. Pearce II dan Robinson dalam Yunus (2008) menganggap manajemen strategis sebagai satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan.

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Manajemen strategis menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003).

###### **b. Manajemen Strategi menurut Pandangan Islam**

Manajemen dalam dunia pendidikan mutlak diperlukan, karena dunia pendidikan dalam hal ini adalah lembaga pendidikan adalah organisasi atau sekumpulan orang-orang yang mempunyai tujuan yang ingin dicapai, lembaga pendidikan mempunyai tujuan atau cita-cita atau visi dan misi yang beragam, sesuai dengan kajian yang mendalam. Untuk mencapai tujuan organisasi, lembaga pendidikan secara mutlak harus melakukan proses, sehingga terdapat input, proses dan

Output serta outcome yang terjadi di lembaga pendidikan tersebut. Manajemen strategik juga telah menjadi salah satu kajian yang terus di kembangkan dan diimplementasikan di dunia pendidikan.

Tidak hanya pendidikan umum akan tetapi pendidikan yang berbasis Islam turut mengadopsi dan mengimplementasikan teori ini. Terlebih tremkata manajemen pendidikan Islam sudah menjadi bahasa umum yang diketahui masyarakat karena istilah manajemen pendidikan Islam (dikenal dan disingkat dengan MPI). Sebagaimana diketahui bahwa sejarah awal manajemen strategik atau kata strategik merupakan kata yang timbul dari seni peperangan. Dimana para jenderal melakukan strategi perang agar dapat memenangkan peperangan.

Dari sejarah ini kita dapat belajar dari sejarah peperangan yang dilakukan oleh Nabi Muhammad, mulai dari sejarah perang Badr (dimana secara matematis jumlah umat muslim berbeda jauh dengan orang-orang kafir), perang uhud (kita dapat belajar jika para bawahan tidak patuh kepada atasanakan terjadi kekalahan perang), perang khandak (dimana kita belajar bahwa nabi menerima usul dari Salman Al-farisi untuk membuat parit<sup>2</sup>) dan lain-lain. Kajian yang peneliti lakukan adalah dengan kajian pustaka dengan cara mengkaji al-Qur'an dan al-Hadits, tafsir qur'an dan syarah hadits, mengkaji dari segi sejarah, dan mengutip pendapat para ulama dan cendekia muslim yang berkaitan dengan tema ini.

Oleh karena itu, guna mencari makna yang dalam bagi pengembangan ilmu manajemen umumnya dan perencanaan dan implementasi strategik khususnya maka peneliti mengambil kajian penelitian ini, yakni untuk mendiskripsikan perencanaan dan implementasi strategik perspektif Islam.

Dalam manajemen strategik harus terhindar dari kriteria *waqulubuhum syatta.*“ Mereka tidak akan memerangi kamu dalam Keadaan bersatu padu, kecuali dalam kampung-kampung yang berbenteng atau di balik tembok.permusuhan antara sesama mereka adalah sangat hebat. kamu kira mereka itu bersatu, sedang hati mereka berpecah belah. yang demikian itu karena Sesungguhnya mereka adalah kaum yang tidak mengerti”. (Q.S. Al Hasyr : 14). Esensi dari manajemen strategik mencakup organisasi pembelajar, kerja tim, akuntabilitas, serta untuk sebesar-besar manfaat bersama (learning organization, teamwork,dan rahmatan lil-alamin). Prinsip mendasar yang demikianlah yang sesungguhnya amat kongruen dengan tujuan pendidikan dalam konteks budaya Indonesia dan falsafah pancasila (dalam Khori, 2016).

Berikut adalah tips atau strategi marketing yang dilakukan oleh Rasulullah SAW:

#### 1. Menjadikan jujur sebagai brand bisnis.

Sikap jujur ini beliau tunjukkan kepada pemasok dan juga pembeli dagangan beliau. Yaitu dengan menjelaskan kelebihan dan kekurangan barang yang dijual oleh beliau kepada pealnggan nya.

#### 2. Menyayangi pelanggan

Pelanggan atau pembeli adalah raja, demikian prinsip dalam berbisnis. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa keuntungan dari barang yang kita jual hanyalah hadiah dari upaya kita . Nabi selalu melayani pembeli dengan ikhlas .

#### 3. Bedakan jenis produk

Rasulullah SAW juga memberi contoh kepada kita agar memisahkan antara barang dengan kualitas baik dengan barang kualitas biasa, beliau juga membedakan harga sesuai dengan kualitas produknya. Dalil Al-qur'an yang berkaitan dengan pemasaran syariah sebagai berikut :

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

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan

perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan jangan lah kamu membunuh dirimu, sungguh Allah adalah maha penyayang kepadamu. ( QS. An-Nisa;29)

**c. Tahap-Tahap Manajemen Strategi**

Tahap-tahap manajemen strategi menurut David (2011) adalah sebagai berikut:

1) Penetapan Visi dan Misi

Penetapan visi dan misi jangka panjang, serta menentukan langkah-langkah apa yang harus diambil untuk menekankan dan memperjelas fungsi prioritas manajemen masing-masing perusahaan sehingga karyawan, manajemen puncak, dan fungsi perusahaan dapat berkolaborasi untuk mencapai visi yang ditentukan.

2) Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Analisis yang dilakukan oleh perusahaan, dengan mengidentifikasi secara jelas keuntungan dan kerugian internal perusahaan dan peluang yang dihasilkan oleh lingkungan eksternal perusahaan, dan bentuk-bentuk faktor lainnya. Analisis ini bertujuan untuk memahami dampak faktor-faktor tersebut terhadap tujuan perusahaan agar perusahaan dapat mempertimbangkan penggunaan kebijakan strategi yang tepat.

3) Sasaran Jangka Panjang

Menerapkan strategi agar efektif mencapai tujuan jangka panjang lebih dari satu periode, hal ini menciptakan sinergi perusahaan, fokus yang jelas, koordinasi yang terpusat, dan memberikan dasar untuk kegiatan perencanaan, pengorganisasian, insentif dan pengendalian. Perusahaan juga telah menetapkan sistem khusus untuk perkiraan kuantitatif seperti prakiraan penjualan, profitabilitas dan peningkatan kinerja, sehingga tujuan dan visi memiliki indikator yang jelas, terukur dan masuk akal.

- 4) Menciptakan, Menilai dan Memilih Strategi  
Perusahaan didasarkan pada visi dan misi dasar, dikombinasikan dengan hasil analisis faktor lingkungan internal dan eksternal, merumuskan strategi alternatif berdasarkan kemampuan dan kondisi perusahaan, dan melakukan evaluasi kritis dan objektif. Sesuaikan strategi untuk memaksimalkan hasil bagi perusahaan, lalu memilih strategi untuk di eksekusi.
- 5) Implementasi Strategi Manajemen Jangka Panjang  
Dalam upaya perusahaan mencapai tujuannya merupakan proses berkelanjutan yang memerlukan langkah-langkah khusus. Di sini, perusahaan secara bertahap pencapaian tujuan dalam jangka panjang ini dengan memilih standar pencapaian dan kebijakan strategi untuk setiap level organisasi. Perusahaan mendefinisikan dan menentukan tujuan utamanya dengan nilai kuantitatif tertentu, serta implementasi dan implementasi strategi yang digunakan oleh manajemen senior, departemen, dan departemen fungsional.
- 6) Implementasi Strategi dalam Kebijakan Fungsional  
Ini merupakan langkah untuk menggambarkan realisasi implementasi strategi dalam kerangka waktu yang lebih kecil, sehingga dapat diterapkan pada fungsi-fungsi perusahaan yang lebih bersifat operasional, dan mengarah pada klarifikasi hubungan antara strategi utama dan identifikasi strategi. Implementasi ini menghubungkan semua bidang fungsional perusahaan baik bagian keuangan, bagian sumber daya manusia, bagian produksi dan

operasi, bagian pengembangan dan penelitian, bagian sistem informasi, dan bagian pemasaran, serta berfungsi sebagai panduan untuk melakukan berbagai kegiatan strategi.

- 7) **Penilaian dan Evaluasi Kinerja**  
Ketika strategi yang akan diterapkan atau sudah dilaksanakan dianggap tidak sesuai dengan rencana yang ada, hasil yang diperoleh atau perubahan yang disebabkan oleh asumsi yang keliru dan hal-hal lain di luar kendali, rencana tersebut perlu dievaluasi kembali.

**d. Manfaat Manajemen Strategi**

Manajemen strategi memungkinkan suatu organisasi untuk proaktif dalam membentuk masa depannya; memungkinkan sebuah perusahaan memulai dan memengaruhi aktivitas, dengan demikian memiliki kontrol terhadap nasibnya. Menurut Yunus (2016) terdapat dua manfaat manajemen strategi, yaitu:

- 1) **Manfaat Finansial**  
Penelitian mengindikasikan bahwa organisasi yang menggunakan konsep manajemen strategis lebih menguntungkan dan berhasil dibandingkan organisasi lain yang tidak menggunakannya. Bisnis yang menggunakan konsep manajemen strategis menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam penjualan, profitabilitas, dan produktivitas dibandingkan dengan perusahaan tanpa aktivitas perencanaan yang sistematis. Perusahaan dengan sistem perencanaan yang sangat mirip dengan teori manajemen strategis, menunjukkan kinerja keuangan jangka panjang yang lebih baik dibanding industrinya.
- 2) **Manfaat NonFinansial**  
Manajemen strategis juga menawarkan manfaat yang nyata lainnya, seperti meningkatnya kesadaran atas ancaman eksternal, pemahaman yang lebih baik atas strategi pesaing, meningkatnya produktivitas karyawan, mengurangi keengganan untuk berubah, dan pengertian yang lebih baik atas hubungan antara kinerja dan

penghargaan. Manajemen strategis juga meningkatkan kemampuan organisasi untuk menghindari masalah karena dapat membantu interaksi antarmanajer di semua divisi dan fungsi. Manajemen strategis dapat memperbaiki kepercayaan atas strategi bisnis saat ini, atau menunjukkan kapan dibutuhkan tindakan korektif.

## **2. UMKM**

### **a. Pengertian UMKM**

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan oleh TAP MPR NO. XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.

Selanjutnya terbentuk pengertian UMKM melalui UU No. 9 tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke UU No. 20 Pasal 1 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Bab 1 Pasal 1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Sehingga untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria. Sebab hal ini akan berpengaruh pada proses pengurusan surat ijin usaha serta menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Bab 1 Pasal 1 yang dimaksud dengan :

- 1) Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif milik orang perorangan dan/usaha badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam UndangUndang ini.

- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, 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) 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 Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana di atur dalam Undang-Undang ini.
- 4) 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 ekonomi di Indonesia. (Kementerian Negara Koperasi UMKM RI Jakarta 2008. Diperbanyak oleh : Dinas Koperasi UMKM Provinsi NTB Tahun 2015). Dalam undang-undang ini, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Pasal 6 adalah kekayaan bersih atau nilai aset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau pendapatan penjualan tahunan.

**b. Karakteristik UMKM**

Menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 UMKM dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Usaha Mikro  
Usaha mikro yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan WNI dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha mikro dapat mengajukan kredit

kepada bank paling banyak Rp 50.000.000. Ciri-ciri usaha mikro adalah sebagai berikut :

- a) Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti.
  - b) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat.
  - c) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
  - d) Pengusaha atau SDM nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD dan belum memiliki kewirausahaan yang memadai.
  - e) Umumnya belum mengenal perbankan tetapi lebih mengenal rentenir
  - f) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
  - g) Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki kurang dari 4 orang.
- 2) Usaha kecil
- Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, usaha kecil adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 1.000.000.000 pertahun serta dapat menerima kredit dari Bank diatas Rp. 50.000.000 sampai Rp 500.000.000 Juta. Ciri-ciri Usaha Kecil antara lain :
- a) SDM-nya sudah lebih maju, rata-rata pendidikannya SMA dan sudah ada pengalaman usahanya,
  - b) Pada umumnya sudah melakukan pembukuan/ manajemen keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha,
  - c) Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP,

- d) Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat perencanaan bisnis, studi kelayakan dan proposal kredit kepada Bank, sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultasi/ pendampingan,
  - e) Tenaga kerja yang dipekerjakan antara 5-19 orang.
- 3) Usaha Menengah
- Menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1999, usaha menengah adalah Usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Ciri-ciri usaha menengah yaitu :
- a) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi;
  - b) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan;
  - c) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll;
  - d) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll;
  - e) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan;
  - f) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

### c. Asas dan Prinsip Pengembangan UMKM

Berdasarkan perinsip perundang-undangan, UMKM dalam menjalankan kegiatan pengembangan usahanya didasari oleh asas-asas sebagai berikut:

- 1) Asas Kekeluargaan, adalah asas yang melandasi upaya pengembangan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan atas dasar demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat indonesia.
- 2) Asas demokrasi ekonomi, adalah pemberdayaan UMKM diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan perekonomian nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.
- 3) Asas Kebersamaan, adalah asas yang mendorong peran seluruh UMKM dan dunia usaha secara bersama-sama dalam kegiatannya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.
- 4) Asas efisiensi berkeadilan, adalah asas yang mendasari pelaksanaan pengembangan UMKM dengan mengedepankan efisiensi berkeadilan dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif dan berdaya saing.
- 5) Asas berkelanjutan, adalah asas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pengembangan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri.
- 6) Asas kemandirian, adalah asas pengembangan UMKM yang dilakukan dengan tetap menjaga dan mengedepankan potensi, kemampuan, dan kemandirian UMKM.
- 7) Asas berwawasan lingkungan, adalah asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap memerhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.

- 8) Asas keseimbangan kemajuan, merupakan asas pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.
- 9) Asas kesatuan ekonomi nasional, merupakan asas pemberdayaan UMKM bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional.

**d. Beberapa Masalah yang sering dihadapi UMKM**

Menurut Hubeis (dalam Anggraini & Nasution, 2013) permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM yaitu :

- a) Kesulitan pemasaran  
Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMK. Dari hasil studi yang dilakukan oleh James dan Akrasanee (1988) di sejumlah negara ASEAN, menyimpulkan UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek yang terkait dengan pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi, sulit sekali bagi UMK untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.
- b) Keterbatasan Finansial  
Terdapat dua masalah utama dalam kegiatan UMK di Indonesia, yakni dalam aspek finansial (mobilisasi modal awal dan akses ke modal kerja) dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang. Walaupun pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam bentuk kegiatan produksi maupun investasi. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit dari perbankan dan bantuan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMK.

- c) Keterbatasan SDM Salah satu kendala serius bagi banyak UMK di Indonesia adalah keterbatasan SDM terutama dalam aspek-aspek entrepreneurship, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, engineering design, quality control, organisasi bisnis, akuntansi data processing, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.
- d) Masalah Bahan Baku Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi banyak UMK di Indonesia. Hal ini dapat disebabkan harga yang relatif mahal. Banyak pengusaha yang terpaksa berhenti dari usaha dan berpindah profesi ke kegiatan ekonomi lainnya akibat masalah keterbatasan bahan baku.
- e) Keterbatasan Teknologi UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi yang tradisional, seperti mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang bersifat manual. Hal ini membuat produksi menjadi rendah, efisiensi menjadi kurang maksimal, dan kualitas produk relatif rendah.
- f) Kemampuan Manajemen Kekurangmampuan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap pengembangan usahanya, membuat pengelolaan usaha menjadi terbatas.
- g) Kemitraan Kemitraan mengacu pada pengertian berkerja sama antara pengusaha dengan tingkatan yang berbeda yaitu antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Istilah kemitraan sendiri mengandung arti walaupun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadi adalah hubungan yang setara (sebagai mitra kerja).

## B. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu mengungkapkan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti terdahulu yang dimaksudkan untuk mengenali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian sehingga penelitian ini diharapkan tidak terjadi pengulangan atau duplikasi. Penelitian terdahulu juga dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian ini sehingga terjadi penelitian yang saling berkaitan. Beberapa penelitian analisis manajemen strategi pernah dilakukan sebelumnya dirangkum dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1 Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Elisabeth Ratih Pratiwi	2016	Analisis Strategi Bisnis dalam Menghadapi Persaingan (Studi pada Siantar Hotel, Pematang Siantar)	Hasil analisis yang diperoleh bahwa Siantar Hotel berada pada kuadran I, posisi ini menandakan Siantar Hotel adalah perusahaan yang kuat dan berpeluang. Perusahaan dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk melakukan pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kedua penelitian sama-sama membahas tentang strategi bisnis yang dilakukan dalam menghadapi persaingan.</li> <li>• Memiliki teknis analisa data yang sama.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian Pratiwi (2016) meneliti mengenai Strategi Bisnis, sedangkan penelitian ini meneliti manajemen strategi.</li> <li>• Tempat penelitian Pratiwi (2016) dilakukan pada bisnis dalam industri</li> </ul>

						perhotelan , sedangkan penelitian ini dilakukan pada bisnis kuliner.
2	Annisa Puspita Rachman , Dhea Amelia, dan Indira Dwi Yuliani	2022	Analisis Manajemen Strategi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada TOKOPEDIA 2020	Hasil penelitian berdasarkan teknik analisis SWOT yang digunakan adalah: 1) Strategi SO: Memberikan petunjuk proses pembayaran saat melakukan transaksi untuk mempercepat proses pengiriman agar tidak ada kesulitan bagi penjual, semakin banyak merk baru dengan harga lebih rendah, semakin kuat mereka menarik konsumen; 2) strategi WO: Tangani pengiriman barang yang cepat dan buat alarm pemilik akun lebih teliti terhadap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kedua penelitian sama-sama menganalisis manajemen strategi bisnis dalam menghadapi persaingan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian Rachman, dkk. (2022) melakukan penelitian pada e-commerce ( penjualan <i>online</i>), sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM Fajar Bakery ( penjualan <i>offline</i>).</li> </ul>

				<p>produk yang dijual dan memberikan garansi produk hingga 1x24 jam setelah menerima barang; 3) strategi ST: Jenis barang atau produk yang dijual bersifat unik, tidak dapat ditiru oleh pesaing, menjaga stabilitas harga dengan memberikan harga yang terjangkau dan menghindari masalah negatif dari pesaing murah dan terjangkau; 4) strategi WT: Dibandingkan dengan produk, buat penampilan baru yang kreatif di pasar lain, jika waktu pengiriman melebihi waktu yang ditentukan, jaminan kepada konsumen akan mendapatkan garansi uang kembali.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian Rachman, dkk (2022) hanya menggunakan SWOT dalam teknik analisis data.</li> </ul>
3	Tetty	2020	Strategi	Hasil penelitian ini	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kedua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian</li> </ul>

	Yuliaty, Cut Sarah Shafira, dan Muham mad Rafi Akbar		UMKM dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus pada PT. Muniru Burni Telong	menunjukkan bahwa strategi yang harus dilakukan oleh PT Muniru Burni Telong adalah di kuadran I yaitu kuadran yang mendukung strategi pertumbuhan agresif yang menunjukkan perusahaan ini memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, artinya organisasi dalam keadaan kondisi kuat sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi membuka cabang ke negara - negara yang akan dituju, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.	penelitian sama- sama melakuka n penelitian pada UMKM. • Sama sama menghad api persainga n bisnis.	Yuliaty, dkk. (2020) melakuka n penelitian pada UMKM yang bergerak di bidang industri ekspor impor (bisnis global), sedangka n penelitian ini melakuka n penelitian di bidang kuliner yang dijual secara langsung (makanan ).
4	Dhea	2022	Analisis	Hasil dari penelitian	• Kedua	• Penelitian

Nita Safina Rambe, dan Zuhrinal M Nawawi		Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis	ini menunjukkan bahwa; 1) Strategi produk dengan melengkapi produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan pelanggan, menjaga persediaan dan kualitas barang, menjaga timbangan yang sesuai dengan takaran, memberikan label dan kemasan pada produk yang dijual secara eceran. 2) Strategi harga yang dilakukan dengan memberikan label harga pada produk, meminimalkan keuntungan, menggunakan sistem partai dan menerapkan sistem harga pas. 3) Strategi lokasi dengan melihat kebutuhan pelanggan, peluang usaha, pesaing dan keramaian di sekitar lokasi usaha.. 4) Strategi promosi dengan media sosial WhatsApp dan	penelitian sama-sama meneliti mengenai strategi dalam menghadapi persaingan bisnis.	Rambe & Nawawi (2022) membahas strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis dalam usaha secara luas (general),s edangkan penelitian ini melakukan penelitian lebih spesifik terhadap satu UMKM yaitu Fajar Bakery. • Memiliki teknik analisis data yang berbeda.
--	--	--	---	---	--

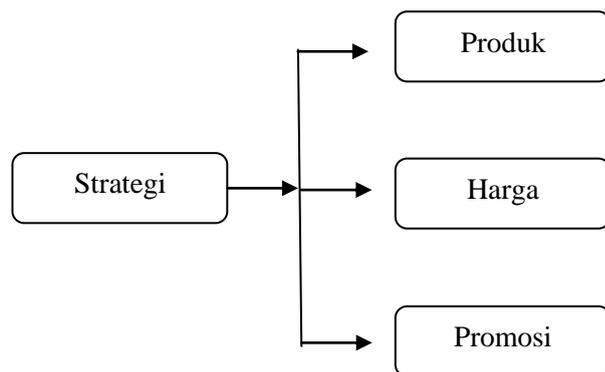
				Facebook, membangun komunikasi dengan pelanggan, memberikan bingkisan saat bulan Ramadhan, ikut berkontribusi dalam kegiatan masyarakat, memasang banner dan bersikap ramah sehingga menimbulkan hubungan baik dengan pelanggan.		
5	Endah Anggraini Mia Susanti, dan Sri Ekowati	2022	Manajemen Strategi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Dealer Astra Honda Motor di Kota Bengkulu)	Analisis manajemen strategi yang cocok digunakan PT Astra Honda Motor (AHM) di Kota Bengkulu ialah : Market Development Strategy yaitu meningkatkan pangsa pasar dengan membidik pasar remaja melalui optimalisasi hubungan baik dengan dealer dan membuat kerja sama dengan lembaga pembiayaan baru. Product Development Strategy yaitu: menciptakan produk yang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kedua penelitian sama-sama meneliti manajemen strategi dalam menghadapi persaingan bisnis.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian Susanti dan Ekowati (2022) melakukan penelitian dalam industri transportasi, sedangkan penelitian ini dilakukan pada industri kuliner.</li> <li>• Penelitian</li> </ul>

				berkualitas dengan melakukan inovasi berkesinambungan melalui penggunaan bahan baku yang baik dan teknologi yang canggih. Brand Image Strategy yaitu mensponsori local event yang berkaitan dengan peningkatan brand awareness serta beriklan di media yang tepat, (Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. 2020).		Susanti dan Ekowati (2022) hanya menggunakan teknik analisis data SWOT.
--	--	--	--	--	--	---

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperoleh sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar peneliti lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka penelitian untuk mengembangkan konsep dan konteks penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menghubungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan focus penelitian.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tergambar sebuah konsep yang akan dijadikan sebuah acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka penelitian teorisi diatas akan diterapkan dalam kerangka kenseptual sesuai dengan penelitian yang akan diteliti.



**Gambar 2 Kerangka Berikir**

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif pada studi kasus. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian yang bersifat penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiono (2017) penelitian kualitatif adalah metode penelitian dengan berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek ilmiah (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.

Studi kasus merupakan penelitian yang rinci mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu dengan cukup mendalam dan menyeluruh termasuk lingkungan dan kondisi masa lalunya. Selanjutnya peneliti berusaha menemukan hubungan antara faktor-faktor tersebut satu dengan yang lain. Sifat khusus dari studi kasus adalah pendekatan yang bertujuan untuk mempertahankan keutuhan (*wholeness*) dari objek penelitian, dalam arti objek dipelajari sebagai suatu keseluruhan yang terintegrasi (dalam Umar, 2005).

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dijalankan suatu penelitian.

Adapun yang dijadikan lokasi penelitian adalah UMKM Fajar Bakery.

#### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juni-November 2022.

**Tabel 2 Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan dan Tahun																	
		Juni 2022		Juli 2022		Agustus 2022		September 2022		Oktober 2022		November 2022							
1	Pengajuan Judul	■																	
2	Riset Awal		■																
3	Pembuatan Proposal			■															
4	Bimbingan Proposal				■														
5	Seminar Proposal					■													
6	Penyusunan Skripsi									■									
7	Bimbingan Skripsi											■							
8	Sidang Meja Hijau																	■	

### C. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara, di mana peneliti langsung mengambil data dari UMKM Fajar Bakery. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber yang berasal dari studi kepustakaan ataupun penelitian terdahulu yang relevan.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Widarni, 2018). Menurut Emzir (2012) terdapat tiga teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan:

1. **Observasi**, adalah perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu dengan maksud menafsirkannya, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya, dan menemukan kaidah-kaidah yang mengaturnya.

2. **Wawancara**, adalah sejumlah pertanyaan yang dipersiapkan oleh peneliti dan di ajukan kepada seseorang mengenai topik penelitian secara tatap muka, dan peneliti merekam jawaban-jawabannya sendiri.
3. **Dokumentasi**, merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen tersebut bisa berbentuk tulisan maupun gambar-gambar. Dokumen yang berbentuk tulisan seperti catatn harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen berbentuk gambar seperti foto dan gambar hidup.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil riset lapangan yang berupa wawancara dimana nantinya data tersebut dikelompokkan dalam kategori sehingga akan menghasilkan suatu kesimpulan yang mudah dipahami (azisa, 2018)

Analisis data dari penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Adapun analisis deskriptif ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan tentang manajemen strategi Dalam menghadapi persaingan bisnis melalui wawancara dan observasi langsung dilapangan.
2. Mengidentifikasi masalah yang ada serta menganalisis secara mendalam dengan pendekatan kualitatif.
3. Membuat rancangan manajemen strategi pada UMKM Fajar Bakery

#### **F. Teknik Keabsahan Data**

Keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh penelitian kualitatif.

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yan dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk

menguji data yang diperoleh.

Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan teknik keabsahan data triangulasi. Triangulasi merupakan teknik keabsahan data yang menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang.

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek balik suatu informasi yang diperoleh, dengan cara membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini juga menggunakan bahan referensi untuk faktor pendukung dan pembuktian data yang telah ditentukan. Dalam laporan penelitian ini data dilengkapi dengan foto dokumentasi.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Perusahaan

UMKM Fajar Bakery didirikan oleh Bapak Budyanto Marza pada tahun 2000 di Jl. Eka warni 1 No.37 LK. II Kec. Medan Johor Kel. Gedung Johor Kota Medan Sumatera Utara.



**Gambar 3 Gambaran Umum Perusahaan**

## 2. Logo UMKM Fajar Bakery



**Gambar 4 Logo UMKM Fajar Bakery**

Setengah matahari menggambarkan matahari terbit di pagi hari yakni fajar yang menandakan semangat perusahaan yang selalu ingin memberikan produk yang layak dan berkualitas untuk seluruh konsumen.

Tulisan FAJAR BAKERY yang berwarna hijau melambangkan produk dibuat dari bahan yang alami serta proses pembuatan yang ramah bagi lingkungan sekitar rumah produksi. Tulisan LEZAT & SEHAT melambangkan produk yang sehat bagi tubuh namun tetap lezat dikonsumsi untuk semua usia. Logo UMKM Fajar Bakery diminta melalui Sosial media (WhatsApp) pada 8 September 2022.

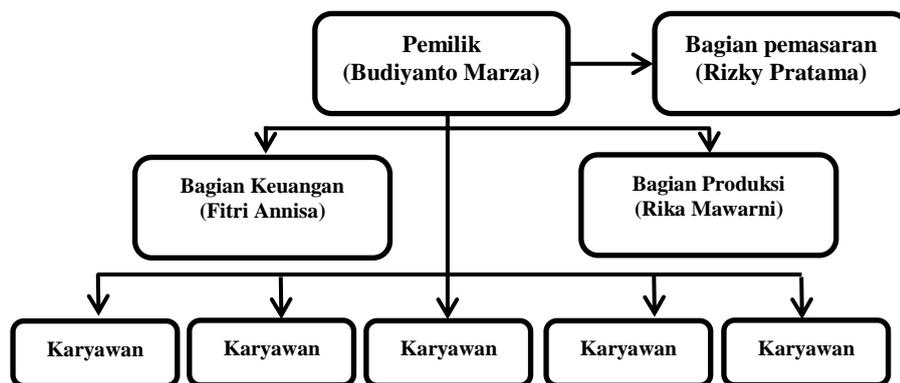
## 3. Sejarah UMKM Fajar Bakery

Krisis ekonomi tahun 1997 menghancurkan ekonomi masyarakat secara menyeluruh baik kalangan atas maupun bawah. Segala kebutuhan melambung tinggi lahan pekerjaan semakin susah didapat,

Bermodalkan Rp. 1.000.000.- berupaya mengolah produk sendiri di rumah dengan alat yang seadanya dimana awal mula ini menjadi pondasi untuk menjadi pengusaha. Olahan tersebut berlanjut hingga sekarang yang sudah bertransformasi menjadi berbagai macam dan bentuk, UMKM FAJAR BAKERY saat ini memperkerjakan 10 orang karyawan dan menghasilkan 4000 pack setiap harinya. Setelah kurang lebih dua puluh

tahun berjalan UMKM FAJAR BAKERY telah memasarkan produknya hingga luar kota maupun provinsi. Demikian sejarah singkat UMKM FAJAR BAKERY untuk menambah semangat mahasiswa agar berwirausaha, tidak hanya bermodalkan nekat namun dengan pintar melihat peluang serta tekun, kerja keras dan doa akan mendapat hasil yang luar biasa di hari yang akan datang.

#### 4. Struktur Organisasi



Gambar 5 Struktur Organisasi

##### a. Pemilik

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

### **b. Bagian Produksi**

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

### **c. Karyawan**

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

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Data Hasil Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa indikator untuk bersaing dipasar bisnis yaitu dengan mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi UMKM Fajar Bakery. Berikut pertanyaan penulis kepada bapak Budi Yanto Marza selaku pemilik UMKM Fajar Bakery.

- a. Apa yang menjadi kelebihan/kekuatan dari UMKM Fajar Bakery sehingga mampu bertahan sampai sekarang ini?
- b. Apa yang menjadi kelemahan dari UMKM Fajar Bakery?
- c. Apa yang menjadi peluang dari UMKM Fajar Bakery?
- d. Apa yang menjadi ancaman dari UMKM Fajar Bakery?

- e. Apakah UMKM Fajar Bakery memiliki satu produk unggulan yang lebih unggul dari produk lainnya?
- f. Siapa-siapaakah sajakah target pasar dalam UMKM Fajar Bakery?
- g. Bagaimana promosi yang dilakukan UMKM Fajar Bakery dan apakah promosi berjalan dengan lancar?
- h. Apakah UMKM Fajar Bakery ini sudah melakukan promosi melalui social media?
- i. Apa kendala yang dialami oleh UMKM Fajar Bakery selama pandemi covid-19?

Dalam hal ini peneliti telah melakukan wawancara kepada Bapak Budi Yanto Marza selaku pemilik UMKM Fajar Bakery yang beralamat di Jl. Eka Warni I No.37 Kec. Medan Johor Kel. Gedung Johor. Dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

“Apa yang menjadi kelebihan/kekuatan dari UMKM Fajar Bakery sehingga mampu bertahan sampai sekarang ini?”

*“Harga yang murah merupakan kekuatan dan nilai lebih dari Fajar Bakery kebanyakan pelanggan merupakan sales yang akan menjual produk kami kembali ke grosir atau toko, ukuran yang relatif besar merupakan alasan membeli produk Fajar bakery dari Sebagian konsumen menengah kebawah.” (Budi Yanto Marza, pemilik usaha)*

“Apa yang menjadi kelemahan dari UMKM Fajar Bakery?”

*“Kurangnya teknologi mesin, hal ini membuat kami lebih sulit untuk ber invosi dikarenakan teknologi mesin yang terbatas.” Budi Yanto Marza, pemilik usaha)*

Apa yang menjadi peluang dari UMKM Fajar Bakery?

*“Kami ingin meningkatkan penjualan dan laba dengan mengeluarkan produk baru, produk kami juga masih diminati oleh kalangan masyarakat.” (Budi Yanto Marza, pemilik usaha)*

Apa yang menjadi ancaman dari UMKM Fajar Bakery?

*“Bahan pokok naik, berdampak pada laba UMKM kami, hal ini juga menyebabkan ekonomi masyarakat lemah sehingga menyebabkan menurunnya penjualan.” (Budi Yanto Marza, pemilik usaha)*

Apakah UMKM Fajar Bakery memiliki satu produk unggulan yang lebih unggul dari produk lainnya?

*“Ya, kami memiliki produk unggulan yaitu bolu gulung produk ini lebih banyak diminati oleh masyarakat dibandingkan jenis produk lainnya.” (Budi Yanto Marza, pemilik usaha)*

Siapa-siapaakah sajakah target pasar dalam UMKM Fajar Bakery?

*“Target pasar kami adalah masyarakat menengah kebawah namun ada sebagian masyarakat kalangan menengah ke atas yang membeli produk kami.” (Budi Yanto Marza, pemilik usaha)*

Bagaimana promosi yang dilakukan UMKM Fajar Bakery dan apakah promosi berjalan dengan lancar?

*“Strategi saya dalam mempromosikan produk UMKM kami dengan cara mempromosikan produk ke masyarakat melalui distributor kami. Alhamdulillah promosi berjalan dengan lancar meskipun terkadang kurang lancar, hal ini disebabkan karena adanya covid-19.” (Budiyanto Marza, pemilik usaha)*

Apa kendala yang dialami oleh UMKM Fajar Bakery selama pandemi covid-19?

*“Kendala yang kami alami selama pandemic covid-19 adalah menurunnya ekonomi masyarakat sehingga mengharuskan kami untuk mengurangi jumlah produksi.” (Budiyanto Marza, pemilik usaha)*

## C. Hasil Pembahasan

### 1. Strategi Persaingan Bisnis Dan Strategi Promosi Penjualan

Dari hasil wawancara dan penelitian yang penulis lakukan dengan Bapak Budi Yanto Marza selaku pemilik dari usaha menengah Fajar Bakery, peneliti memaparkan bahwa manajemen strategi yang dilakukan UMKM Fajar Bakery dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan menjual roti dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan, menjaga kualitas dari produk, dimana banyak sekali jenis roti dengan kemasan yang lebih modern yang langsung laris dan terkenal. Produk roti ini seharusnya mengikuti perkembangan zaman dengan inovasi yang lebih modern. Adapun Strategi yang dilakukan UMKM Fajar Bakery dalam menghadapi persaingan bisnis :

#### a. Strategi Persaingan Bisnis

Dengan menyusun strategi bersaing yang efektif akan membantu perusahaan dalam mengembangkan, meningkatkan, dan memanfaatkan keunggulannya untuk bersaing. Keunggulan kompetitif sendiri ialah letak perbedaan antara perusahaan dan pesaingnya yang unik dan berkesan untuk menarik target konsumen.

Contoh lain dari keunggulan kompetitif yaitu perusahaan harus punya struktur biaya yang lebih terjangkau atau produk yang bisa diunggulkan dalam menarik konsumen. UMKM fajar bakery juga memiliki strategi dalam persaingan bisnisnya.

Strategi bersaing ialah tentang cara yang digunakan untuk mengerahkan perusahaan yang efektif secara operasional dengan segala sumber daya yang dimiliki. Ada 3 tipe strategi bersaing dalam bisnis :

#### 1. Strategi Harga

Harga yang terjangkau merupakan strategi yang diterapkan dalam pemasaran produk Fajar Bakery, dengan harga Rp. 5000.- konsumen telah dapat menikmati produk Fajar Bakery yang

tersedia dalam 8 varian. Harga merupakan faktor kunci dari produk ini yang target pasarnya konsumen menengah kebawah, dengan harga yang tinggi produk tersebut kurang dinikmati oleh konsumen sehingga mempengaruhi daya beli.

*“dalam bersaing di pasar bisnis kami juga mempunyai strategi dengan menawarkan produk dengan harga yang relatif terjangkau untuk konsumen, semakin harga yang kami tawarkan terjangkau maka tidak memberatkan konsumen untuk membeli produk kami” (Budiyanto Marza).*

Dengan menggunakan strategi ini UMKM Fajar Bakery mampu lebih unggul dari beberapa pesaing lainnya.

## 2. Strategi Produk

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

## 3. Strategi Fokus

Dalam tipe strategi ini perusahaan berfokus pada segmen pasar sasaran yang sempit. Strategi ini kemungkinan berhasil jika perusahaan mampu menciptakan produk yang dapat memuaskan pelanggan. UMKM Fajar Bakery juga memiliki strategi dalam mempertahankan langganannya.

*“Kami selalu menjaga kualitas produk dan layanan kami demi menjaga kepuasan pelanggan.”(Budiyanto Marza).*

Menjaga kualitas produk merupakan kunci utama yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk memastikan bisnisnya mengalami tingkat pertumbuhan yang baik. Bisnis yang menawarkan produk-produk tanpa kualitas akan sulit berkembang karena tidak dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti kendalanya, daya tahan produk, dan nilai kemudahan. Dari pengertian tersebut perusahaan sudah dapat memperkirakan upaya apa saja yang perlu dilakukan untuk memastikan kualitas produk agar selalu terjaga.

b. Mempromosikan Produk

Strategi promosi adalah metode yang digunakan perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk mereka. Sebuah perusahaan memilih strategi promosi berdasarkan faktor-faktor seperti jenis produk dan target konsumen. Strategi promosi merupakan kegiatan penting untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan penjualan. Dengan menerapkan strategi yang efektif, perusahaan bisa lebih meraup keuntungan. Strategi promosi ditentukan oleh rencana atau taktik dalam marketing untuk meningkatkan permintaan produk atau layanan. UMKM Fajar Bakery juga mempunyai cara untuk mempromosikan produk unggulannya.

*“Strategi saya dalam mempromosikan produk UMKM kami dengan cara mempromosikan produk ke toko dan kedai-kedai melalui distributor kami” (Budiyanto Marza).*

Tujuan untuk melakukan promosi ialah :

1. Menyebar luaskan informasi mengenai produk kepada konsumen.

2. Menjangkau dan mendapatkan konsumen baru serta menjaga loyalitas mereka.
3. Membantu meningkatkan angka penjualan sekaligus meningkatkan keuntungan

UMKM Fajar Bakery memiliki produk unggulan yang mampu bersaing dipasar bisnis .

*“ Kami memilik satu produk unggulan berupa roti gulung yang banyak diminati oleh para konsumen ” (Budiyanto Marza).*

## **BAB V**

### **PENUTUPAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Analisis Manajemen Strategi UMKM Fajar Bakery. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. UMKM Fajar Bakery menggunakan strategi Harga. Strategi harga merupakan strategi yang diterapkan dalam pemasaran produk Fajar Bakery, dengan harga Rp. 5000.- konsumen telah dapat menikmati produk Fajar Bakery yang tersedia dalam 8 varian.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan UMKM Fajar Bakery adalah dengan cara memasarkan produknya melalui beberapa distributor ke toko dan kedai-kedai.
3. UMKM Fajar Bakery menggunakan strategi fokus. Strategi ini kemungkinan berhasil jika UMKM Fajar Bakery mampu menciptakan produk yang dapat memuaskan pelanggan. UMKM Fajar Bakery juga menjaga kualitas produk guna mempertahankan pelanggan.

#### **B. Saran**

Setelah meneliti terkait Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis UMKM Fajar Bakery, Peneliti dapat memberi saran sebagai berikut :

1. UMKM Fajar Bakery disarankan untuk membuat variasi produk yang baru guna meningkatkan minat konsumen.
2. UMKM Fajar Bakery harus meningkatkan pemasaran produknya melalui sosial media agar produknya dikenal lebih luas dikalangan masyarakat.
3. UMKM Fajar Bakery anggaran modal agar membuat cabang toko.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., & Nasution, S.H. (2013). Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 1, No. 3, 105-116.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Manajemen Strategis: Konsep* (Buku-1; Edisi-12). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta. RajaWali Pres.
- Khori, A. (2016). *Manajemen Strategik dan Mutu Pendidikan Islam*. Manajeria: *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 1 No.1
- Poerwandari, E.K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi.
- Rambe, D.N.S., & Nawawi, Z.M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*, Vol. 1 No 2, Hal 90-95. Diakses dari <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIIM/article/view/21562/0>
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT analysis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, V. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori kePraktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, E.A.M., & Ekowati, S. (2022). Manajemen Strategi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Dealer Astra Honda Motor di Kota Bengkulu). *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*. Vol. 3, No. 1. Diakses dari <http://iurnal.umb.ac.id/index.php/iems/article/view/2743>



Foto Bersama Pemilik UMKM Fajar Bakery



Tempat Produksi UMKM Fajar Bakery



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 | M fai@umsu.ac.id | f umsumedan | @ umsumedan | umsumedan | umsumedan

Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
 Nomor dan tanggalnya



Hal : Permohonan Persetujuan Judul  
 Kepada Yth : Dekan FAI UMSU

19 Sya'ban 1443 H  
 22 Maret 2022 M

Di -  
 Tempat



Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ikhsan Aditia  
 Npm : 1801280003  
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
 Kredit Kumulatif : 3,51

Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis Penjualan Pada Era Pandemi COVID-19 Dalam Meningkatkan Laba Bersih Pada UMKM Fajar Bakery.	-		
2	Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery).	<i>[Signature]</i> 30-3-2022	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i> 28/5/22
3	Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery).	-		

NB : Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencoba buku panduan kompetisi FAI UMSU. Demikian permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam  
 Hormat Saya

Ikhsan Aditia

Keterangan :

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

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



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

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

# FAKULTAS AGAMA ISLAM

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

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

<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)



## BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

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 : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Ikhsan Aditia  
Npm : 1801280003  
Semester : VIII  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM FAJAR BAKERY)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
21-7-2022	1. Latar belakang masalah 2. Rumus alirnis 3. Jurnal tentang manajemen 300 kata 4. manajemen strategi dalam Islam		
23-7-2022	5. waktu dan tempat riset 6. car forest A.C.C.		

Medan, 25 Juli 2022

Diketahui/Disetujui  
Dekan  
  
Assoc. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi  
  
Isra Hayati S.Pd., M.Si

Pembimbing Skripsi  
  
Drs. Sarwo Edi, MA



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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/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](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
 Nomor dan tanggalnya

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

Pada hari «**Senin, 15 Agustus 2022**» telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** dengan ini menerangkan bahwa :

**Nama** : Ikhsan Aditia  
**Npm** : 1801280003  
**Semester** : VIII  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Program Studi** : Manajemen Bisnis Syariah  
**Judul Proposal** : Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM FAJAR BAKERY)

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	- Pada bagian latar belakang tambahkan point Sekretaris Prodi - tambahkan identifikasi Masalah
Bab II	- tambahkan penelitian terdahulu minimal 5 dari jurnal bersamaan dan perbedakan penelitian terdahulu dengan yang peneliti buat
Bab III	- pahami tentang teori SWOT dan uraikan
Lainnya	- Perdalam dan pahami isi proposal
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 15 Agustus 2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

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

Sekretaris Program Studi

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

Pembimbing

(Drs. Saryo Edi, MA)

Pembahas

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



**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](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.youtube.com/umsuamedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Pengesahan Proposal**

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** yang diselenggarakan pada Hari «**Senin, 15 Agustus 2022**» dengan ini menerangkan bahwa :

**Nama** : Ikhsan Aditia  
**Npm** : 1801280003  
**Semester** : VIII  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Program Studi** : Manajemen Bisnis Syariah  
**Judul Proposal** : Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM FAJAR BAKERY)

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

Medan, 15 Agustus 2022

**Tim Seminar**

**Ketua Program Studi**

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

**Sekretaris Program Studi**

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

**Pembimbing**

(Dr. Sarwo Edi, MA)

**Pembahas**

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

**Diketahui/ Disetujui**

**Wakil Dekan I**

**Dr. Zailani, 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](mailto:fai@umsu.ac.id)

[f umsumedan](#)

[@ umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 983/II.3/UMSU-01/F/2022  
 Lamp : -  
 Hal : Izin Riset

26 Muharram 1444 H  
 25 Agustus 2022 M

Kepada Yth :  
**Pimpinan Fajar Bakery**  
 di-

Tempat.

***Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh***

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

Nama : Ikhsan Aditia  
 NPM : 1801280003  
 Semester : VIII  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
 Judul Skripsi : Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persainhan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery).

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



**FAJAR BAKERY**Jl. Eka warni 1 No  
37 Medan Johor061-7851439,  
081263717250Fajarbakery2000@gmail.co  
m

Kepada Yth

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)

Jalan Kapten Muchtar Basir No. 3

Medan 20238

Dengan Hormat,

**Hal : Riset Mahasiswa**

Sehubungan dengan Surat No. 983//II.3/UMSU-01/F/2022 mengenai izin Penelitian Pendahuluan Mahasiswa, dapat kami setujui dilaksanakan di UKM Fajar Bakery Jl. Eka Warni 1 No. 37 Medan Johor mulai tanggal 25 Agustus s/d 25 September 2022 a/n :

Nama : Ikhsan Aditia

NIM : 1801280003

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Kegiatan penelitian dilaksanakan dalam rangka guna melengkapi data pada penyusunan Skripsi yang berjudul "**Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus UMKM Fajar Bakery**"

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

**UKM Fajar Bakery**  
**H. Budi Yanto Marza****Owner**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

Nama : Ikhsan Aditia  
NPM : 1801280003  
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 17 Januari 2001  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jalan Sidomuyo pasar 7 Gg Mesjid  
Nama OrangTua  
a. Ayah : Murianto  
b. Ibu : Suwarni

**B. Jenjang Pendidikan**

SDS PAB 27 Medan : Tamat Tahun 2012  
SMP NEGERI 43 Medan : Tamat Tahun 2015  
SMKS PAB 2 Medan : Tamat Tahun 2018  
S1 UMSU : Tamat Tahun 2022

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

Medan, September 2022

Penulis



Ikhsan Aditia