

**ANALISIS SWOT PADA  
BEBEK KENDANG SAWOJAJARKOTAMALANG  
UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN**

**SKRIPSI**



Oleh:

**MUHAMMAD GALIHPAMUNGKAS**

**NIM 16510086**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2023**

**ANALISIS SWOT PADA  
BEBEK KENDANG SAWOJAJARKOTAMALANG  
UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh:

**MUHAMMAD GALIHPAMUNGKAS**

**NIM 16510086**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS SWOT PADA  
BEBEK KENDANG SAWOJAJARKOTAMALANG  
UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN**

**SKRIPSI**

Oleh:

**MUHAMMAD GALIHPAMUNGKAS**

**NIM 16510086**

Telah Disetujui Pada Tanggal 12 Juni 2023

**Dosen Pembimbing,**



**Muhammad Sulhan, SE, MM**

**NIP 197406042006041002**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS SWOT PADA**  
**BEBEK KENDANG SAWOJAJAR KOTAMALANG**  
**UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN**

**SKRIPSI**

Oleh:

**MUHAMMAD GALIHPAMUNGKAS**

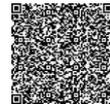
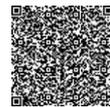
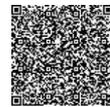
NIM 16510086

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)  
Pada 27 Juni 2023

**Susunan Dewan Penguji:**

1. Ketua Penguji  
**Puji Endah Purnamasari, M.M**  
NIP. 198710022015032004
2. Anggota Penguji  
**Farahiyah Sartika, M.M**  
NIP. 199201212018012002
3. Sekretaris Penguji  
**Muhammad Sulhan, SE, MM**  
NIP. 197406042006041002

**Tanda Tangan**



Disahkan Oleh :

**Ketua Program Studi,**



**Muhammad Sulhan, SE, MM**

NIP 197406042006041002

## HALAMANPERNYATAAN

Yang bertandatangandibawahini:

Nama : Muhamad Galih Pamungkas

NIM 16510086

Fakultas/Jurusan :Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**“Analisis SWOT Pada Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang Untuk Menentukan Strategi Peningkatan Penjualan”**

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain,maka bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab diri saya sendiri. Demikian surat pernytaan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 April 2023



Hormat Saya

Handwritten signature of Muhamad Galih Pamungkas.

Muhammad Galih Pamungkas

NIM 16510086

## **HALAMAN MOTTO**

**"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya..." Q.S Al Baqarah: 286**

**"Sesungguhnya pertolongan akan datang bersama kesabaran."**

**HR. Ahmad**

**"Great Power Comes Great Responsibility"**

## KATAPENGANTAR

Puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, dengan Rahmat dan Hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul **“Analisis SWOT Pada Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang Untuk Menentukan Strategi Peningkatan Penjualan”**

Shalawat. serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan agung kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Dinul-Islam. Penulis pribadi. Menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.El., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, SE, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan selaku pembimbing skripsi, yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan kritik dan saran atas penelitian ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Ibu dan Ayah, atas semua yang telah beliau berikan kepada peneliti, penelitian ini selesai bukan semata hasil kerja keras peneliti tapi karena dahsyatnya do'a orangtua.

6. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan motivasi, semangat, serta dukungan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal'Alamin.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO... ..</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Inggris, Arab) .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.3 Perumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	4
1.5.2 Manfaat Praktis .....	5
1.6 Batasan Penelitian .....	5
<b>BAB II.....</b>	
<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Manajemen Strategis .....	13
2.3 Manajemen Usaha .....	14
2.4 Analisis Resiko.....	16

2.5	Manajemen bisnis berbasis Islam.....	20
2.6	Analisis SWOT .....	24
<b>BAB III</b>		
	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1	Rancangan Penelitian .....	34
3.2	Lokasi Penelitian .....	35
3.3	Subjek dan Objek Penelitian .....	35
3.4	Sumber Data.....	35
a.	Data Primer.....	35
b.	Data Sekunder .....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6	Metode Paparan Data .....	36
3.7	Teknik Analisa Data.....	37
<b>BAB IV</b>		
	<b>PAPARAN DATA .....</b>	<b>39</b>
4.1	Sejarah Berdirinya Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar.....	39
4.2	Visi dan Misi Rumah Makan Owner Bebek Kendang Sawojajar .....	39
4.2.1	Struktur Organisasi.....	40
4.2.2	Kedudukan dan Uraian Tugas/Pekerjaan .....	40
4.3	Aktivitas Usaha Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar .....	46
4.4	Analisis Resiko Usaha .....	47
4.4.1	Modal Peralatan / Aset Tetap Berwujud .....	47
4.4.2	Modal Biaya Kerja .....	48
4.4.3	Modal Lain-Lain.....	48
<b>BAB V</b>		
	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>

5.1	Manajemen Bisnis Bebek Kendang Sawojajar.....	50
5.1.1	Menerapkan spritual bisnis dalam setiap menjalankan aktivitas usaha .....	50
5.1.2	Membentuk Karakteristik Sumber Daya Manusia Yang Paham Dalam Mengelola Bisnis Berdasarkan Prinsip Islam.....	51
5.1.3	Mengelola Bahan Baku .....	52
5.1.4	Strategi Meningkatkan Penjualan.....	54
5.1.5	Sistem Penggajiannya.....	55
5.2	Analisa SWOT Manajemen Bisnis Bebek Kendang Sawojajar .....	55
5.2.1	SWOT pada Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar .....	56
5.3	Analisis Internal SWOT Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar .....	61
5.4	Analisis Eksternal SWOT Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar .....	63
5.5	Matriks SWOT Manajemen bisnis Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar .....	68
5.6	Pengolahan Bebek Kendang Sawojajar di Tinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam .....	71
<b>BAB VI</b>		
KESIMPULAN .....		79
6.1	Kesimpulan .....	79
6.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....		81

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu... ..	10
Tabel 2.2 Perbandingan Karakteristik Bisnis Islami dan Bisnis NonIslami .....	10
Tabel 2.3 Matriks SWOT.....	30
Tabel 4.1 Perlengkapan Usaha Bebek Kendang .....	48
Tabel 4.2 Modal biaya kerja Bebek Kendang Sawojajar .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penelitian Terdahulu... ..	79
Gambar 1. Lokasi Bebek Kendang Sawojajar.....	79
Gambar 2. Penelitidengan Owner.....	79
Gambar 3. Sudut kasir .....	79
Gambar 4. Pembeli sedang memesan menu makanan.....	79

## ABSTRAK

Pamungkas, Muhammad Galih.2023. Skripsi. Analisis SWOT Pada Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang Untuk Menentukan Strategi Peningkatan Penjualan.

Pembimbing : Muhammad Sulhan, SE, MM

Kata Kunci :SWOT, Strategi, Penjualan

---

Penelitian ini dilatar belakangi darikonsep manajemen yang menjelaskan terkait proses yang melibatkan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran perusahaan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya (Fuad, 2000). Peningkatan penjualan dapat diidentifikasi melalui analisis SWOT sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan, analisis SWOT meliputi faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). dalam penyusunan perencanaan strategis, tahap awal yang dilakukan adalah dengan menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari strategi bisnisnya dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah Menjelaskan manajemen bisnis dan analisis SWOT Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang untuk Menentukan Strategi Peningkatan Penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dengan pihak yang terlibat dalam aktivitas di Bebek Kendang Sawojajar. Metode observasi dilakukan pada seluruh aktivitas Bebek Kendang Sawojajar dan sumberdaya yang digunakan. Data sekunder diperoleh dengan metode dokumentasi yang bersumber dari dokumen pendukung dari perusahaan. Serta analisis data penelitian menggunakan Analisis *Interactive Model* dari Miles dan Huberman.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang yang diterapkan pada rumah makan ini berdasarkan manajemen bisnis dalam Islam, mereka tidak hanya memandang dunia saja dalam bekerja tetapi mereka juga mendahulukan dalam beribadah. Hasil analisa SWOT pada bisnis bebek goreng Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang ini, adalah kurangnya supplier bahan baku, terbatasnya jumlah kuota bahan baku, hal ini menyebabkan kan pemasok bahan baku dari luar kota, dan dapat berpengaruh pada harga yang ditawarkan kepada konsumen.

## ABSTRACT

Pamungkas, Muhammad Galih.2023. thesis. *SWOT Analysis on Kendang Sawojajar Ducks in Malang City to Determine Sales Increase Strategies*. Minor Thesis (*Skripsi*) Department of Management, Faculty of Economic, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang

Supervisor : Muhammad Sulhan, SE, MM

Keyword : SWOT, Strategy, Sales

---

The background of this research is the management concept which explains the process, involving, planning, organizing, directing, and controlling activities carried out to achieve company goals through the utilization of human resources and other resources (Fuad, 2000). Increased sales can be identified through a SWOT analysis that is needed by every company, SWOT analysis includes internal factors, namely strengths and weaknesses and external factors, namely opportunities and threats. In preparing strategic planning, the first step is to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business strategy with the aim of increasing sales.

The purpose of this study is to explain business management and SWOT analysis of Bebek Kendang Sawojajar Malang City to determine a strategy to increase sales. The type of research used is descriptive qualitative research. This research was conducted on Kendang Sawojajar Ducks, Malang City. The types of data used are primary data and secondary data. Primary data was obtained by data collection method through interviews with those involved in activities at Bebek Kendang Sawojajar. The observation method was carried out on all activities of the Sawojajar Duck Kendang and the resources used. Secondary data obtained by the method of documentation sourced from supporting documents from the company. As well as analysis of research data using Interactive Model Analysis from Miles and Huberman.

The findings of the study show that the Management of the Bebek Kendang Sawojajar Malang City applied to this restaurant is based on business management in Islam, they do not only look at the world in their work but they also put worship first. The results of the SWOT analysis on the fried duck business, Bebek Kendang Sawojajar, Malang City, area lack of raw material suppliers, a limited number of raw material quotas, this causes suppliers of raw materials to come from outside the city, and can affect the prices offered to consumers.

## ملخص

فامونج كاس، دَمَحُم كاليه. 2023. البحث الجامعي. تحليل SWOT على **Bebek Kendang Sawojajar** ني مدبنة مالننح لنحديد استراتيجيات زيادة المبيعات. المشراف : محمد صلحان، الماجستير الكلمات الرئيسية: SWOT، الاستراتيجية، المبيعات

يسند هذا البحث على مسودة الإدارة ويشرح عمليتها على التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة على الأنشطة لتحقيق أهداف الشركة من خلال استخدام الموارد البشرية والموارد الأخرى (فؤاد، 2000). يمكن تحديد زيادة المبيعات من خلال تحليل SWOT الذي نتاجها لكل شركة. تشمل تحليل SWOT العوامل الداخلية، وهي نقاط القوة (strength) والضعف (weakness) والعوامل الخارجية، وهي الفرص (opportunities) والتهديدات (threats). نفي إعداد التخطيط الاستراتيجي، تتمثل الخطوة الأولى في تحليل نقاط القوة والفرص والتهديدات الاستراتيجية العمل بهدف زيادة المبيعات.

الهدف لهذا البحث هو شرح إدارة الأعمال وتحليل SWOT على **Bebek Kendang Sawojajar** لنحديد استراتيجياتها ني زيادة المبيعات. نوع البحث المستخدم هو البحث النوعي الوصفي. تم إجراء هذا البحث ني **Bebek Kendang Sawojajar** بمدبنة مالننح. أنواع البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. تم الحصول على البيانات الأولية من خلال طريقة جمع البيانات من خلال المقابلات مع المشاركين ني أنشطتها ني شركة **Bebek Kendang Sawojajar**. وتم تنفيذ طريقة المراقبة على جميع أنشطة شركة **Bebek Kendang Sawojajar** والموارد المستخدمة نيها. نأما البيانات الثانوية التي تم الحصول عليها بطريقة التوثيق المأخوذة من المسندات الداعمة من الشركة. بالإضافة إلى تحليل بيانات البحث باستخدام تحليل النموذج النفاعلي من ميلس (Miles) و هو برمان (Huberman). نتائج هذا البحث إلى أن إدارة **Bebek Kendang Sawojajar** بمالننح مطبقة على هذا المطعم نعتمد على إدارة الأعمال ني الإسالم. إن هذا ال ننظر إلى الأحوال الدينويوة نحسب، ولكن هذا أيضا تفضل على العبادة. تتمثل نتائج تحليل SWOT ني أعمال البط المحلي ني- **Bebek Kendang Sawojajar** بمدبنة مالننح ونفي الننقار إلى موردي المواد الخام، العدد المحدود لخصص المواد الخام. وهذا يتسبب ني موردي المواد الخام من خارج المدبنة ويؤثر على الأسعار المعروضة للمستهلكين.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Ilmu Ekonomi dapat digunakan untuk mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia. Dalam ekonomi Islam, menurut Marathon, (2006:66) menjelaskan bahwa pemenuhan kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan harus dilandasi nilai-nilai spiritualisme dan adanya keseimbangan dalam pengelolaan harta kekayaan, selain itu kewajiban yang harus dipenuhi oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya harus berdasarkan batas kecukupan (*had al-kifayah*) baik atas kebutuhan pribadi maupun keluarga. Sedangkan tujuan dari ekonomi Islam membawa konsep *al-falah* (kejayaan) di dunia dan akhirat, sedangkan ekonomi sekuler untuk kepuasan didunia saja. Ekonomi Islam meletakkan manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini, dimana segala bahan-bahan yang ada dibumi dan dilangit adalah diperuntukkan untuk manusia(Nasution 2007:9).

Bisnis menurut Tantri, (2009: 04) menjelaskan adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Bisnis merupakan suatu usaha yang harus dikembangkan untuk mengurangi tingkat pengangguran dan dapat meningkatkan pendapatan. Pentingnya untuk menghindari dari resiko bisnis, maka bisnis harus dijalankan dengan tepat dengan perencanaan yang matang dengan menerapkan manajemen yang baik.

Manajemen adalah suatu proses yang melibatkan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran perusahaan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya (Fuad, 2000). Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai jika memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen (Jakfar, 2009). Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan. Baik menyangkut masalah SDM maupun menyangkut rencana perusahaan secara keseluruhan haruslah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan.

Peningkatan penjualan dapat diidentifikasi melalui analisis SWOT sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan, analisis SWOT meliputi faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Selain itu, penting juga bagi sebuah perusahaan memiliki perencanaan strategis untuk mencapai tujuannya. Becker dalam Rustiadi (2008) berpendapat bahwa suatu cara yang rasional dalam mempersiapkan masa depan adalah dengan perencanaan strategi. Kinerja perusahaan sendiri sangat dipengaruhi oleh bagaimana perencanaan strategisnya. Oleh karena itu, dalam penyusunan perencanaan strategis, tahap awal yang dilakukan adalah dengan menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari strategi bisnisnya

Hasil dari identifikasi SWOT kemudian dijadikan bahan pertimbangan untuk menjalankan manajemen strategis, menurut Pearce dan Robinson (2013), Manajemen strategis merupakan suatu rangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan

formulasi dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan. Pada penelitian ini, tujuan dari objek penelitiannya sendiri ialah untuk meningkatkan penjualan perusahaan, mengacu kepada pendapat Sartono(2010), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Usaha pada bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang, berada di Jl. Danau Sentani, Sawojajar Kota Malang merupakan lokasi kuliner yang menyediakan varian lalapan bebek goreng dan ayam goreng sebagai sajian utamanya. Sebagai ciri khas lokasi kuliner lalapan, terdapat tempat duduk lesehan dan tempat duduk biasa. Produk yang dihasilkan oleh rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang digolongkan ke dalam dua jenis yaitu makanan dan minuman. Adapun menu yang di tawarkan oleh rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang adalah sebagai berikut: untuk menu makanan, semua menu berupa bebek dan ayam yang digoreng.

Sistem pelayanan disini adalah *self service* atau prasmanan, dimana pengunjung mengambil peralatan makan, kemudian mengambil porsi nasi sesuai dengan keinginan, mengambil lauk ayam goreng atau bebek goreng, kemudian mengambil sambal, dan terakhir membayar di kasir. Minuman seperti es teh dan es jeruk sudah tersedia dalam lemari pendingin dan pengunjung dapat langsung mengambilnya. Penentuan harga pada rumah makan bebek goreng Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang disesuaikan dengan standar harga bahan baku yang digunakan, serta biaya tenaga kerja.. Untuk meningkatkan pelanggan, perusahaan harus senantiasa memusatkan perhatian kepada kebutuhan masyarakat yang mencakup kualitas, harga, kecepatan waktu, pelayanan dan manfaat hasil produksinya.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah ini, maka masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Manajemen Bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang untuk Menentukan Strategi Peningkatan Penjualan
2. Bagaimana Analisis SWOT Bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang dalam Meningkatkan Penjualan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini, maka tujuan penelitian yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan Manajemen Bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang untuk Menentukan Strategi Peningkatan Penjualan
2. Mendeskripsikan Analisis SWOT Bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang dalam Meningkatkan Penjualan

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan tambahan wawasan terkait bagaimana menganalisa suatu perusahaan dari manajemen strategiknya, lingkungan internal sampai lingkungan eksternalnya, sehingga dapat diketahui bagaimana cara mengatasi kelemahan, meningkatkan kemampuan, dan mempertahankan kekuatan suatu perusahaan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan diperusahaan.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi rumah makan Bebek Kendang Sawojajar, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki kelemahan, mempertahankan kekuatan, memanfaatkan peluang, dan mengantisipasi ancaman yang ada baik dari internal maupun eksternal perusahaan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan.
2. Bagi peneliti, manfaat dari penelitian ini dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dan membantu kemajuan ilmu pengetahuan.
3. Bagi pihak lain, Diharapkan dengan adanya penelitian ini, bisa menambah pengetahuan dan pemahaman bagi pembaca yang akan bekerja pada suatu perusahaan, agar dapat mengetahui lingkungan seperti apa tempat kerja kalian nanti baik dari sisi internal maupun eksternalnya dan bagaimana prospek perusahaan tersebut jika dilihat dari manajemen strategiknya, serta dapat menjadi acuan dalam penelitian berikutnya.

### **1.6 Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka membatasi permasalahan penelitian inipada Analisis SWOT pada Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang Untuk Menentukan Strategi Peningkatan Penjualan

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Skripsi oleh Bambang Suyono yang berjudul Perencanaan Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Pancamas Elite Karanglo Malang. Tahun 2006 Universitas Islam Negeri (UIN) Malang. Variabel penelitiannya terdiri dari Faktor lingkungan Internal (produksi, personalia) dan Faktor lingkungan eksternal (ekonomi, pemerintah, teknologi, demografi, persaingan). Alat analisis yang digunakan yaitu analisa SAP (Strategic Advantage Profile), analisa ETOP (*Environmental Treath and Opportunity Profile*), dan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah PT. Pancamas Elite Karanglo mengalami masa pertumbuhan, maka strategi yang tepat dilakukan perusahaan adalah strategi (*market development*) perluasan pasar.

Skripsi oleh Rif'atur Rahmaniah yang berjudul Strategi Pemasaran Dalam Posisi Persaingan Pada Perusahaan Rokok Valas Di Malang. Tahun 2007 Universitas Islam Negeri (UIN) Malang. Variabel penelitiannya terdiri dari Faktor lingkungan Internal (pemasaran, keuangan, SDM perusahaan) dan Faktor lingkungan eksternal (perekonomian, sosial budaya, politik, persaingan, keamanan). Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah menghasilkan empat strategi diantaranya strategi SO (*Strenght, Opportunity*) yaitu memperluas pasar, strategi WO (*Weakness, Opportunity*) yaitu meningkatkan efisiensi, menambah media promosi dan program pemasaran untuk menarik pemasang iklan dan pelanggan baru, strategi ST (*Streghts, Threats*) yaitu mempertahankan harga yang kompetitif,

dan meningkatkan mutu, strategi WT (*Weakness, Threats*) yaitu meningkatkan kualitas, memanfaatkan teknologi dan sumberdaya yang dimiliki dengan optimal, dan memberikan harga berlangganan yang menarik dan membuat program promosi untuk menarik pelanggan.

Kusdiyanti,(2000) melakukan penelitian pada PT Industri Sandang Nusantara Patal Lawang pada penelitian IFE (*Internal Factor Evolution*) menunjukkan perusahaan sudah mempunyai posisi yang baik dalam mengantisipasi kelemahan internal. Selain itu, secara internal perusahaan berada pada kondisi rata-rata. Pada analisis EFE (*External Factor Evolution*) menunjukkan secara eksternal perusahaan berada pada kondisi sedang, tetapi perusahaan masih mengantisipasi ancaman eksternal yang ada karena yang ada karena lingkungan eksternal cepat sekali mengalami perubahan.

Oleh Syamsuri yang berjudul Analisis Penerapan Strategi Bersaing Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang Tahun 2010 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis analisis IFAS, analisis EFAS dan selanjutnya analisis SWOT. Hasil analisis lingkungan eksternal dengan matriks EFE menunjukkan nilai 2,6. Hal ini mengindikasikan bahwa Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang terhadap lingkungan eksternal adalah cukup baik, IFE menunjukkan nilai 3,1. Hal ini mengindikasikan bahwa Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang sudah dapat memanfaatkan kekuatan dan sudah mampu mengatasi kelemahan internal dan kendala-kendala yang dihadapi yaitu kurangnya sarana dan prasarana seperti kurangnya memadainya tempat parkir kurang tertibnya manajemen keuangan yang dilakukan oleh kasir, tempat yang sederhana.

Syamsu Rijal (2020) Analisis Risiko Pemasaran Umkm Studi Kasus Pada Kuliner Dange Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui risiko pemasaran UMKM Dange Di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data yang diolah adalah hasil dari observasi dan dokumentasi peneliti serta hasil wawancara dari para informan yaitu para pengusaha kuliner dange. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua jenis risiko pada pemasaran usaha kuliner dange yaitu 1: risiko spekulatif yang terdiri dari tingkat persaingan dan risiko produksi yang tidak dapat diprediksi 2: risiko murni yang terdiri dari risiko kebakaran dan risiko kecelakaan konsumen.

Muhamad tohirudin. 2018. Usaha Wisata Kuliner Menurut Prespektif Ekonomi Islam Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Studi Wisata Kuliner di Kecamatan Cilimus). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam IAI Bunga Bangsa Cirebon. Skripsi ini membahas usaha wisata kuliner di kecamatan Cilimus. Kajiannya dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya tempat-tempat wisata kuliner yang bermunculan dan pembiayaan modal awal untuk membuka usaha wisata kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana usaha wisata kuliner dapat meningkatkan ekonomi masyarakat, bagaimana wisata kuliner dalam prespektif ekonomi syariah, serta hal-hal apa saja yang menjadi kendala dan bagaimana solusinya.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Sumber data yang digunakan ada yang bersifat teoritik dan empirik, data teoritik data-data yang berasal dari data buku-buku literature yang ada kaitannya

dengan judul skripsi ini, perpustakaan, media cetak, dan media elektronik. Sample penelitian diambil dari 5 informan. Setelah data terkumpul dilakukan tahap analisis data yang dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan menggunakan instrumen penelitian untuk memperoleh hasil penelitian.

Usaha wisata kuliner di kecamatan Cilimus dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dengan cara membuka lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar dan membuka peluang usaha kepada kelompok-kelompok UMKM, dan juga usaha wisata kuliner dapat membantu masyarakat yang tidak mampu dengan cara memberi dana sosial hingga zakat perniagaan. Menu yang ditawarkanpun sudah sesuai dengan yang dianjurkan islam, tidak terdapat menu yang mengandung daging babi dan anjing serta minuman yang mengandung alkohol, menu yang ditawarkanpun sudah dilengkapi dengan harga dan gambar sehingga mampu mempermudah pengunjung. Pembiayaan yang digunakan menggunakan modal pribadi dan ada yang meminjam dari bank. Kendala-kendala yang dihadapi para pelaku usaha wisata kuliner adalah dari segi promosi dan makanan yang mudah basi serta kemasan makanan yang mudah rusak, oleh karena itu pelaku usaha harus memperhatikan makanan apa saja yang sering diminati oleh pengunjung dan berapa banyak porsinya serta memperhatikan kemasan agar dapat menarik pengunjung saat membeli.

Hasil dari penelitian ini berarti usaha wisata kuliner di kecamatan Cilimus dapat meningkatkan ekonomi masyarakat, wisata kuliner di kecamatan Cilimus sudah sesuai dengan perspektif ekonomi syariah. Dan kendala-kendala yang dihadapi adalah dari promosi dan makanan yang mudah basi serta kemasan yang mudah rusak.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1	Bambang Suyono (2006)  Universitas Islam Negeri (UIN) Malang	Perencanaan Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Pancamas Elite Karanglo Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor lingkungan Internal ( produksi, personalia)</li> <li>• Faktor lingkungan eksternal (ekonomi, pemerintah, teknologi, demografi, persaingan)</li> </ul>	analisa SAP (Strategic Advantage Profile), analisa ETOP (Environmental Threat and Opportunity Profile), dan analisis SWOT	PT. Pancamas Elite Karanglo mengalami masa pertumbuhan, strategi yang tepat dilakukan perusahaan adalah strategi ( <i>market development</i> ) perluasan pasar.
2	Rifatur Rahmaniah (2007)  Universitas Islam Negeri (UIN) Malang	Strategi pemasaran dalam posisi persaingan pada perusahaan rokok Valas di Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor lingkungan Internal (pemasaran, keuangan, SDM perusahaan)</li> <li>• Faktor lingkungan eksternal (perekonomian, sosial budaya, politik, persaingan, keamanan)</li> </ul>	Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT	<p>menghasilkan empat strategi diantaranya</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategi SO (<i>Strength, Opportunity</i>) yaitu memperluas pasar,</li> <li>• Strategi WO (<i>Weakness, Opportunity</i>) yaitu meningkatkan efisiensi, menambah media promosi dan program pemasaran untuk menarik pemasang iklan dan pelanggan baru,</li> <li>• Strategi ST (<i>Strength, Threats</i>) yaitu mempertahankan harga yang kompetitif, dan meningkatkan mutu, dan</li> <li>• Strategi WT (<i>Weakness, Threats</i>) yaitu meningkatkan kualitas, memanfaatkan teknologi dan sumberdaya yang dimiliki dengan optimal, dan memberikan harga berlangganan yang menarik dan membuat program promosi untuk menarik pelanggan</li> </ul>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil
3	Kusdiyanti, (2000) universitas widyagama	Penerapan strategi bersaing untuk meningkatkan volume penjualan pada PT Industry Sandang Patal Lawang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor lingkungan Internal (produk, harga, distribusi, dan promosi)</li> <li>• Faktor lingkungan eksternal (demografi, ekonomi, sosial budaya, teknologi, pemasok, konsumen, serta persaingan)</li> </ul>	analisis EFE, analisis IFE, dan analisis SWOT	Penurunan volume penjualan yang dihadapi perusahaan dikeranakan faktor-faktor ekstern yang mempengaruhinya. Pernacaan strategi bersaing dengan didukung oleh pelaksanaan yang baik membantu perusahaan merealisasikan segala tindakan di tahun-tahun mendatang sehingga posisi perusahaan dalam lingkungan persaingan dapat diperluas.
4	Syamsuri, 2010 Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang	Analisis Penerapan strategi bersaing pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor lingkungan Internal (finansial, dan SDM perusahaan)</li> <li>• Faktor lingkungan eksternal (Demografi, Perekonomian, Sosial Budaya, Politik dan Hukum, Teknologi, dan Persaingan)</li> </ul>	Alat analisis yang digunakan yaitu analisis IFAS, analisis EFAS dan selanjutnya analisis SWOT	Hasil analisis lingkungan eksternal dengan matriks EFE menunjukkan nilai 2,6. Hal ini mengindikasikan bahwa Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang terhadap lingkungan eksternal adalah cukup baik, IFE menunjukkan nilai 3,1. Hal ini mengindikasikan bahwa Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang sudah dapat memanfaatkan kekuatan dan sudah mampu mengatasi kelemahan internal dan kendala-kendala yang dihadapi yaitu kurangnya sarana dan prasarana seperti kurangnya memadainya tempat parkir kurang tertibnya manajemen keuangan yang dilakukan oleh kasir, tempat yang sederhana.
5	Muhamad tohirudin. 2018. Institut	Usaha Wisata Kuliner Menurut	masalah pembiayaan modal kerja kemudian	model analisis data mengalir. Sejumlah	Hasil dari penelitian ini berarti usaha wisata

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil
	Agama Islam IAI Bunga Bangsa Cirebon	Prespektif Ekonomi Islam Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Studi Wisata Kuliner di Kecamatan Cilimus).	menganalisisnya dengan studi kasus di Wisata Kuliner yang ada di Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan.	langkah-langkahnya adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.	kuliner di kecamatan Cilimus dapat meningkatkan ekonomi masyarakat, wisata kuliner di kecamatan Cilimus sudah sesuai dengan prespektif ekonomi syariah. Dan kendala-kendala yang dihadapi adalah dari promosi dan makanan yang mudah basi serta kemasan yang mudah rusak.

Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pengembangan bisnis, akan tetapi berbeda dalam analisisnya. Penelitian ini difokuskan pada alternatif strategi pengembangan bisnis rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang. Usaha pada bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang, berada di Jl. Danau Sentani, Sawojajar Kota Malang merupakan lokasi kuliner yang menyediakan varian lalapan bebek goreng dan ayam goreng sebagai sajian utamanya.

Dalam penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus pada strategi yang tepat diterapkan di rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang untuk mengembangkan bisnis kulinernya. Dalam hal ini, rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang sudah memiliki beberapa strategi, namun ada beberapa strategi yang perlu dikembangkan lagi dengan menggunakan analisis SWOT terkait dengan strategi pengembangan bisnisnya. Dalam penelitian lebih fokus pada analisis strategi manajemen usaha yang tepat dan analisis resiko terhadap bisnis yang dikembangkan.

## 2.2 Manajemen Strategis

Manajemen Strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional sehingga sebuah organisasi mampu mencapai tujuannya (David, 2002). Manajemen strategis juga dapat didefinisikan sebagai suatu rangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan perusahaan (Pearcedan Robinson, 2013). Dan menurut Glueck dan Jauch (1991) menyebutkan bahwa manajemen strategis adalah arus keputusan dan tindakan yang mengarah pada pengembangan strategi- strategi yang efektif untuk mencapai sasaran perusahaan.

Manajemen strategi dapat di definisikan sebagai sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana disyaratkan oleh definisi ini, manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akutansi, produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional. Tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksplorasi serta menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda untuk esok.

Berdasarkan pengertian dari para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen strategis adalah implementasi dari rangkaian keputusan berupa pengembangan strategi yang mengarah kepada tujuan organisasi atau perusahaan. Pengertian lain mengungkapkan bahwa strategi adalah suatu arah dan kebijakan atau rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan utama lembaga atau perusahaan. Dalam istilah lain, strategi juga berarti suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan

untuk mencapai sasaran khusus. Secara umum strategi mempunyai pengertian suatu garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu arah, rencana atau kebijakan yang cermat dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Manajemen strategis adalah serangkaian dan tindakan manjerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi dan pengendalian. Manajemen strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan. Semula disebut kebijakan bisnis, manajemen strategis meliputi perencanaan dan strategi jangka panjang

### **2.3 Manajemen Usaha**

Agus (2001: 189) menyebutkan bahwa kegiatan menjual makanan dan minuman adalah melaksanakan usaha pengembangan produk makanan dan minuman, merencanakan kegiatan yang berusaha menarik tamu untuk makan dan minum, melakukan pembelian makanan dan minuman, melakukan pengolahan, penyajian makanan dan minuman dan perhitungan produk. Selain itu pedagang warung PKL harus berusaha untuk mengembangkan produk-produk baru ataupun penyempurnaan produk agar tetap selaras dengan kebutuhan konsumen. Pedagang PKL, dalam menjalankan bisnis harus mengendalikan perusahaan dengan melaksanakan fungsi- fungsi manajemen. Rue & Byars, (2000: 6) disebutkan bahwa fungsi-fungsi

manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan dan pengontrolan.

Semakin meningkat jumlah pelanggan yang menikmati makan di luar, semakin tinggi tingkat pelayanan yang dibutuhkan. Berarti sudah merupakan kewajiban bagi pelaku bisnis untuk dapat mempertahankan pelanggan dan menambah pelanggan baru. Berbagai macam cara dapat dilakukan diantaranya dengan menggunakan fungsi manajemen (Goodman, 2002: 54) yaitu menguasai pemahaman terhadap pangsa pasar yang ditargetkan, bagaimana mendapatkan pasar tersebut, bagaimana mengontrol biaya dan bagaimana berinteraksi dengan karyawan dari sudut kinerja. Upaya mendapatkan pasar merupakan upaya pemasaran atau strategi pemasaran dengan aktivitas (Moh As'ad, 2001:125) penilaian keinginan dan kebutuhan konsumen dalam situasi pasar, merubah keinginan dan kebutuhan tersebut dalam bentuk barang serta menyajikan dalam cara-cara yang khas, mengembangkan serta menyajikan barang-barang tersebut dalam cara yang efisien, membuat jaring-jaring saluran yang efektif dari produsen ke konsumen dengan mempertimbangkan faktor laba (profit) yang rasional.

Mengontrol biaya dimaksudkan menciptakan sistem yang menjamin terciptanya kesehatan perusahaan. Terdapat keseimbangan antara pendapatan dan biaya perusahaan, keuntungan yang ditargetkan tercapai dan terjadi surplus. Keadaan ini dicapai apabila pedagang mampu membuat keputusan yang benar tentang harga, tidak mudah tergoda untuk membuat harga yang tidak rasional atau harga yang tidak selaras dengan mutu yang diberikan. Interaksi dengan karyawan dari sudut kinerja dimaksudkan sebagai upaya agar karyawan dapat menjalankan tugas dengan minat dan kegembiraan, serta bekerja penuh kegairahan dan merasa bahagia dalam bekerja,

berarti kepuasan kerja karyawan terpenuhi. Keadaan ini akan membawa pengaruh yang besar terhadap masa depan perusahaan, karena dinyatakan ( As'ad, 2001:103 berapapun sempurnanya rencana- rencana, organisasi dan pengawasan serta penelitian, bila tidak dapat menjalankan tugas dengan minat dan gembira maka suatu perusahaan tidak akan mencapai hasil sebanyak yang sebenarnya dapat tercapai.

## **2.4 Analisis Resiko**

### **1. Pengertian Risiko Bisnis**

Kata risiko banyak digunakan dalam berbagai pengertian dan biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari oleh orang pada umumnya. Maka dari itu secara intuitif seseorang memahami maksudnya. Risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang ditimbulkan oleh adanya perubahan. Risiko adalah penyimpangan dari sesuatu yang diharapkan. Faktor ketidakpastian inilah yang akhirnya menyebabkan timbulnya risiko pada suatu kegiatan (Mulyawan, 2015: 29). Terdapat berbagai pendapat yang berbeda mengenai pengertian risiko tetapi mengacu pada makna yang sama. Berikut beberapa pengertian risiko menurut para ahli.

Risiko dapat dimaknai sebagai potensi terjadinya suatu peristiwa yang dapat menimbulkan kerugian. Namun dalam analisis investasi, risiko didefinisikan sebagai kemungkinan hasil uang yang diperoleh menyimpang dari yang diharapkan (Paramana,2011:99). Menurut Farah (2010:119) menjelaskan bahwa risiko bisnis adalah tingkat risiko yang inheren didalam operasi perusahaan, jika perusahaan tidak mempergunakan hutang, perusahaan akan memiliki risiko bisnis yang kecil jika permintaan akan produk yang dihasilkannya stabil, jika harga-harga input dan produknya tetap relatif konstan, jika perusahaan dapat menyesuaikan harga-

harganya dengan bebas jika terjadi peningkatan biaya, dan jika sebagian besar biayanya adalah biaya variabel sehingga akan turun jika penjualan menurun.

Risiko berhubungan dengan ketidakpastian. Sesuatu yang tidak pasti (*uncertain*) dapat berakibat menguntungkan atau merugikan. Menurut Wideman (2009) dalam Suswinarno (2012), ketidakpastian yang menimbulkan kemungkinan menguntungkan dikenal sebagai *opportunity* sedangkan ketidakpastian yang menimbulkan kerugian disebut dengan istilah *risk*. Secara umum, risiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang dihadapi seseorang atau perusahaan, ketika terdapat kemungkinan yang merugikan (Suswinarno, 2012: 6).

Ketidakpastian mengakibatkan adanya risiko (yang merugikan) bagi pihak-pihak yang berkepentingan, lebih-lebih dalam dunia bisnis. Sehubungan dengan kenyataan tersebut semua orang (khususnya pengusaha) selalu harus berusaha untuk menanggulangnya. Artinya berupaya untuk meminimumkan ketidakpastian agar kerugian yang ditimbulkan dapat dihilangkan atau paling tidak di minimumkan.

Ketidakmampuan perusahaan untuk menutup kewajiban-kewajibannya tidak terlepas dari perusahaan tidak mampu mengelola risiko yang ada dengan baik, perusahaan harus mampu memahami risiko-risiko yang akan terjadi pada perusahaan agar tercipta suatu kontinuitas pendanaan yang baik sehingga perusahaan bisa mempertahankan kualitas produksinya dan bisa mendapatkan suatu laba yang diharapkan oleh perusahaan. Manajemen biasanya menggunakan leverage sebagai alat pengukur untuk menaikkan laba perusahaan. Leverage merupakan penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Risiko bisnis merupakan suatu fungsi dari ketidakpastian yang inheren di dalam hal ini proyeksi pengembalian atas modal yang di investasikan didalam sebuah perusahaan. jadi sebelum akan memutuskan menggunakan hutang sebaiknya manajemen perusahaan mempertimbangkan terlebih dahulu risiko bisnisnya. Sehingga risiko bisnis inilah yang ditakutkan akan menurunkan penjualan dan kesulitan akan kemampulabaan perusahaan. Dalam hal ini selain risiko bisnis yang akan timbul pada perusahaan tentunya risiko yang dapat mempengaruhi suatu laporan keuangan pada perusahaan juga sangat berpengaruh, risiko ini disebut denganrisiko keuangan.

Leverage menimbulkan beban tetap bunga, leverage ini bisa menguntungkan jika diimbangi dengan kenaikan laba yang diperoleh dari hasil penjualan, tetapi leverage juga dapat menimbulkan keruagian jika hutang ini tidak diimbangi dengan penjualan yang bagus. Leverage mengakibatkan timbulnya risiko bisnis dan risiko keuangan. Ketidak pastian yang terjadi dimasa mendatang menyebabkan munculnya risiko bisnis. Risiko bisnis biasanya terjadikarena adanya ketidakpastian pada EBIT sebagai akibat dari variasi volume penjualan. Risiko bisnis juga bisa dikatakan kemungkinan adanya kerugian atau variabilitas pendapatan dihubungkan dengan aktiva tertentu. Dengan kata lain risiko adalah sebagai kemungkinan bahwa return sesungguhnya dari suatu investasi akan lebih rendah dari return yang diharapkan.

Risiko bisnis merupakan salah satu risiko yang dihadapi perusahaan ketika menjalani kegiatan operasi, yaitu kemungkinan ketidakmampuan perusahaan untuk mendanai kegiatan operasionalnya. Risiko bisnis perusahaan berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis usaha perusahaan dan kemampuan perusahaan membayar hutangnya tingkat risiko bisnis perusahaan juga mempengaruhi minat pemodal

untuk menanamkan dana pada perusahaan dan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh dana dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Firnanti, 2011:120). Perusahaan dan risiko bisnis yang tinggi cenderung menghindari pendanaan dengan menggunakan hutang dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki risiko bisnis lebih rendah. Risiko perusahaan yang tinggi pada umumnya lebih mengutamakan penggunaan dana internal daripada penggunaan utang maupun penerbitan saham. Semakin tinggi risiko bisnis maka semakin rendah struktur modal (Nuswandari, 2013:96).

Risiko bisnis menurut Shahrial (2007:183), diukur dengan EBIT (*Standard deviation earning before interest and taxes* = deviasi standar laba sebelum bungadan pajak) Risiko bisnis diukur oleh deviasi standart dari rasio EBIT dibanding dengan Total, Aset dalam presentase(%), dengan formulasi:

$$Risk = \frac{EBIT}{Total Aset} \times 100\%$$

Identifikasi resiko berguna untuk mengetahui resiko mana saja yang mungkin mempengaruhi proyek serta mendokumentasikan karakteristiknya. Identifikasi resiko merupakan proses yang berlangsung terus menerus, karena kemungkinan ada resiko yang baru akan diketahui sepanjang proyek tersebut berlangsung. Secara garis besar ada dua kategori resiko yaitu resiko internal dan eksternal. Resiko internal adalah resiko yang berasal dari perusahaan atau proyek itu sendiri. Contoh : biaya, produktivitas, kontrak, waktu penyelesaian, dll. Sedangkan resiko eksternal adalah resiko yang berasal bukan dari perusahaan atau proyek itu, contoh: kondisi politik, inflasi.

## 2.5 Manajemen bisnis berbasis Islam

Problema saat ini, praktek kegiatan bisnis dapat dilakukan dengan berbagai cara agar target keuntungan perusahaan tercapai. Akibatnya, cara apapun kemudian dianggap sah asalkan tujuan bisnis dapat tercapai (Chamidi, 2015). Dominansi sistem ekonomi barat sebagian besar telah menghapuskan nilai-nilai Islam, keyakinan, serta ide tentang bisnis dan perdagangan (Hasyim, 2012).

Praktek bebas nilai yang diberlakukan bagi sebagian besar pembisnis menyebabkan kesenjangan antar lapisan masyarakat, khususnya masyarakat menengah kebawah. Seseorang yang berkuasa dengan bebas menindas kaum yang lemah. Eksploitasi Sumber Daya Alam, penipuan, penyalahgunaan kekuasaan semakin marak. Fenomena pelik yang terjadi dengan berkembangnya bisnis kontemporer saat ini menyebabkan tidak adanya keadilan dalam berbisnis. Dalam melaksanakan aktivitas bisnis, harus ada batasan agar tidak mendzolimi seseorang yang lain. Dalam berbisnis memerlukan etika, moral, nilai-nilai yang tidak bebas nilai (Ismaeel, 2012).

Islam sebagai agama mengajak semua umat Islam untuk aktif dan menjadi pekerja keras (karakteristik pengusaha). Islam mendorong kemakmuran melalui penggunaan sumber daya yang diberikan oleh Allah dengan benar. Bisnis Islami didasarkan pada prinsip-prinsip: kewirausahaan dan bisnis adalah bagian integral dari agama; kesuksesan tidak hanya diukur dari hasil akhirnya tetapi juga dengan cara mencapainya; Islam mendorong orang untuk berbisnis; kegiatan bisnis adalah bagian dari ibadah; prinsip-prinsip kewirausahaan dan bisnis hanya didasarkan pada Al- Qur'an dan Hadits Nabi (ajaran dan tradisi), Etika dan tanggung jawab sosial didasarkan pada perilaku teladan Muhammad SAW (Ramadani, dkk, 2015).

Davis (2013) mengemukakan beberapa alasan terkait bisnis Islami. Ketidakberhasilan cendekiawan 'barat' merujuk pada sumber-sumber utama dan terpercaya terkait kewirausahaan dan bisnis Islam, karena sebagian besar dari mereka ditulis dalam bahasa Arab, bahasa Urdu atau bahasa lain yang tidak umum digunakan oleh cendekiawan non-Muslim

- a. Pernyataan historis oleh beberapa sarjana Barat bahwa Islam tidak sesuai dengan kapitalisme.
- b. Kurangnya pemahaman tentang kegiatan pengusaha Muslim yang 'mendekonstruksi' dan 'merekonstruksi' penghubung antara kewirausahaan dan Islam sebagai agama.

Manusia sebagai *Khalifah Fil Ardh* harus mampu mengelola apa yang ada di muka bumi ini menjadi lebih bermanfaat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pentingnya bisnis (*entrepreneur*) dilaksanakan di muka bumi ini (Suharto dan Fasa, 2018). Dalam Kegiatan Perdagangan, Rasulullah sangat mengutamakan akhlak mulia. Kejujuran dan kepercayaan merupakan akhlak beliau yang paling utama ketika berdagang (Bakhri dan Abdussalam, 2012). wirausahawan muslim senantiasa jujur dan dapat dipercaya (*amanah*). Dengan kejujuran dan aspek spiritual yang senantiasa melekat pada praktik-praktik pelaksanaannya, usaha perdagangan yang terjadi akan mendatangkan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Para pedagang diharamkan melariskan dagangannya untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan sumpah-sumpah bohong.

## 1. Karakteristik Bisnis Berbasis Nilai Islam dan Non Islam

Kegiatan bisnis harus terintegrasi dengan ranah Islam. Orientasi bisnis (*entrepreneur*) yang bervisi sekuler harus sejalan dengan visi dan misi penciptaan manusia. Orientasi pada bisnis Islami mengandung empat komponen, yakni: target hasil, pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan (Veitzal, dkk 2012). Maka makna bisnis dalam Islam bertujuan untuk merealisasikan konsep keseimbangan antara dimensi horizontal dengan dimensi spiritual (Abdurrahman, 2011).

**Tabel 2.2 Perbandingan Karakteristik Bisnis Islam dan Bisnis Non-Islami.**

KARAKTERISTIK BISNIS	ISLAMI	NON ISLAMI
ASAS	Tauhid (nilai-nilai transedental)	Sekularisme (nilai-nilai material)
MOTIVASI	Dunia-akhirat	Dunia
ORIENTASI	Profit dan berkah	Profit
ETOS KERJA	Tinggi, bekerja adalah ibadah	Tinggi, bekerja adalah kebutuhan duniawi
SIKAP MENTAL	Sukses dunia dan akhirat	Sukses dunia
KEAHLIAN	Kewajiban seorang muslim	Kewajiban perusahaan
MODAL	Halal	Halal dan Haram
AMANAH	Terpercaya dan bertanggung jawab, tujuan tidak menghalalkan cara	Tergantung kemauan individu (pemilik kapital), tujuan menghalalkan cara
SDM	Berimandan bertakwa	Tidak beriman dan Bertakwa (Duniawi)

Menurut pandangan Islam, ada empat landasan dalam mengembangkan kegiatan bisnis, yaitu kebenaran, kejujuran, keterbukaan, dan keahlian. Sebagaimana perilaku Rasulullah dalam berbisnis yakni mengedepankan nilai-nilai kejujuran (*sidiq*), memegang amanah (*amanah*), menyampaikan (*tabligh*), dan memiliki kecerdasan (*fathonah*) (Veitzal, dkk, 2013). Dalam menjalankan suatu usaha harus memegang teguh prinsip-prinsip kewirausahaan Islami. Berikut merupakan tiang-tiang pokok kewirausahaan dalam Islam: (Fasa, 2012).

Posisi kerja keras dalam berbisnis merupakan bagian dari keberhasilan seseorang, maka Islam memberikan penghargaan yang sangat tinggi kepada mereka yang melakukannya. *Ibrahim Ath-Thahawi* dan *Abdul Munim Khallaf* menyatakan bahwa kerja adalah sebuah *faridhah* (kewajiban), dimana setiap orang akan dimintai pertanggung jawaban (Multitama, 2006).

Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada materi (*Qimah Madiyah*), masih ada tiga orientasi lainnya, yakni nilai kemanusiaan (*Qimah Insaniyah*), nilai akhlak (*Qimah Khuluqiyah*), dan nilai ruhiyah (*Qimah Ruhiyah*) (Veitzal, dkk, 2012).

a. Nilai Kemanusiaan (*Qimah Insaniyah*)

Dengan berorientasi *qimah insaniyah* berarti pengelola sebuah perusahaan atau organisasi juga dapat memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan baik melalui kesempatan kerja maupun bantuan sosial dan lain-lain.

b. Nilai Akhlak (*Qimah Khuluqiyah*)

*Qimah khuluqiyah* mengandung pengertian bahwa, *akhlaqul karimah* menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas para pengelola organisasi.

c. Nilai Ruhiyah (*qimah ruhiyah*)

*Qimah ruhiyah* berarti perbuatan tersebut dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Kegiatan Bisnis dalam konsep Islami tidak hanya dalam hal memperoleh keuntungan materi, melainkan sebagai media ibadah guna mendapatkan tiket menuju kebahagiaan abadi di akhirat kelak. Bisnis dalam Islam mengutamakan keuntungan dan maksimalisasi masalah. *Al-Syaibani* sebagai pakar pemikir ekonomi Islam

mendefinisikan kerja sebagai mencari perolehan harta melalui berbagai cara yang halal. Bekerja merupakan ajaran para rasul terdahulu dan kaum Muslimin diperintahkan untuk meneladani cara hidup mereka (Karim, 2004).

## 2.6 Analisis SWOT

Menurut Freddy (2013), analisis SWOT merupakan teknik yang berdasar dari logika lalu kemudian dapat dipakai untuk memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Sedangkan, menurut Galavan (2014), analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) merupakan analisis untuk menemukan strategi yang efektif untuk diimplementasikan sesuai kondisi pasar dan keadaan aktual pada saat itu, kemudian peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengidentifikasi keadaan lingkungan luar atau eksternal perusahaan dan kekuatan (*strength*) serta kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis lingkungan dalam atau internal perusahaan.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis SWOT merupakan suatu metode analisis yang menjadikan *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*, sebagai faktor-faktor untuk mengevaluasi dan menggambarkan masalah bisnis baik dari internal maupun eksternal perusahaan.

### 1. Unsur-Unsur Analisis SWOT

Analisis SWOT melibatkan empat unsur utamanya, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Berikut penjelasan dari masing-masing unsur tersebut:

a) Kekuatan(*Strength*)

Kekuatan merupakan sumberdaya atau kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan atau tersedia bagi perusahaan tersebut, yang membuat perusahaan memiliki nilai lebih jika dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya dalam mengatasi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan berasal dari sumber daya dan kompetensi yang dimiliki perusahaan itu sendiri.

b) Kelemahan(*Weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan yang relatif dalam satu atau lebih sumber daya suatu perusahaan terhadap pesaingnya, kelemahan juga dinilai dari hambatan yang dimiliki perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya. Dalam prakteknya, keterbatasan dan kelemahan-kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan dan keterampilan pimpinan yang rendah, kampanye pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna serta rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan.

c) Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan kondisi diluar lingkungan perusahaan yang berpotensi untuk mendatangkan keuntungan bagi. Salah satu sumber datangnya peluang adalah adanya kecenderungan atas segmen pasar yang belum terlewatkan, cara lain mengidentifikasi peluang yang ada adalah perubahan dalam iklim persaingan, terbitnya regulasi pemerintah yang menguntungkan bisnis, kecanggihan teknologi, dan hubungan baik dengan pembeli/pemasok, semua hal tersebut dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d) Ancaman(*Threats*)

Ancaman merupakan situasi yang berkebalikan dari peluang, yaitu kondisi yang datang dari luar perusahaan namun tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mengejar tujuan yang diinginkan. Beberapa cara mengetahui atau melihat kecenderungan adanya ancaman adalah dengan mengamati pesaing baru yang masuk ke dalam industri yang sejenis, pertumbuhan pasar yang lambat, kekuatan tawar-menawar dari pembeli/pemasok utama yang meningkat, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, semua hal tersebut berpotensi untuk menjadi penghalang bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Analisis SWOT merupakan suatu metode untuk menggali aspek-aspek kondisi yang terdapat di suatu wilayah yang direncanakan maupun untuk menguraikan berbagai potensi dan tantangan yang akan dihadapi dalam pengembangan wilayah tersebut (Rachmarwi, 2016). Analisis SWOT adalah instrumen perencanaan klasik, dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan serta kesempatan eksternal dan ancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi (Rofiqo & Yulianti, 2019).

Analisis *strength, weakness, opportunity, threat* atau disingkat dengan SWOT ini analisis yang penting untuk mengetahui dimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk perusahaan (Wijaya & Sulistyono, 2020). Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja (Rimet, 2019).

Menurut Andika (2020) dalam skripsinya yang berjudul penerapan analisis SWOT sebagai strategi pengembangan PT. Al Muchtar Tour and Travel dalam perspektif ekonomi islam menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan petunjuk ataupun arahan untuk dapat mempertahankan kekuatan serta menambah keuntungan dari peluang yang ada, serta dapat mengurangi kekuatan dan menghindari ancaman.

SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif (Fahmi, 2016:345). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah suatu bentuk strategi yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha baik mikro maupun makro untuk dapat melihat kekuatan yang dapat mengurangi ancaman yang ditimbulkan dari usaha yang dijalankan, serta menangkap peluang yang ada untuk menghindari ancaman yang mungkin akan ditimbulkan dari suatu bisnis.

## **2. Proses Analisis SWOT**

Analisis kasus adalah kegiatan intelektual untuk memformulasikan dan membuat rekomendasi, sehingga dapat diambil tindakan manajemen yang tepat sesuai dengan kondisi atau informasi yang diperoleh dalam pemecahan kasus tersebut. Analisis kasus ini penting bagi setiap pengambil keputusan. Dalam analisis kasus yang bersifat strategis, tidak ada jawaban yang benar atau salah, ini disebabkan karena setiap kasus yang berhasil diselesaikan diikuti oleh pendekatan baru dan pencarian masalah baru yang muncul dari permasalahan sebelumnya.

Tahap akhir analisis kasus adalah memformulasikan keputusan yang akan diambil. Keputusan yang berbobot hanya dapat dibuktikan oleh waktu, artinya

keputusan yang diambil akan benar- benar terbukti setelah periode waktu tertentu. Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi, dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah.

Pembuatan analisis SWOT, menunjukkan kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

### **3. Faktor Eksternal dan Internal dalam Perspektif SWOT**

Menurut Fahmi (2016:353) menyatakan bahwa untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

#### **a. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O and T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan.

#### **b. Faktor Internal**

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi didalam lingkungan perusahaan, yang artinya ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decisionmaking*) perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas dapat diketahui bahwa suatu usaha dikatakan baik jika peluang yang ada lebih besar dibandingkan dengan ancaman. Serta kekuatan yang ada dalam perusahaan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan perusahaan itu sendiri.

#### **4. Model Analisis SWOT**

Menurut Fahmi (2013:271) dalam bukunya yang berjudul manajemen resiko teori, kasus dan solusi menjelaskan bahwa dalam rangka membuat suatu analisa SWOT diperlukan suatu model analisis SWOT yang *representative*. Yang dimaksud dengan *representative* disini ialah bagaimana suatu kasus yang akan dikaji dipandang dari sudut ruang lingkup dari aktivitas kegiatannya, dengan kata lain melakukan penyesuaian analisa berdasarkan kondisi yang ada. Empat kuadran dalam analisis SWOT, yaitu: (Primadona & Rafiqi, 2019).

- a. Kuadran I (positif, positif): Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Dimana perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
- b. Kuadran II (positif, negatif): Meskipun dihadapkan pada berbagai macam ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal sehingga dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.
- c. Kuadran III (negatif, positif): Perusahaan menghadapi peluang pasar yang begitu besar, namun disisi lain, perusahaan juga dihadapkan pada berbagai kendala/kelemahan internal perusahaan.

- d. Kuadran IV (negatif, negatif): Pada kuadran IV ini perusahaan menghadapi situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

## 5. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dengan menggunakan matriks ini maka akan terlihat gambaran secara jelas mengenai peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Suprpto, 2019). Matriks SWOT yaitu matriks yang dapat menggambarkan secara sistematis bagaimana interaksi antara kekuatan dan kelemahan yang dimiliki secara internal oleh jasa perhotelan terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi secara eksternal oleh jasa perhotelan (Anam, 2020).

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi; strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan–peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman) (Rofiqo & Yulianti, 2019).

**Tabel 2.3 Matriks SWOT**

<b>IFAS/EFAS</b>	<b>Strength (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
Tentukan 5-10 faktor ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan

Sumber: Syaifudin, et al (2021).

Analisis SWOT, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan. Menurut buku "Logistics Management and Strategy" karya Alan Harrison dan Remko van Hoek (2011), kekuatan perusahaan dapat berupa kualitas layanan yang baik, jaringan distribusi yang luas, dan sistem manajemen yang efektif. Sedangkan kelemahan perusahaan dapat berupa keterbatasan finansial, kurangnya kemampuan manajemen, dan kualitas layanan yang buruk. Dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan ini, perusahaan dapat mengambil tindakan untuk meningkatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan.

Selain itu, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor eksternal seperti peluang dan ancaman pasar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kao et al. (2016), peluang pasar dalam bisnis jasa angkut barang dapat berupa permintaan pasar yang meningkat, peningkatan perdagangan internasional, dan perkembangan teknologi transportasi. Sedangkan ancaman pasar dapat berupa persaingan yang semakin ketat, perubahan regulasi pemerintah, dan risiko global seperti konflik politik atau krisis ekonomi. Dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman ini, perusahaan dapat menyesuaikan strategi bisnisnya agar lebih efektif dan menguntungkan.

Namun, perusahaan perlu menghindari beberapa kesalahan umum dalam analisis SWOT. Kazmi (2017), salah satu kesalahan umum adalah *overemphasizing strengths* dan *underemphasizing weaknesses*, yang dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan fokus pada aspek yang perlu diperbaiki. Kesalahan lain adalah mengabaikan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi strategi bisnis perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan semua faktor secara holistik untuk membuat keputusan strategis yang lebih tepat.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Han dan Kim (2020) menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja bisnis dan menciptakan strategi yang lebih efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan analisis SWOT memiliki kinerja yang lebih baik daripada perusahaan yang tidak melakukannya. Selain itu, perusahaan yang melakukan analisis SWOT secara teratur juga memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman pasar, serta meresponnya dengan cepat. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hosseini (2021) mengungkapkan bahwa analisis SWOT dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam bisnis jasa angkut barang, strategi pemasaran yang tepat sangat penting untuk menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka. Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk atau layanan mereka, serta peluang dan ancaman pasar yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam menciptakan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif.

Namun, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa analisis SWOT memiliki beberapa keterbatasan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Verhees (2018), analisis SWOT hanya memberikan gambaran umum tentang situasi bisnis dan tidak memberikan solusi konkret untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi. Selain itu, analisis SWOT juga cenderung mengabaikan faktor-faktor sosial dan lingkungan yang dapat mempengaruhi bisnis jasa angkut barang. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan analisis SWOT sebagai salah satu tool strategi bisnis, namun tidak boleh mengandalkannya secara keseluruhan.

Dalam kesimpulannya, analisis SWOT merupakan tool strategi bisnis yang dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal dalam bisnis jasa angkut barang. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, perusahaan dapat menciptakan strategi bisnis yang lebih efektif dan menguntungkan. Namun, perusahaan perlu mempertimbangkan keterbatasan analisis SWOT dan menggunakannya sebagai salah satu bagian dari proses pengambilan keputusan strategis yang lebih holistik dan terintegrasi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field reserch*) yang bersifat kualitatif yaitu penelitian di lingkungan tertentu untuk mengadakan dan melakukan pengamatan suatu tempat tertentu dan untuk memperoleh data. Menurut Sugiyono (2017:35). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bersifat penjelasan yang ada dan pola pengamatan dengan rentang waktu tertentu. Marzuki (2001:8) menyatakan penelitian deskriptif hanya akan melukiskan keadaan obyek atau persoalannya dan tidak dimaksudkan untuk mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum. Mengingat sifat dari penelitian ini mempunyai perspektif (Emik) artinya data dipaparkan dalam bentuk deskripsi menurut bahasa, cara pandang subjek penelitian (Hamidi.2004:70)

Menurut Moleong(2006:6), penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sedangkan metode deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.(Soejono, 1999: 23)

Dari pernyataan diatas bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti menginginkan untuk mengetahui sejauh mana langkah perusahaan dalam menerapkan strategi-strategi bersaing dan mampu bersaing dengan para pesaing guna meningkatkan pangsa pasarnya. Jadi peneliti mengasumsikan metode ini yang paling tepat untuk dipergunakan dalam penelitian ini

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada usaha Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang di Jl. Terusan Danau Sentani Raya H2A No.44, Madyopuro, Kec. Kedungkandang, Jawa Timur.

### **3.3 Subjekdan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah Pimpinan dan Karyawan pada usaha rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang. Sedangkan Objek penelitian ini adalah manajemen bisnis pada usaha Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang.

### **3.4 Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh dari lapangan pada bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang. Dalam penelitian ini adalah manager, asisten manager, humas, keuangan, supervisor, bagian kabag produksi, kebersihan, promosi, SDM, dan karyawan Teknik yang digunakan *Purposive sampling* (Pengambilan subjek sesuai dengan tujuan)

## **b. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari bahan dan literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode, yaitu:

- a. Observasi, yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh melalui pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara langsung tentang kegiatan-kegiatan yang akan diteliti.
- b. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan pimpinan, karyawan rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang.
- c. Telaah perpustakaan yaitu, dengan cara mengumpulkan, membaca, dan menelaah buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### **3.6 Metode Paparan Data**

- a. Induktif, yaitu menggambarkan kaedah khusus yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, dianalisa kemudian diambil kesimpulan secara umum.
- b. Deduktif, menggambarkan kaidah umum yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, kemudian diambil kesimpulan secara khusus.
- c. Deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan kaedah, subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada.

### 3.7 Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain, Sugiyono (2014:428). Teknik analisis data menggunakan analisa data secara deskriptif kualitatif yaitu setelah semua data telah berhasil kumpulkan, maka menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya. Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkannya, menyusun ke dalam pola, dan membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan dapat diinformasikan kepada orang lain.

Huberman dan Miles (Sugiyono, 2012:430) membuat model analisis data yang disebut modelinteraktif. Model ini terdiri dari tiga hal, yakni:

1. Reduksi Data(*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses menginterpretasikan data atau informasi yang didapat dari catatan lapangan/observasi serta hasil wawancara mendalam terhadap subjek penelitian atau informan.

2. Penyajian Data(*Data Display*)

Fase kedua dari analisis data ini adalah menentukan bagaimana data yang sudah direduksi akan disajikan berdasarkan variabel faktor internal dan faktor eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan.

### 3. Penarikan Kesimpulan(*Conclusion*)

Fase ketiga ini adalah penarikan kesimpulan dengan melihat kembali atau mereview kembali data yang sudah direduksi guna mempertimbangkan makna dari data yang telah dianalisis dengan implikasinya berdasarkan pertanyaan pada perumusan masalah.

Proses analisis data, peneliti menggunakan analisis deskripsi dengan memaparkan data-data yang berhubungan dengan fokus penelitian yang diteliti. Data-data yang telah terkumpul, selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Yang dimaksud dengan kualitatif adalah metode analisa data yang dikelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang diperoleh dari studi kepustakaan, sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang diajukan.

## **BAB IV**

### **PAPARANDATA**

#### **4.1 Sejarah Berdirinya Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar**

Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar pertama kali usaha ini dirintis oleh Owner Bebek Kendang Sawojajar Bapak munif (Founder), Bu Wiwin (CEO), usaha tersebut berada didaerah sawojajar Kota malang. Dengan konsep sederhana awalnya hanya membuat warung makan saja, namun lambat laun rumah makan Bebek Kendang Sawojajar mulai melejit dan sukses karena bisa mengatasi berbagai rintangan dan hambatan hingga bisa eksis, sukses, terus maju dan akhirnya banyak memanfaatkan jaringan waralaba atau franchise sampai saat sekarang ini.

Berkembangnya rumah makan Bebek Kendang Sawojajar dengan melebarkan usahanya dari warung biasa sampai berubah menjadi rumah makan, berbekal dari citra atau brand image rumah makan Bebek Kendang Sawojajar serta menu yang disajikan bebek goreng dan ayam. Lebih uniknya lagi Meskipun menu utama yang disajikan spesial bebegoreng dengan variasi sambalnya yang merupakan makanan khas dari rumah makan Bebek Kendang Sawojajar . Rumah makan ini dapatterus maju berkembang pesat. Menu yang ditawarkan pada rumah makan ini sangat cocok untuk semua segmen masyarakat.

#### **4.2 Visidan Misi Rumah Makan Owner Bebek Kendang Sawojajar**

Visi yang dimiliki oleh suatu organisasi merupakan suatu cita-cita tentang keadaan&masa yang akan datang yang diinginkan untuk terwujud oleh seluruh orang-orang dalam organisasi, cita-cita masa depan yang dimiliki oleh para pendiri yang kira-kira mewakili seluruh anggota organisasi inilah yang disebut visi.

Visi dari rumah makan Bebek Kendang Sawojajar yaitu: menjadikan perusahaan Bebek Kendang Sawojajar menjadi sebuah perusahaan kuliner yang memiliki pondasi bisnis berbasiskan nafas keislaman.

Misi adalah penjabaran dari visi agar visi menjadi lebih mudah dimengerti atau lebih jelas bagi seluruh staf dan karyawan organisasi. Misi dari rumah makan Bebek Kendang Sawojajar yaitu: memasukkan kaidah-kaidah Islam dalam penerapan bisnis disemua lini aktifitas yang ada dibebek goreng.

#### **4.2.1 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi yang ada dilingkungan Bebek Kendang Sawojajar , secara operasional dikelola oleh seorang Manajer dengan dibantu secara teknis oleh karyawan . Manajer merupakan penanggung jawab utama atas segala aktivitas bisnis danoperasional yang berkaitan dengan keberlangsungan dan realisasi visi misi perusahaan. Bapak munif Selaku Founder bisnis, Bu Wiwin sebagai CEO dan Bu Arini sebagai Manajer sedangkan pada karyawan yakni: Aziza, Dewi, Yoshi, Bayu,dan Aulia. Kegiatan teknis dilakukan oleh karyawan yang selalu memberikan laporan secara tertulis kepada Manajer atas segala kelancaran operasional.

#### **4.2.2 Kedudukan dan Uraian Tugas/Pekerjaan**

Wewenang dan tanggung jawab dalam fungsi kerja merupakan sebuah prosedur kerja yang mengatur karyawan rumah makan bebek goreng secara teknis sesuai fungsi kerja diunit. Wewenang dan tanggung jawab dalam fungsi kerja merupakan rule aktivitas yang wajib diikuti karyawan dalam menjalankan fungsinya. Berikut adalah uraian tugas dan pekerjaan masing- masing:

1. Wewenang dan Tanggung Jawab Fungsi Kerja Manager:

- a. Menjalankan, mengendalikan dan mengevaluasi visi misi perusahaan di unit yang dipimpin
  - b. Berkordinasi dengan staf secara periodik
  - c. Mengontrol dan mengevaluasi kualitas menu dan kinerja pelayanan
  - d. Mengorganisasi kegiatan promosi dan pemasaran
  - e. Mengatur dan mengevaluasi anggaran dan barang persediaan
  - f. Mengatur dan mengevaluasi standar kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kesejahteraan karyawan
  - g. Membuat laporan operasional kegiatan secara periodik
2. Sedangkan karyawan bertugas mengolah bahan baku dan menyiapkan pesanan sampai pesanan di pelanggan dan pengaturan kebersihan rumah makan. Selain itu juga menjadi pramusaji makanan dan memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggan yang datang. Karyawan yang bekerja kemudian di bagi dalam beberapa unit.

Unit Potong Bebek (PT) merupakan unit pengolahan bahan baku bebek atau ayam dari kondisi baku menjadi kondisi pra siap saji. Unit ini merupakan unit urgensi/penting yang menentukan keberlangsungan aktivitas produksi pelayanan pada bebek goreng. Fungsi kerjanya sebagai berikut:

- a. Memastikan stok bebek hidup atau ayam hidup dalam kadar cukup untuk operasional 5 hari kedepan, hal ini berkordinasi dengan Supervisor atau Asisten Manager
- b. Memastikan jumlah bebek dan ayam yang harus dipotong untuk disajikan satu hari sebelumnya, jumlah ini ditentukan oleh Asisten Manager atau Minimal Supervisor

- c. Menyembelih/memotong bebek dan ayam dengan acuan syariat Islam sesuai prosedur dan jumlah potong yang ditentukan oleh Asisten Manager
- d. Menyembelih bebek atau ayam dengan waktu yang ditentukan oleh Asisten Manager agar bebek atau ayam bisa disajikan pada jam operasional
- e. Membersihkan bagian bebek dan agar siap dimasak oleh bagian dapur
- f. Merekap berapa jumlah bebek dan ayam yang dipotong
- g. Merekap berapa jumlah potong bebek, ayam dan jeroan yang siap dimasak

Unit Goreng Bebek merupakan unit yang menyediakan hidangan utama sebagai bahan utama dari Trade /mark Bebek Goreng. Menu ini merupakan menu wajib yang nilai urgensi sangat tinggi yang harus dijaga kualitas, rasa, penyajian dan kecepatan penyajiannya. Unit ini mengelola menu Bebek dan Ayam serta bahan pendukung lain seperti nasi, berikut adalah daftar wewenang dan Tanggung Jawab dalam Fungsi kerja dari unit Goreng Bebek.

- a. Memastikan bahwa stok bebek dan ayam yang siap goreng ada minimal untuk 1 hari penjualan
- b. Memastikan bahwa stok nasi cukup untuk transaksi hari H (pagi sampai malam). Serta memastikan nasi tidak lembek/benyek, kurang masak/tanek/"ngeltis", keras atau hambar
- c. Memastikan rasa bebek goreng dan ayam goreng memenuhi kriteria standar (Ala Bebek Kendang Sawojajar Asli). Bebek atau ayam yang di goreng tidak gosong, hitam, terlalu kering, atau terlalu basah, terlalu keras, hancur/remuk, tidak utuh/pecah.
- d. Memastikan rasa bebek goreng atau ayam goreng tidak "terlalu asin" atau disajikan dalam keadaan dingin. Pastikan cita rasanya mengikuti standar

- e. Memastikan bahwa bebek goreng atau ayam goreng dan nasi sudah harus sampai ke meja konsumen kurang dari 6 menit setelah daftar order masuk
- f. Memastikan tempat penyajian (piring, sendok) higienis, tidak retak, tidak kusut, tidak sumpil, tidak bekas.
- g. Meletakkan piring yang sudah siap saji (nasi dan bebek goreng atau ayam goreng) agar pramusaji cepat menghadirkan ke konsumen.
- h. Berkoordinasi dengan supervisor dan beberapa rekan kerja untuk memastikan hidangan bebek goreng atau ayam goreng benar-benar layak disajikan pada konsumen.
- i. Membuat laporan dan dilaporkan ke Supervisor atas jumlah bebek atau ayam yang tidak layak untuk dijual.

Unit Waiters/Pramusaji memiliki fungsi utama sebagai staf yang melayani konsumen secara langsung, tugas utama dari unit ini adalah memberikan pelayanan yang prima, cepat dan profesional pada konsumen yang makan di rumah makan bebek goreng ini. Wewenang dan Tanggung jawab dalam fungsi kerja dari Waiters/pramusaji yaitu:

- a. Selalu memberi senyum dan mengucapkan salam kepada pengunjung/konsumen “Selamat datang di Rumah Makan Bebek Goreng, Bapak/Ibu silahkan duduk”.
- b. Paling lambat 1,5 menit karyawan sudah memberikan daftar menu dan menulis dalam bill permintaan dari konsumen, dan menyerahkan order ke bagian menu
- b. Paling lambat 5-7 menit pramusaji sudah meletakkan hidangan selamat datang (Air minum putih, lalapan, dll) di meja konsumen.

- c. Pramusaji harus memastikan bahwa menu yang dihidangkan adalah layak saji dan memenuhi standar cita rasa di Bebek Kendang Sawojajar (Asli)
- d. Paling lambat 8 menit Pramusaji harus sudah menyerahkan sebagian menu yang diorder dan paling lambat 10 menit semua menu sudah sampai dimeja konsumen. Pramusaji meletakkan/merapikannya hidangan dimeja saji konsumen dan mengucapkan “Silahkan dinikmati Bapak/Ibu”
- e. Karyawan selalu tetap waspada dan berada maksimal 8 meter dari tempat makan konsumen dan selalu siap jika konsumen ingin menambah menu, karyawan kemudian menambahkan order ke dalam bill
- f. Setelah konsumen selesai menikmati hidangan, karyawan menunggu beberapa saat dan kemudian memberikan bill tagihan kepada konsumen lengkap dengan nominal uang yang harus dibayarkan konsumen
- g. Didalam bill sertakan tanggal, jam, dan nama pramusaji dan Shif
- h. Karyawan akan meminta uang pembayaran dan menyerahkan sebagian kasir.
- i. Jika konsumen akan meninggalkan lokasi bebek goreng, karyawan wajib mengucapkan “Terima Kasih” bapak/Ibu” atas kunjungannya, lain waktu kami harapkan kedatangannya kembali di Bebek Goreng”
- j. Di beberapa keadaan karyawan harus bersedia atas perintah atas perintah management menjabat sementara sebagai fungsi lain
- k. Pramusaji dilarang meminta atau menerima tip dari konsumen
- l. Pramusaji merekap jika ada komplain dari pelanggan dan mengucapkan “Terima Kasih Bapak/Ibu atas masukan positifnya, segera akan kami sampaikan ke manajemen” sambil Tersenyum.

Unit fungsi kerja Delever Order (DO) ini memiliki fungsi utama adalah mengantarkan pesanan konsumen ke alamat dan meminta uang pembelian, adapun list WT dan FK nya adalah sebagai berikut:

- a. Mengecek ke bagian kasir atau reseptionis atas daftar order yang segera diantar ke alamat
  - b. Bertanggung jawab atas keutuhan paket yang diantar
  - c. Bertanggung jawab atas uang pembayaran yang diterima dari konsumen
  - d. Bertanggung jawab atas ketepatan waktu antar
  - e. Jika tidak ada list order, maka unit ini masuk ke WT dan FK
- b. waiters/pramusaji
    - a. Berkoordinasi dengan supervisor dan kasir atau list order
    - b. Bekerja semaksimal mungkin agar waktu antar pesanan menjadi sangat efisien

Unit Fungsi Kerja Kebersihan dan keamanan, Wewenang dan Tanggung jawabnya adalah:

- a. Melakukan pembersihan lantai (mengepel) halaman utama, depan, dan samping 2x/shif, hal ini dilakukan saat tamu tidak ada
- b. Membersihkan taman, maksimal 15 hari melakukan potong rumput di halaman taman
- c. Membersihkan prasarana, membersihkan gedung, mushola, dll
- d. Selalu mengisi acara kerja dan semua kejadian serta melaporkannya setiap hari ke management
- e. Karyawan bertanggung jawab atas semua investaris yang berada di lingkup Rumah Makan Bebek Goreng

### **4.3 Aktivitas Usaha Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar**

#### *1) Morning Briefing*

Sebelum memulai aktivitas, rumah makan Bebek Kendang Sawojajar mengadakan pengarahan pagi. Pada pengarahan pagi para pimpinan dan karyawan membahas tentang usulan yang berkaitan dengan kegiatan operasional. Yaitu permasalahan yang terjadi sebelumnya, seperti keluhan pelanggan, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, permasalahan sesama staf, kesulitan apa saja yang dihadapi, dan hal-hal penting lainnya yang perlu disampaikan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan, meningkatkan kepuasan konsumen agar merasa nyaman dan betah berada disana. Pengarahan ini dilakukan dalam waktu yang bersifat singkat.

#### *2) Evaluasi Kerja Mingguan*

Setiap minggu rumah makan Bebek Kendang Sawojajar mengadakan evaluasi kinerja baik oleh pimpinan dan karyawan sehingga dengan adanya evaluasi ini dapat menjadi pedoman bagi pihak manajemen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Di dalam evaluasi kerja mingguan membicarakan pengarahan yang disampaikan oleh manager tentang hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan, hal-hal yang perlu dirubah, dan yang mesti direncanakan kembali.

#### *3) Memberikan Reward bagi karyawan yang berprestasi*

Pentingnya penilaian yang diberikan kepada karyawan agar para karyawan termotivasi dalam bekerja dan dapat meningkatkan kinerja dalam bisnis tersebut. Penilaian yang diberikan pada Karyawan rumah makan Bebek Kendang Sawojajar dilihat dari kerja yang dilakukan yaitu karyawan yang rajin, mematuhi aturan yang ada, tidak sengaja meliburkan diri dari yang telah ditetapkan, serta disiplin.

Penghargaan yang diberikan kepada karyawan yang berprestasi berupa diberangkatkan umroh, dengan adanya seperti ini para karyawan berlomba untuk lebih bagus dalam bekerja, lebih disiplin dan lebih baik dalam memenuhi kepuasan pelanggan atau melayani pelanggan.

#### 4.4 Analisis Resiko Usaha

Menjalankan suatu usaha tentunya diperlukan modal, modal tersebut bisa berupa modal peralatan/ perlengkapan atau bisa disebut aset tetap berwujud, selanjutnya ada modal biaya kerja, modal tersebut bisa berupa tenaga kerja, bahan baku untuk proses produksi, biaya operasional dan biaya lain-lain untuk media promosi. Usaha Bebek Kendang Sawojajar terdiri dari 15 orang dan tiap orang mempunyai tugas masing-masing. modal awal untuk menjalankan usaha ini sebesar Rp. 2.500.000,00. Modal tersebut dibagi untuk pembelian aset tetap seperti peralatan, biaya produksi serta biaya operasional lainnya.

##### 4.4.1 Modal Peralatan/ Aset Tetap Berwujud

Perlengkapan usaha yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha kuliner Bebek Kendang Sawojajar sebagai berikut ini :

**Tabel 4.1 Perlengkapan Usaha Bebek Kendang**

<b>NO</b>	<b>NAMA BARANG</b>	<b>QTY</b>	<b>HARGA SATUAN</b>	<b>JUMLAH HARGA</b>
1.	Kompore Gas 2 tungku	1	Rp. 600.000,00	Rp. 600.000,00
2.	Gas LPG	1	Rp. 150.000,00	Rp. 150.000,00
3.	Panci Besar	2	Rp. 75.000,00	Rp. 150.000,00
4.	Alat Presto	1	Rp. 350.000,00	Rp. 350.000,00
5.	Peralatan masak (sendok, garpu, pisau dll)	-	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
6.	Wajan dan saputala	1	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
7.	Ember	2	Rp. 25.000,00	Rp. 50.000,00
<b>JUMLAH TOTAL</b>				<b>Rp. 1.500.000,00</b>

#### 4.4.2 Modal Biaya Kerja

Modal biaya kerja yaitu modal yang dibutuhkan untuk membiayai operasional produk mulai dari bahan mentah menjadi barang setengah jadi maupun bahan jadi.

Modal biaya kerja Bebek Kendang Sawojajar antara lain :

**Tabel 4.2 Modalbiaya kerja Bebek Kendang Sawojajar**

NO	NAMA BARANG	QTY	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Bebek	10 ekor	Rp. 30.000,00	Rp. 300.000,00
2	Bawang merah	¼ kg	Rp. 44.000,00	Rp. 11.000,00
3	Bawang putih	¼ kg	Rp. 40.000,00	Rp. 10.000,00
4	Cabe hijau besar	¼ kg	Rp. 28.000,00	Rp. 14.000,00
5	Cabe rawit hijau	¼ kg	Rp. 36.000,00	Rp. 9.000,00
6	Cabe merah besar	¼ kg	Rp. 44.000,00	Rp. 11.000,00
7	Cabe rawit merah	¼ kg	Rp. 48.000,00	Rp. 12.000,00
8	Tomat hijau	½ kg	Rp. 14.000,00	Rp. 7.000,00
9	Tomat merah	½ kg	Rp. 16.000,00	Rp. 8.000,00
10	Merica	5 bungkus	Rp. 1.000,00	Rp. 5.000,00
11	Kemiri	200 gr	Rp. 60.000,00	Rp. 12.000,00
12	Ketumbar	200 gr	Rp. 50.000,00	Rp. 10.000,00
13	Kunyit	200 gr	Rp. 25.000,00	Rp. 4.000,00
14	Serai	200 gr	Rp. 25.000,00	Rp. 4.000,00
15	Lengkuas	200 gr	Rp. 25.000,00	Rp. 4.000,00
16	Jahe	200 gr	Rp. 25.000,00	Rp. 5.000,00
17	Jeruk nipis	¼ kg	Rp. 30.000,00	Rp. 7.500,00
18	Daun Jeruk purut	100 gr	Rp. 50.000,00	Rp. 5.000,00
19	Garam	1 bungkus	Rp. 1.000,00	Rp. 1.000,00
20	Gula	½ kg	Rp. 15.000,00	Rp. 7.500,00
21	Minyak goreng	¼ liter	Rp. 12.000,00	Rp. 3.000,00
22	Ikan teri	100 gr	Rp. 100.000,00	Rp. 10.000,00
23	Styrofoam	20 buah	Rp. 800,00	Rp. 16.000,00
24	Plastik kecil	1 bungkus	Rp. 4.000,00	Rp. 4.000,00
<b>JUMLAH TOTAL</b>				<b>Rp. 480.000,00</b>

#### 4.4.3 Modal Lain-Lain

Modallain-lain terdiridari:

- a. Biaya Media Promosi berupa brosur 100 lembar ( Design + Foto Copy)

**Rp.120.000,00**

- b. Media Internet membuat blog **Rp. 300.000,00**

Jadi jumlah keseluruhan modal untuk memulai bisnis Bebek Kandang

Sawojajar yaitu sebagai berikut :

1. Modal peralatan/ Aset	Rp. 1.500.000,00
2. Modal biaya kerja/ produksi	Rp. 480.000,00
3. Modal lain-lain	Rp. 420.000,00
<b>Total Keseluruhan</b>	<b>Rp. 2.400.000,00</b>

Dari penjelasan tersebut diatas dapat diperoleh kesimpulan yaitu Jumlah Modal kerja yang diperoleh dari iuran anggota sebesar Rp. 2.500.000,00 sedangkan untuk biaya pembelian peralatan/ Aset, biaya operasional kerja serta biaya lain- lain sebesar Rp. 2.400.000,00 sehingga dapat diperoleh sisakas sebesar Rp. 100.000,00.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **5.1 Manajemen Bisnis Bebek Kendang Sawojajar**

Menurut pandangan Islam segala sesuatu dilaksanakan secara rapi, tertib dan teratur, termasuk dalam berbisnis yaitu dengan jalan menerapkan manajemen. Manajemen yang diterapkan rumah makan Bebek Kendang Sawojajar mengarah pada manajemen berbentuk Islami.

##### **5.1.1 Menerapkan spritualbisnis dalam setiap menjalankan aktivitasusaha.**

Pentingnya unsur spiritual dalam menjalankan suatu bisnis akan menjadikan para pelaku bisnis tidak hanya berperan pada dunia saja, akan tetapi adanya keseimbangan antara dunia dan akhirat. Karena didalam nilai spritual segala aktivitas yang dijalankan termasuk dalam berbisnis berdasarkan ketentuan syariat Islam. Berdasarkan wawancara penulis dengan Founder rumah makan Bebek Kendang Sawojajar (bapak Munif) mengatakan:

“Setiap usaha selalu mengharap atas ridho Allah, budaya yang diterapkan disini dapat membentuk sumber daya manusia (SDM) memiliki konsep bahwa pekerjaan, bisnis dan kehidupan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari agama Islam (selalu melibatkan Allah)” (Wawancara, 01 Desember 2022)

Setiap usaha bisnis yang dilakukan orang Islam bisa menjadi ibadah yang berpahala, apabila dimaksudkan untuk mendapatkan ridho Allah semata. Kaidah fiqihnya menyebutkan (semua urusan atau perkara itu tergantung kepada tujuannya). Yaitu apabila mencari rezeki yang halal dan diridhai adalah ibadah, apabila jika diwujudkan dengan amal shaleh, yang mampu mengeratkan hubungan antara manusia dengan Allah(*hablunminallah*) dan antara sesama manusia(*hablunminannas*).

### **5.1.2 Membentuk Karakteristik Sumber Daya Manusia Yang Paham Dalam Mengelola Bisnis Berdasarkan Prinsip Islam**

Pengelolaan usaha diperlukannya sumber daya manusia yang dapat mengembangkan sumber daya alam menjadi suatu yang bermanfaat dengan tujuan untuk kebutuhan manusia dan kemaslahatan bersama. Upaya yang diterapkan pada rumah makan bebek goreng Kendang sawojajar dalam menarik atau merekrut para pekerjanya.

#### **a. Seleksi para Karyawan**

Seleksi terhadap pengambilan para karyawan, ini dilakukan agar para karyawan mau hidup disiplin sesuai aturan yang diterapkan pada rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar tersebut tanpa adanya paksaan dalam mempekerjakan karyawan pada rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan, salah satu karyawan mengatakan “Kami senang dengan aturan yang diterapkan pada rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar , karena dengan adanya aturan yang mengatur kami disini, menjadikan kami dapat memanageridengansebaik mungkin, dan dapat mengatur waktu dalam menjalankan rutinitas sehari-hari terutama dalam membangun usaha berdasarkan Prinsip Islam. (Wawancara, 01 Desember 2022)

Selain dalam menghargai waktu seorang muslim dituntut untuk disiplin, disiplin adalah kemampuan untuk mengendalikan diri dan tetap taat walaupun dalam situasi yang sangat menekan. Orang yang memiliki disiplin sangat berhati-hati dalam mengelola pekerjaannya serta penuh tanggung jawab memenuhi kewajibannya.

b. Mengadakan pelatihan atau training selama 3 bulan

Pelatihan ini dilakukan agar karyawan yang bekerja didalamnya tidak hanya mengetahui bagian kerja masing-masing. Dengan adanya pelatihan yang diberikan, mereka dapat mengetahui bagaimana mengelola suatu usaha dan mengetahui ilmu dalam mengembangkan usaha dibidang apa saja.

Berdasarkan wawancara penulis, salah satu karyawan mengatakan bahwa “kami disini diajarkan berbagai cara bekerja dalam bidang apa pun di rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar . Jadi karyawan disini bukan hanya harus mengetahui pekerjaannya masing-masing. Tetapi harus mengetahui semua ruang lingkup dalam bekerja pada bisnis Bebek Kendang Sawojajar . Contohnya karyawan yang bertugas pada bagian penyedia sambal juga mengetahui bagaimana fungsi kerja dari kasir atau fungsi kerja dari bagian pelayanan atau yang lainnya”.

Hal tersebut dapat memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menumpahkan keterampilan atau kreatifitas dalam berbisnis ini dilakukan agar dapat mendorong para karyawan lebih bisa menumpahkan kemampuannya.

### 5.1.3 Mengelola Bahan Baku

Dalam memproduksi bahan baku diperlukan keahlian khusus untuk memproduksi barang dan jasa yang mempunyai nilai tinggi dan disukai oleh konsumen. Didalam Manajemen bisnis pada bagian produksi merupakan pengaturan dan perencanaan terkait ketersediaan bahan baku maupun bahan jadi yang siap dipasarkan pada sebuah perusahaan bisnis. Manajemen bisnis dibidang produksi menyangkut bagaimana proses produksi itu bisa berlangsung dengan baik sehingga mampu menghasilkan produk atau layanan yang diminati oleh konsumen.

- a. Pemasok bahan baku pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar di ambil dari perusahaan di Kota Medan dan di Kota Sumatera Barat, adapun pengambilan bahan baku yang jauh di luar riau dikarenakan susahnya bahan baku yang ada di kota .82 Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar lebih berkomitmen mengambil bahan baku dari perusahaan dibanding masyarakat. Karena perusahaan lebih pasti dan lebih tepat waktu apabila dibutuhkan, sedangkan masyarakat kurang bisa memenuhi kebutuhan apabila dibutuhkan bahan baku tersebut.
- b. Adanya izin usaha, evaluasi kesehatan dari dinas kesehatan. Untuk menjaga kualitas makanan, rumah makan bebek goreng. Owner Bebek Kendang Sawojajar memanaganya dengan mengadakan program kebersihan, izin usaha, evaluasi kesehatan dari dinas kesehatan rutin sebulan sekali. Pentingnya nilai gizi dalam makanan sangat ditekankan pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar sesuai spanduk yang kami buat(asli). Baik dari rasanya yang khas dan dari segi asal bahan baku bebek yang digunakan yaitu bebek yang hidupnya disawah tanpa ada campuran bahan kimia pada bahan baku bebek. Baik dari segi kebersihan, evaluasi kesehatan yang dilakukan sebulan sekali agar makanan disini mempunyai nilai gizi, begitu cara kami menjaga kualitas makanan.
- c. Proses pengolahan bahan baku bebek untuk meningkatkan rasa. Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar mengolah dari bahan mentah menjadi bahan jadi untuk dipasarkan memiliki brand image namanya yang khas yaitu dengan rasanya yang khas, pengolahan yang dilakukannya dengan cara pemilihan bahan baku yaitu:

- 1) Bebek yang standar, yaitu harus bebek betina, sebab pada bebek betina bertelur dan dagingnya lebih berserat, kandungan nutrisinya lebih banyak. Ini dilakukan dapat meningkatkan gizi bagi yang memakannya.
- 2) Bebek sawah, rumah makan Bebek Kendang Sawojajar lebih menekankan bahan baku bebek yang digunakan bebek sawah sebab bebek sawah lebih alami tanpa ada campur tangan bahan kimia, sedangkan bebek yang dikandang banyak mengandung bahan kimia dari cara memeliharanya.
- 3) Usianya minimal 1 tahun, ini dikarenakan bebek yang dimasak membutuhkan waktu untuk direbus 8 jam. Karena apabila umur pada bebek tersebut kurang dari 1 tahun dapat mengakibatkan daging bebek hancur, sebab bebek yang dimasak termasuk bebek muda.

#### **5.1.4 Strategi Meningkatkan Penjualan**

Strategi penjualan yang dijalankan oleh rumah makan Bebek Kendang Sawojajar dilakukan dalam bentuk:

- a. Melalui sistem promosi yaitu dengan cara facebook, koran, menyebarkan brosur.
- b. Kerjasama melalui event-event atau patungan usaha denganyang lain. Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar memakai sistem promosi melalui event- event usaha dikarenakan dapat menghemat biaya dan lebih menguntungkan.
- c. Memberikan diskon pada pemegang kartu kredit. Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar untuk meningkatkan penjualan dengan melakukan kerjasama terhadap bank, bagi pemegang kartu kredit diberikan diskon

apabila belanja dari harga Rp 100.000 sampai Rp 1000.000. Diskon belanja yang diberikan selain pada pemegang kartu kredit pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar di Jalan Sudirman memberikan diskon 5% dan pada Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar di Jalan Soebrantas Panam memberikan diskon 3%. Tetapi pada akhir- akhir ini jarang memberikan diskon kecuali ada pihak ketiga seperti kerja sama dengan bank.

### **5.1.5 Sistem Penggajiannya**

Sistem Penggajian pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar tergantung tingkat kedudukan tugas wewenang pekerjaan didalam rumah makan tersebut. Pada pegawai tetap sistem penggajian perhari dihitung Rp 40.000 dan perbulan Rp 1.200.000. Lembur dihitung perjam Rp 5000, tunjangan Rp 400.000. Berbedadengan kasir, kasir perbulannya Rp 1.800.000. Apabila mendapatkan bonus, bonus tergantung omset atau penjualan yang didapat. Para pekerja rumah makan Bebek Kendang Sawojajar apabila sakit gaji dipotong, untuk uang makan ditanggung, fasilitas tempat tinggal disediakan.

## **5.2 Analisa SWOT Manajemen Bisnis Bebek Kendang Sawojajar**

Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis yang didalamnya antara lain kompetensi, khususnya terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komperatif oleh unit usaha yang dipasarkan dalam meningkatkan penjualan. Kekuatan, kelemahan, kesempatan, serta ancaman yang dihadapi rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar dalam meningkatkan penjualan. Dalam bab ini penulis akan menggambarkan setiap

kekuatan, kelemahan, kesempatan serta ancaman dari rumah makan Bebek Kendang Sawojajar dalam melakukan aktivitasnya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan, ada suatu gambaran lingkungan yang mereka hadapi baik itu didalam lingkungan perusahaan sendiri (kekuatan dan kelemahan) maupun dari luar lingkungan perusahaan (kesempatan serta ancaman).

Pimpinan rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar dalam menjalankan perusahaan ini mampu memanfaatkan kondisi internal maupun kondisi eksternal dalam mengembangkan perusahaannya. Prospek suatu perusahaan tidak terlepas dari pemahaman tentang lingkungan yang ada, baik didalam maupun diluar lingkungan perusahaan. Karena, pengaruh lingkungan tersebut senantiasa berinteraksi, yang berkaitan dengan manajemen yang diterapkan oleh rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar berdasarkan prinsip spritual Bisnis yaitu adanya unsur agama dalam setiap aktivitas yang dijalankan yang terkait didalamnya.

### **5.2.1 SWOT pada Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar**

Analisis SWOT yang dilakukan terhadap Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar, sebuah bisnis kuliner yang berlokasi di daerah Sawojajar. Analisis SWOT adalah alat penting dalam perencanaan strategis yang membantu bisnis untuk secara komprehensif mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi jalannya operasi dan pertumbuhan bisnis.

Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar telah menjadi salah satu tujuan kuliner yang terkenal di daerah tersebut, dengan penawaran menu utama berfokus pada hidangan bebek. Dalam bab ini, kita akan menjelajahi kekuatan (Strengths),

kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang mempengaruhi bisnis ini.

**Tabel 4.1 Matrik SWOT Manajemen Bisnis Bebek Kendang Sawojajar**

<b>STRENGTHS (KEKUATAN)</b>	<b>WEAKNESSES (KELEMAHAN)</b>	<b>OPPORTUNITIES (PELUANG)</b>	<b>THREATS (ANCAMAN)</b>
INTERNAL		ESKTERNAL	
1. Tingkat kompetisi yang masih relatif sedikit.	1. Keterbatasan dalam pasokan bahan baku bebek.	1. Peluang pangsa pasar yang luas.	1. Peningkatan harga yang tidak stabil.
2. Budaya organisasi yang kuat.	2. Masalah dengan kuota pasokan bahan baku.	2. Pertumbuhan penduduk yang tinggi.	2. Kondisi ekonomi yang dapat menyebabkan kenaikan harga bahan pokok.
3. Nama baik (good will) dan sistem franchise.	3. Terbatasnya modal.	3. Kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.	3. Pertumbuhan pesaing dalam industri.
4. Kualitas produk yang tinggi dan sertifikasi halal.	4. Fokus produk pada bebek goreng.	4. Permintaan akan makanan enak dan halal sesuai dengan pendapatan masyarakat.	4. Persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan sejenis.
5. Lokasi strategis.	5. Harga yang relatif tinggi.	5. Permintaan konsumen yang tidak pernah puas.	
6. Fasilitas gedung yang lengkap.		6. Tren wisata kuliner yang sedang berkembang.	
7. Strategi manajemen berdasarkan spiritual bisnis.			

Dalam tabel SWOT di atas, kekuatan dan kelemahan internal perusahaan ditempatkan di sebelah kiri, sementara peluang dan ancaman eksternal ditempatkan di sebelah kanan. Ini membantu perusahaan untuk dengan jelas melihat faktor-faktor internal yang dapat dimanfaatkan atau diperbaiki serta faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi jalannya bisnis. Dengan pemahaman ini, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk masa depannya.

**a. Kekuatan (*Strengths*) Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar**

Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar memiliki kekuatan- kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pengusaha lain dalam menjalankan usahanya. Kekuatan tersebut mempunyai perkembangan didalam persaingan untuk meningkatkan penjualan dan kemajuan yang akan datang ditengah-tengah banyaknya perusahaan sejenis yang bermunculan. Adapun, kekuatan-kekuatan pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar yaitu :

- 1) Tingkat kompetisi yang masih relatif sedikit, menyebabkan peluang usaha untuk meningkatkan usaha pada bisnis tersebut meningkat.
- 2) Memiliki budaya organisasi yang kuat yaitu: Pedoman bertingkah laku bagi semua karyawan didalam perusahaan digariskan dengan jelas. Karyawan rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar di mengerti dan mematuhi nilai-nilai yang harus dianut oleh mereka sehingga dapat bekerja secara optimal, hubungan komunikasi dan kerja sama antara atasan dan bawahan sesama karyawan terjalin dengan baik.
- 3) Memiliki good will (nama baik) yaitu nama usaha yang sudah dikenal pasar dengan sistem francise, memiliki tingkat penjualan terbaik dari usaha lain.
- 4) Kualitas produk yang ditawarkan yaitu: rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar menyediakan makanan dan minuman yang halal toyyiban. Menyediakan makanan yang mengandung nilai gizi tinggi (Asli), adanya sertifikasi halal, dan evaluasi dari dinas kesehatan setiap bulan.
- 5) Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar terletak di pusat lokasi yang strategis yaitu lokasi yang mudah dan bisa dijangkau oleh kendaraan, sehingga hal ini bisa

memudahkan konsumen. Baik rumah makan yang terletak di Jalan Jendral Sudirman maupun di Jalan Soebrantas Panam.

- 6) Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar memiliki fasilitas gedung yang dilengkapi tempat sholat, sehingga memberikan kenyamanan bagi para konsumen untuk mencicipi makanan serta lokasi parkir yang luas.
- 7) Strategi manajemennya yaitu: Manajemen yang diterapkan berdasarkan spritual bisnis yaitu perusahaan bernuansa Islami. Rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar sebagai pelopor/bekerja sama dengan event-event usaha yang lain dan sistem pembagian kerja atau wewenang dan tanggung jawab kerja masing-masing digariskan dengan jelas.

**b. Kelemahan (*Weaknesses*) Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar.**

Kelemahan adalah yang menjadi penghalang bagi perusahaan dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mengganggu pencapaian laba yang maksimum yang ingin diperoleh. Kelemahan-kelemahan yang dimiliki rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar antara lain:

- 1) Kurangnya Supplier bahan baku bebek yang menyebabkan bahan baku diperoleh diluar riau yaitu dari Medan dan Sumatera Barat
- 2) Belum memenuhi kuota bahan baku yang dikirim supplier pada perusahaan tersebut
- 3) Modal sendiri, menyebabkan terbatasnya pada modal dalam menjalankan usaha
- 4) Produk yang ditawarkan sedikit lebih terfokus pada bebek goreng, menyebabkan terbatasnya keinginan pada selera konsumen dalam memilih makanan

- 5) Harga yang ditawarkan relatif tinggi hanya konsumen menengah keatas yang merasakan makanan tersebut

**c. Peluang (*Opportunities*) Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar.**

- 1) Peluang pangsa pasar. Pada penjualan makanan dan minuman, rumah makan Bebek Kendang Sawojajar tidak memandang status sosial, ini akan memberikan peluang yang besar pada peningkatan penjualan pada konsumen dalam membeli makanan dan minuman dari tahun ketahun.
- 2) Tingginya pertumbuhan penduduk menyebabkan meningkatnya kebutuhan pada penjualan
- 3) Kebutuhan masyarakat yang selalu berkembang
- 4) Kebutuhan masyarakat sesuai dengan pendapatan masyarakat. Jumlah masyarakat yang suka dengan kuliner, dengan semakin banyaknya masyarakat yang selalu mencari makanan yang enak dan sesuai selera dan pendapatan.
- 5) Keinginan manusia yang tidak pernah puas, hasrat manusia untuk memuaskan keinginan kulinernya.
- 6) Wisata kuliner yang sedang trend. Dewasa ini, semakin banyak makanan dan minuman yang diciptakan sehingga mendorong keinginan masyarakat sekarang untuk menikmati kuliner.

**d. Ancaman (*Threats*) Rumah Makan Owner Bebek Kendang Sawojajar yaitu:**

- 1) Peningkatan harga yang tidak stabil
- 2) Kondisi ekonomi saat ini mengakibatkan harga kebutuhan meningkat tajam, kenaikan harga bahan pokok yang mengakibatkan meningkatnya harga makanan dan minuman.

- 3) Bertambahnya pesaing (competitor)
- 4) Makin banyak tumbuh perusahaan sejenis mengakibatkan persaingan yang dapat menjadi ancaman dimasa depan.

### **5.3 Analisis Internal SWOT Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar**

#### **a. Kekuatan Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar di Kekuatan (Strengths)**

- 1) Budaya Perusahaan yang Islami

Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar berusaha menepis anggapan masyarakat kalau rumah makan bebek goreng Kendang Sawojajar di mengidentifikasi dengan sesuatu yang dianggap cenderung eksklusif. Seperti rumah makan dengan label nuansa Islam, asumsi masyarakat dengan menganggap bahwa rumah makan ini hanya untuk orang Islam saja.

- 2) Sumber daya manusia yang mempunyai etos kerja yang tinggi, amanah dan berkepribadian Islam.

Etos kerja yang tinggi sangat mendorong peningkatan kinerja perusahaan. Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar senantiasa mendorong SDM selalu bekerja keras serta bersungguh-sungguh, karena aktivitas kerjanya dalam pandangan Islam merupakan bagian dari ibadah. Sikap amanah mutlak dimiliki oleh SDM muslim. Sikap amanah akan berdampak positif bagi diri sendiri, masyarakat, negara dan perusahaan.

- 3) Kepribadian Islam harus dimiliki setiap SDM bisnis Islam. SDM yang mempunyai etos kerja (himmatul ‘amal) yang tinggi, amanah dan berkepribadian Islam diwujudkan oleh rumah makan Bebek Kendang

Sawojajar dengan melakukan rekrutmen yang ketat, dan mengadakan training atau pembinaan Islam bagi karyawannya.

- 4) Karakteristik yang membentuk budaya kerja karyawan dan karyawan Bebek Kendang Sawojajar yaitu: jujur, bangun subuh, bekerja, toleransi, berzakat dan berinfaq, kreatif, inovatif, saling bekerja sama, dan penuh rasa tanggung jawab.
- 5) Proses produksi dan produk yang terjamin halal dan toyyiban. Jaminan dan kualitas produk sangat diperhatikan oleh rumah makan Bebek Kendang Sawojajar. Mulai dari penyediaan bahan baku yang halal dan toyyiban, proses produksi yang halal dan toyyiban, pengemasan produk juga terjamin, pemasok bahan produksi selalu dikontrol untuk menjaga kehalalan produk.
- 6) Cita rasa masakan khas. Cita rasa merupakan salah satu modal utama dalam mengembangkan bisnis rumah makan. Cita rasa dapat memberikan kesenangan keinginan untuk menikmati masakan kembali. Dalam bisnis rumah makan cita rasa dapat juga dikatakan sebagai salah satu bentuk kualitas, dan kualitas merupakan salah satu kunci sukses usaha.

Sehingga citarasa yang khas harus selalu ditonjolkan oleh setiap rumah makan agar dapat memberikan kesan dihati bagi pelanggannya. Hal ini, selain karena faktor bebek goreng sebagai produk utama dengan sambalnya yang khas. Oleh karena itu, perusahaan dapat merebut hati masyarakat dengan cita rasa yang khas. Cita rasa masakannya yang khas mendukung rumah makan Bebek Kendang Sawojajar menetapkan harga bersaing dan mendapatkan kesetiaan pelanggan.

- 7) Telah memiliki merek dagang. Sebagian masyarakat mempunyai gaya hidup mengkonsumsi produk untuk menunjukkan prestise seseorang atau istilah “membelimerek” dan bagian lain mempunyai persepsi. Sehingga dapat dilihat bahwa merek merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan masyarakat dalam mengkonsumsi produk.

**b. Kelemahan (Weaknesses) Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar**

1) Ketersediaan Bahan baku

Bahan baku merupakan pokok dalam fungsi produksi perusahaan. Ketersedian bahan baku bebek dan ayam harus mempunyai kualitas baik agar dapat memegang peranan yang vital bagi keberlangsungan dan kelancaran operasional perusahaan. Rumah Bebek Kendang Sawojajar mempunyai keterbatasan pemasok bahan baku sehingga kekurangan ketersediaan bahan baku tidak sesuai dengan permintaan konsumen. Bebek Kendang Sawojajar sulit mengantisipasi permasalahan pasokan bahan baku. Disebabkan Pemasok atau supplier sangat terbatas, dan kendala dari kurangnya supplier akan berdampak pada susahnya mengantisipasi apabila terjadi kekurangan bahan baku, ini sangat berpengaruh penting dalam meningkatkan penjualan.

**5.4 Analisis Eksternal SWOT Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar**

**a. Peluang (Oppurtunities)**

1) Meningkatnya jumlah penduduk

Meningkatnya jumlah penduduk yang terus meningkat mempengaruhi pertumbuhan usaha rumah makan terutama rumah makan Bebek Kendang Sawojajar, sehingga meningkatnya permintaan pada konsumen.

2) Dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk maka kebutuhan makanan dan minuman akan bertambah, dengan demikian permintaan akan produk akan terus meningkat. Di kota pertambahan penduduk terus mengalami peningkatan, sehingga akan menjadi pasar potensial bagi rumah makan Bebek Kendang Sawojajar .

3) Opini dan persepsi masyarakat baik

Penerimaan masyarakat yang baik terhadap produk perusahaan akan memberikan dampak yang sangat positif terhadap citra perusahaan dan tingkat kepercayaan masyarakat kepada perusahaan. Hal ini direalisasikan dalam volume penjualan yang meningkat, masyarakat mempunyai opini dan persepsi yang baik kepada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar.

4) Masyarakat melihat perusahaan sebagai sebuah perusahaan waralaba lokal yang sukses dan mampu mengusung nuansa Islami dalam lingkungan perusahaan. Selain itu masyarakat sangat percaya bahwa produk-produk yang dihasilkan rumah makan Bebek Kendang Sawojajar halal dan dikonsumsi untuk umat muslim. Sehingga ini dapat dijadikan peluang bagi perusahaan terutama dalam hal produk perusahaan masyarakat mayoritas muslim.

5) Masyarakat mayoritas muslim dalam hal produk makanan halal sangat dibutuhkan jaminannya .

Dengan jaminan kualitas produk yang halal dan dengan nuansa Islam, maka akan banyak konsumen dari masyarakat muslim untuk menjadikan rumah makan bebek goreng Kendang Sawojajar sebagai pilihan yang tepat bagi mereka.

- 6) Kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi produk halal dan toyyiban

Kebutuhan akan produk halal dan toyyib semakin meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat dalam berhati-hati mengkonsumsi produk. Kesadaran tersebut akan mendorong masyarakat dalam memilih produk-produk yang terstandarisasi halal sebagai alternatif termasuk diantaranya adalah rumah makan Bebek Kendang Sawojajar yang sudah terkenal dan terpercaya dalam menjaga kualitas dan kehalalan produk.

- 7) Melakukan kerja sama melalui event-event usaha yang lain.

Dalam hal kerja sama yang dilakukan pada rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan. Diantaranya adalah penghematan biaya dalam mengembangkan produk. Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar memanfaatkan memperkenalkan usaha melalui usaha lainnya dengan cara melakukan kejasama dengan usaha event yang lain.

- 8) Kesetian pelanggan

Kesetian pelanggan merupakan kunci sukses pada usaha kuliner ini ataupun usaha yang lainnya. Dengan adanya kesetian ini, perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk memperkenalkan kualitas yang dihasilkan karena pelanggan percaya kepada perusahaan.

- 9) Rumah makan bebek goreng Kendang Sawojajar mempunyai pelanggan yang setia dengan produknya. Hal ini, karena pelanggan percaya dengan produk yang bersifat berpenampilan Islami dan produk yang halal dan toyyiban dan

adanya evaluasi kesehatan rutin yang dihasilkan perusahaan sehingga menjadikan mereka tetap menggunakan produk perusahaan.

**b. Ancaman (Threats)**

1) Kondisi politik yang tidak stabil

Kondisi politik dalam suatu daerah atau negara akan berpengaruh pada perusahaan. Kebijakan-kebijakan yang ditetapkan biasa menguntungkan atau merugikan perusahaan. Dengan kondisi-kondisi politik yang tidak stabil, seperti banyak pemerintah dan parlemen, dan kebijakan yang menyengsarakan rakyat akan membawa dampak buruk bagi masyarakat dan berimbas pada perusahaan.

2) Ancaman naiknya inflasi

Ancaman adanya kenaikan inflasi menyebabkan daya beli masyarakat turun dikarenakan harga barang kebutuhan lainnya melonjak naik. Biaya produksi juga naik, mendorong industri makanan menaikkan harga. rumah makan Bebek Kendang Sawojajar juga dapat melakukan kenaikan harga produk.

3) Adanya kenaikan harga BBM

Adanya kenaikan harga BBM dapat menjadikan tingginya biaya operasional perusahaan terutama transportasi dan menurunkan daya beli masyarakat terhadap produk.

4) Tingkat persaingan yang ketat

Dengan semakin ketatnya persaingan antar rumah makan satu dengan yang lainnya memberikan dampak kepada produk yang ditawarkan, tiap perusahaan semakin bervariasi bahkan terdapat kesamaan diantara produk-produk yang ditawarkan. Hal ini akan memberikan kekuatan kepada

konsumen untuk memilih produk mana yang lebih baik dilihat dari segi manapun.

Sehingga hal ini akan sangat mempengaruhi perusahaan. Dengan jumlah pesaing yang banyak dan skala usaha yang sama, persaingan dalam industri rumah makan bebek goreng yang ada dicukup tinggi. Masing-masing pemain menerapkan strategi yang hampir sama, misalnya strategi harga, variasi produk, pelayanan dll. Maka rumah makan Bebek Kendang Sawojajar perlu menerapkan strategi baru dalam mengungguli pesaingnya.

5) Adanya perubahan selera konsumen.

Perubahan selera masyarakat dalam mengkonsumsi suatu produk akan menyurutkan minat konsumen terhadap produk yang semula dikonsumsi. Sehingga hal ini berpengaruh cukup signifikan bagi volume penjualan perusahaan. Adanya perubahan poladan gaya hidup masyarakat.

Kota banyak yang membuka usaha dengan menu yang bermacam ragam, ini menjadi ancaman tersendiri bagi rumah makan Bebek Kendang Sawojajar .

6) Adanya kekuatan tawar menawar pembeli

Pembeli atau pelanggan dapat juga menekan harga dengan tawar menawar harga dimana semua ini dapat menurunkan laba perusahaan. Kekuatan tawar menawar pembeli atau konsumen, maka rumah Bebek Kendang Sawojajar relatif besar jika pelanggan pembeli dalam jumlah besar, misalnya untuk kegiatan seminar, talk show, dll. Sehingga pelanggan dapat melakukan tawar menawar harga atau minimal meminta harga khusus atau diskon. Hal ini akan berpengaruh pada kondisi keuangan perusahaan

7) Persaingan yang kurang sehat

Persaingan yang kurang sangat menghambat perkembangan usaha. Dalam makanan dan minuman banyak sekali isu-isu yang akan berkembang untuk mempengaruhi opini public terhadap perusahaan sehingga citra perusahaan dimata masyarakat menjadikurang baik. Apabila pemahaman tersebut masuk kepada masyarakat berdampak pada rendahnya daya beli masyarakat.

### **5.5 Matriks SWOT Manajemen bisnis Rumah Makan Bebek Kendang Sawojajar**

Dalam matriks SWOT ini, diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dengan manajemen bisnis Bebek Kendang Sawojajar. analisis faktor eksternal diidentifikasi melalui sesi pemikiran bersama di antara para pembuat strategi dalam perusahaan.

Faktor eksternal yang menguntungkan bagi organisasi adalah peluang, sedangkan yang tidak menguntungkan adalah ancaman. Sementara itu, analisis faktor internal berurusan dengan kelemahan atau kekuatan internal perusahaan yang dapat diubah, dikendalikan, atau dimanipulasi oleh perusahaan. Matriks analisisnya dapat dibuat untuk menentukan faktor-faktor internal mana yang dianggap relatif penting dan mana yang kurang penting, yang merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta harus diprioritaskan dalam pertimbangan keputusan strategis (Sulhan, 2022). Dengan mengaitkan faktor-faktor ini, manajemen dapat merencanakan strategi yang lebih baik untuk memanfaatkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang yang ada, dan menghadapi ancaman dalam bisnis.

**Tabel. 4.2 Analisis Matrik SWOT Internal Dan Eskternal**

<b>Internal</b>	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>
<b>Opportunities (Peluang)</b>	S-O 1: Memanfaatkan budaya organisasi yang kuat untuk mengejar peluang pertumbuhan pasar yang luas.	W-O 1: Memperbaiki pasokan bahan baku dengan mencari supplier yang lebih dapat diandalkan dan efisien.
	S-O 2: Meningkatkan kualitas produk yang tinggi dan sertifikasi halal untuk menarik konsumen yang mencari makanan enak dan sesuai dengan pendapatan mereka.	W-O 2: Menyusun strategi agar harga yang ditawarkan tetap kompetitif meskipun modal terbatas.
	S-O 3: Menggunakan nama baik (good will) dan sistem franchise yang sudah ada untuk memperluas bisnis ke lokasi yang lebih banyak.	W-O 3: Meningkatkan variasi menu untuk memenuhi keinginan konsumen yang beragam.
<b>Eskternal</b>	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Threats (Ancaman)</b>
<b>Threats (Ancaman)</b>	S-T 1: Meningkatkan efisiensi operasional untuk menghadapi peningkatan harga bahan baku yang tidak stabil.	W-T 1: Mengidentifikasi cara-cara untuk mengurangi ketergantungan pada bahan baku.
	S-T 2: Menggunakan budaya organisasi yang kuat untuk memotivasi karyawan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.	W-T 2: Menyusun strategi untuk menghadapi peningkatan harga bahan pokok yang dapat memengaruhi harga makanan dan minuman.
	S-T 3: Mempertahankan kualitas produk untuk bersaing di pasar yang penuh persaingan.	W-T 3: Mencari cara untuk menjaga daya saing meskipun terdapat persaingan yang semakin meningkat dalam industri kuliner.

Darimatrikanalisis SWOT tersebut dapat diketahui strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan, diantaranya SO, WO,ST dan WT. Dari alternatif strategi tersebutdapat diringkas sebagai berikut :

1. Strategi (SO) : menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang yang ada, antara lain dengan mewujudkan budaya perusahaan yang Islami secara konsisten dengan dukungan masyarakat yang mayoritas muslim. Karena budaya perusahaan yang Islam merupakan kekuatan yang besar bagi perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dan tetap berpegang teguh kepada hukum-hukum Allah dalam mencari ridho Allah, mendaftarkan

produk ke LP POM MUI, menggunakan merek yang terkenal, dan meningkatkan kapasitas produksi.

2. Strategi (ST): dalam mengurangi dampak dari ancaman eksternal dengan kekuatan perusahaan yang dimiliki, antara lain menjadikan budaya Islami perusahaan sebagai ciri khas perusahaan, melakukan inovasi produk, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk. Kehalalan produk untuk mendapat kepercayaan konsumen bahwa produk Bebek Kendang Sawojajar terjamin kehalalannya dan mempertahankan cita rasa, memberikan diskon atau harga khusus, menekan biaya produksi dengan mencari pemasok yang tepat, dan menambah pemasok bahan baku agar dapat mengantisipasi kekurangan supplier.
3. Strategi(WO): strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada yaitu: strategi dengan adanya persaingan yang sedikit pada usaha yang ada didapat meningkatkan penjualan dengan menambah kembali supplier atau pemasok bahan baku, dan lebih ditingkatkan lagi kuota bahan baku.
4. Strategi (WT) : dalam mengurangi kelemahan dan ancaman perusahaan, antara lain, melakukan variasi produk, melakukan penekanan biaya produksi, efisiensi dan efektifitas kerja serta peningkatan pelayanan kepada konsumen.

Matriks SWOT untuk manajemen bisnis Bebek Kendang Sawojajar mengidentifikasi kekuatan-kekuatan seperti budaya organisasi yang kuat, kualitas produk yang tinggi, dan nama baik yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang pertumbuhan pasar yang luas. Namun, ada juga kelemahan-kelemahan seperti pasokan bahan baku yang terbatas dan modal terbatas yang memerlukan

perhatian untuk perbaikan. Manajemen harus fokus pada strategi untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas bisnis dengan memanfaatkan nama baik dan sistem franchise, serta mencari solusi untuk meningkatkan pasokan bahan baku. Mereka juga perlu mempertimbangkan cara mengatasi ancaman seperti peningkatan harga bahan baku yang tidak stabil dan persaingan yang semakin ketat dengan mengoptimalkan operasional dan menjaga kualitas produk agar tetap bersaing di pasar kuliner.

## **5.6 Pengolahan Bebek Kendang Sawojajar di Tinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Ilmu ekonomi Islam itu mempelajari aktivitas atas perilaku manusia secara aktual dan emperical. Baik dalam produksi, distribusi, maupun konsumsi berlandaskan syariah Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist dengan tujuan mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Keyakinan terhadap kekuasaan Allah SWT ini termasuk dalam konsep tauhid, dimana seorang muslim akan mempercayai bahwasemua hal telah diatur oleh Allah SWT. (*godho dan qodar*) (Melania & Ridwan, 2022).

Ekonomi Islam sangat menitikberatkan adanya pemenuhan kebutuhan yang bersifat integritas, yang tidak hanya berhenti pada pemenuhan kebutuhan secara materi saja. Namun, pemenuhan kebutuhan secara spritualitas. Pembahasan mengenai perspektif ekonomi Islam, semua aspek ini memiliki landasan pada keyakinan Islam yang bersumber dari Al-Qur'an al Karim dan as-Sunnah Nabawiyah. Sistem ekonomi Islam, pada dasarnya, sangat berbeda dengan sistem ekonomi lainnya dalam hal tujuan, bentuk, dan karakteristiknya. Tujuan utamanya

adalah untuk memecahkan masalah ekonomi manusia dengan landasan pada prinsip-prinsip Al-Quran dan As-Sunnah, dengan tujuan akhir untuk memenuhi kebutuhan manusia di dunia dan di akhirat (al-falah) (Saputra et al., 2022).

Mengelola suatu bisnis perlu adanya manajemen bisnis, berdasarkan dari pengertian-pengertian yang penulis paparkan sebelumnya dapat disimpulkan: dimana manajemen bisnis merupakan kegiatan yang mengatur suatu usaha melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, dikelola dan dirancang dengan baik sehingga suatu kegagalan dapat diminimalkan. Tahapan yang digunakan dalam proses manajemen yang baik nilai manfaat tujuan yang diperoleh dapat dicapai secara efektif dan efisien. Di dalam manajemen bisnis misalnya ada beberapa faktor yang berpengaruh yang perlu dianalisis antara lain: segmen pasar, bahan baku, tenaga kerja, teknologi, pesaing, biaya produksi, dan lokasi.

Bahan baku merupakan salah satu faktor terpenting yang perlu dianalisis didalam manajemen bisnis, dimana bahan baku dalam ekonomi Islam merupakan pokok yang bersumber dari kehalalan bahan baku tersebut. Hal yang patut diperhatikan dalam industri makanan dan minuman merupakan inti dari bahan baku, proses produksi, pengadaan barang, dan packing dalam produk. Halal menjadi potensi peluang dan tantangan bagi pembisnis dalam meningkatkan kualitas produknya dengan berbasis kehalalan sebuah produk.

Produk yang dijual pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar berasal dari bahan baku yang halal. Islam berada diantara suatu paham kebebasan soal makanan dan ekstrimis dalam soal larangan, Allah memerintahkan kepada manusia agar mengkonsumsi makanan yang ada di bumi, dengan syarat makanan yang dimakan yang halal lagi baik yaitu halalan toyyiban.

Dimana halal disini diperbolehkan untuk dimakan dan tidak dilarang oleh hukum syara'. Sedangkan makanan yang baik disini, makanan tersebut bergizi dan bermanfaat bagi kesehatan. Begitu juga pada makanan yang berasal dari binatang, rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar menerapkan manajemen dari bahan baku yang bersifat halalan toyyiban(asli).

Bisnis dikatakan baik dalam islam jika dalam praktiknya menggunakan standar hukum Al-Qur'an, Hadis, Ijma' dan Qiyas, bukan disandarkan pada nilai-nilai sosial yang menggunakan standar moralitas yang berasal dari pikiran yang didalamnya tidak mengenal halal dan haram, sedangkan bisnis Islam mengedepankan itu dalam konsepnya, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Hadits sebagai berikut.

يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا اِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ

وَوَاحِلَ الرِّبَا مِثْلُ الْبَيْعِ مَا اِنْ قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ الْمَسِيءُ مِنَ الشَّيْطَانِ

أَمْ فَلَهُ فَاَنْتَهَى رَبِّهِ مِّنْ ظِلَّةٍ مَّوْعٍ جَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ

فِيهَا هُمْ النَّارِ اصْحَابُ فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ إِلَى اللَّهِ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفٌ

خُلْدُونَ<sup>275</sup>

*Artinya: Orang Orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya". (QS. Al-Baqarah:275)*

وَاسْتَأْجَرَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَبُو بَكْرٍ رَجُلًا مِنْ بَنِي الدَّيْلِ ثُمَّ مِنْ  
بَنِي عَبْدِ بْنِ عَدِيِّ هَادِيًا خَرِيْتًا الْخَرِيْتُ الْمَاهِرُ بِالْهَدَايَةِ

*Artinya : Nabi Shallallahu 'alaihi wa sallam beserta Abu Bakar menyewa (mengupah) seorang penunjuk jalan yang mahir dari Bani ad-Dail kemudian dari Bani 'Abdu bin 'Adi. (HR. Bukhori)*

Dalam mengolah bahan baku menjadi bahan jadi diperlukan proses yang benar-benar baik, tata cara pelaksanaannya sesuai syariah. Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar dalam mengolah bahan baku bebek dari cara penyembelihan yang dilakukan berdasarkan Islam, dimana rumah makan Bebek Kendang Sawojajar penyembelihannya dilakukan dalam menyebut nama Allah (membaca *bismillah*).

Bahan baku bebek pada rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar tersebut bahan baku yang halal dan tidak terdapatnya campur tangan bahan kimia mulai dari cara pemeliharaannya sampai tata cara pelaksanaannya bahan mentah menjadi bahan jadi yang siap untuk dikonsumsi. Rumah makan Bebek Kendang Sawojajar menekankan pada pengambilan bahan baku bebek yang berasal dari sawah sebab bahan baku bebek yang berasal dari sawah tidak ada campur tangan bahan kimia dan dalam mengolah bahan baku bebek berdasarkan ketentuan syariah dan bernilai gizi tinggi. Berbeda pada bebek kandang yang dipelihara kebanyakan makanannya mengandung adanya bahankimia.

Islam selamanya menginginkan tujuan yang suci dan caranya pun harus yang suci juga, syariat Islam tidak membenarkan prinsip apa yang disebut *al-ghayah tubirrul wasilah* (tujuan menghalalkan segala cara) atau suatu prinsip yang mengatakan *alwushulullah haq bil khaudhi fil katsiri minal bathil* ( untuk dapat memperoleh sesuatu yang baik, boleh dilakukan dengan bergelimang dalam kebatilan) bahkan yang ada adalah sebaliknya yaitu setiap tujuan yang baik harus dicapai dengan cara yang baik pula. Islam memanggil manusia supaya makan

hidangan yang baik yang telah disediakan oleh Allah yaitu bumi lengkap dengan isinya, hendaknya manusia tidak mengikuti kerajaan dengan jejak syaitan yang selalu menggoda manusia supaya mau mengharamkan sesuatu yang dihalalkan oleh Allah dan mengharamkan kebaikan-kebaikan yang dihalalkan oleh Allah, dan syaitan juga menghendaki manusia supaya terjerumus dalam lembah kesesatan.

Allah melarang segala sesuatu yang dimakan tanpa menyebutkan namanya. Dalam mengolah bahan baku bebek dan ayam pada rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar penyembelihannya selain dilakukan dengan menyebut nama Allah, juga menggunakan alat yang tajam agar melepaskan nyawa binatang dengan jalan yang mudah. Rahasia penyembelihan, menurut yang di ketahui adalah melepaskan nyawa binatang dengan jalan yang paling mudah, yang kiranya meringankan dan tidak menyakiti, untuk itu disyaratkan alat yang dipakai harus tajam supaya lebih cepat memberi pengaruh. Disamping itu dipersyaratkan juga bahwa penyembelihan itu harus dilakukan dileher karna tempat ini yang lebih mudah mematikan binatang.

Setelah dilakukan penyembelihan bebek dan ayam, daging tersebut dibersihkan, selanjutnya dilakukan proses memasak. Proses memasak yang dilakukan oleh rumah makan Bebek Kendang Sawojajar direbus dengan menggunakan bahan-bahan yang alami tanpa adanya bahan kimia dalam mengempukkan bebek.

Proses pengempukkan bebek berpengaruh pada usia bebek, bebek yang dibutuhkan berumur satu tahun. Dikarenakan, bebek yang umurnya kurang dari satu tahun dapat mengakibatkan daging bebek hancur. Sedangkan usia bebek yang lebih dari satu tahun menyebabkan daging bebek tua, yang dapat mengakibatkan susah dalam mengempukkan daging bebek tersebut. Untuk menjadikan bahan baku bernilai

gizi tinggi, rumah makan Owner Bebek Kendang Sawojajar mengambil bahan baku bebek betina, karena pada bebek betina dagingnya lebih berserat dan bebek tersebut bertelur. Hal ini yang menyebabkan didalam bebek betina mempunyai vitamin, dan kandungan nutrisinya lebih banyak, serta dapat meningkatkan gizi bagi yang memakannya.

Dalam hal konsumsi, telah dijelaskan dalam panduan agama Islam, Al-Qur'an, yang mengandung lebih dari tiga puluh ayat yang berbicara tentang tanggung jawab umat Islam untuk memerhatikan dan menjaga apa yang mereka konsumsi. Hadits juga mendukung konsep ini dengan menjelaskan perihal makanan yang halal dan haram (Aisyah, 2015). Prinsip makanan halal ini tidak hanya diakui oleh komunitas Muslim, melainkan juga diterima secara global sebagai standar alternatif untuk menjaga keamanan, kebersihan, dan kualitas dari barang yang kita makan atau gunakan setiap hari (Mustika et al., 2021).

Sebagaimana dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah 2:168, bahwa Allah memerintahkan seluruh umat manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal lagi thoyib, yang bunyinya:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا  
خُطُواتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya: “Hai manusia! Makanlah dari yang halal dan thoyib di bumi jangan ikuti jejak syaitan. Sesungguhnya dia adalah musuh yang nyata bagimu” (Al-Baqarah 2:168).*

Prinsip dan ajaran dalam Islam menekankan bahwa manusia diwajibkan untuk mengonsumsi makanan atau menggunakan barang dan jasa yang halal dan baik, yang tidak hanya bermanfaat untuk kesehatan tetapi juga penting untuk menjaga kelangsungan hidup (Maslul, 2018). Bagi umat Islam aspek halal

Berpengaruh besar bagi keputusan dalam pembelian dan perilaku pembelian. Kata halal bukan hanya dari simbol agama, akan tetapi halal juga menjadi simbol bagi jaminan kualitas dan higienitas dalam sebuah produk terutama proses produk dalam bidang makanan. Salah satu faktor produksi adalah faktor material, ( bahan baku). Pandangan Islam terhadap penggunaan bahan baku untuk proses produksi bertitik tolak dari kehalalan bahan baku. Penggunaan bahan baku yang haram akan merusak manfaat ekonomi walau itu untuk dipergunakan memproses suatu produk yang dibolehkan syariat. Dalam manajemen bisnis ketersediaan bahan baku sangat berpengaruh penting dalam meningkatkan penjualan, apabila bahan baku kurang mencukupi akan mengakibatkan penurunan penjualan. Serta terbatasnya penjualan karna kurangnya permintaan konsumen.

Namun, ada beberapa kendala pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar , dimana bahan baku yang ditawarkan pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar dalam memenuhi kuotanya sangat kurang, dibanding permintaan konsumen, hal ini dapat menghambat dalam meningkatkan penjualan karna suatu usaha ditentukan ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan.

Pentingnya pemahaman terhadap keputusan pembelian konsumen, dan pangsa pasar memiliki peranan penting dalam penciptaan sinergi antara pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan kemampuan berproduksi secara optimal. Apabila perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar, maka faktor penunjang kelancaran produksi, seperti ketersediaan bahan baku, sebaliknya sesuai dengan kapasitas pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Bahan baku merupakan salah satu faktor yang mempunyai peranan penting. Oleh karena itu, masalah persediaan bahan baku, sebagai faktor utama kelancaran dalam proses produksi.

Sedangkan adanya stok keterbatasan bahan baku yang ada diperusahaan akan berdampak pada kemacetan dalam berproduksi.

Selain kurangnya ketersediaan bahan baku, rumah makan Bebek Kendang Sawojajar mengalami kurangnya supplier bahan baku. Minimnya pemasok bahan baku, sehingga pemasok bahan baku yang dibutuhkan harus mengambil dari luarkota. Hal ini, menyebabkan harga yang ditawarkan kepada konsumen tergantung wilayah bahan baku yang didapat. Pengelolaan dan kebijakan ketersediaan bahan baku merupakan kunci kesuksesan sebuah perusahaan. Jadi kegiatan bisnis dan upaya manajemen saling mendukung satu sama lain dalam menciptakan nilai kemajuan dalam berbisnis sehingga tujuan bisnis dapat tercapai.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian-uraian pada bab-bab sebelumnya serta hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut:

#### **6.1 Kesimpulan**

1. Bisnis pada rumah makan bebek kendang Sawojajar Kota Malang sangat potensi, karena dapat menyerap tenaga kerja, mengurangi tingkat pengangguran. Usaha kuliner ini semakin meningkat perannya.
2. Manajemen Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang yang diterapkan pada rumah makan ini berdasarkan manajemen bisnis dalam Islam, mereka tidak hanya memandang dunia saja dalam bekerja tetapi mereka juga mendahulukan dalam beribadah.
3. Analisa SWOT pada bisnis bebek goreng Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang ini, adalah kurangnya supplier bahan baku, terbatasnya jumlah kuota bahan baku, hal ini menyebabkan pemasok bahan baku dari luar kota, dan dapat berpengaruh pada harga yang ditawarkan kepada konsumen.
4. Bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang ini tidak bertentangan dengan sumber ekonomi Islam, karena usaha yang dilakukan berdasarkan syariat Islam. Produk yang ditawarkan pada rumah makan ini yaitu halal dan toyyiban, baik dari cara mendapatkannya maupun pengolahan tata cara pelaksanaannya (pengolahan).

## 6.2 Saran

1. Kepada pimpinan dan para pekerja rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang untuk lebih giat dalam meningkatkan kualitas Produk yang dijual, Sumber Daya Manusia yang dimilikinya melalui pelatihan dan pembinaan dalam konsep Islam, serta banyak membaca buku-buku khususnya yang berhubungan dengan usaha kuliner bisnis bebek Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang ini.
2. Harus ada kesabaran dalam menjalani lika-liku kehidupan bahwa semua manusia di dunia ini pasti diberikan kesempatan oleh Allah untuk bisa menjadi lebih baik lagi selama manusia itu sendiri mau berusaha merubah kehidupannya kearah yang lebih baik. Maka yang terbaik pada saat ini adalah mengusahakan bisnis usaha ini tetap bertahan lebih maju lagi berkembang menjadi lebih besar jangkauan pangsa pasarnya, dalam membuka lapangan kerja. Dan untuk menatap masa depan yang lebih baik, dengan adanya manajemen yang baik, dan komitmen yang kuat maka para bisnis Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang dapat mengembangkan usaha kuliner yang lebih maju.
3. Kepada para Karyawan dirumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang untuk lebih giat dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia yang dimilikinya melalui pelatihan dan yang diberikan pada rumah makan Bebek Kendang Sawojajar Kota Malang. serta banyak membaca buku-buku khususnya yang berhubungan dengan usaha kuliner ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Sulhan, M. 2022. Analysis of Behavioral Finance, Financial Literacy and Their Impact on Financial Distress. *REVITALISASI : Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 1-9. doi:10.32503/revitalisasi.v11i1.2359
- Anorag, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Aziz, Abdul.2010. *Manajemen Investasi Syari'ah*. Bandung: Alfabeta
- Bernadine R. Wirjana. 2007. *Mencapai Manajemen Berkualitas Organisasi, Kinerja,Program*. Yogyakarta: Andi.
- Davis, M.K.(2013). 'Entrepreneurship: an Islamic Perspective', *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 20, No. 1, Hal: 63–69.
- Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Farah, Aditya.2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Industry Manufaktur Di Bursa Efek, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* vol. 12, No 2, 2010.
- Firnanti, Friska2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, Vol 13, No 2, Hal. 119-128.
- Hardjanto Amirullah Imam.2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Jusmaliani. 2008. *Bisnis berbasis syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kadir. 2010. *Hukum Bisnis syariah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Amzah.
- Kamaludin Undang. 2010. *Etika Manajemen Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kasmir Jakfar 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana. Cet.2.
- M. Fuad dkk 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Marathon Said Saad 2004. *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Jakarta: Zikrul Halim.
- Ma'ruf, Abdullah M. .2012. *Manajemen Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Mawardi.2007. *Ekonomi Islam. : Alaf Riau*.
- Muh, Said Hm. 2008. *Pengantar Ekonomi Islam dasar-dasar Pengembangannya : Suska Press*.

- Muslich. 2007. *Bisnissyariah*. Yogyakarta: UPP STIMYKPN.
- Nasution Mustafa Edwin. 2007. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nuswandari, Cahyani. 2013. Determinan Struktur Modal Dalam Perspektif Pecking Order Theory Dan Agency Theory, *Jurnal Dinamika Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, Hal. 92-102.
- Pramana, Tony. 2011. *Manajemen Risiko Bisnis*. Jakarta: Sinar Ilmu Publishing,
- Prihadi Yucki. 2012. *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW*. Jakarta: PT Gramedia.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Qital, S. Al, Sunarya, S. L., & Rusydiana, A. S. 2022. Manajemen Pariwisata Halal. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 2(2), 140–157. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v2i2.5919>
- Rahman Arif. 2009. *Panduan Cepat dan Mudah Mendirikan dan Mengelola Usaha*. Yogyakarta: PT Media Pressindo.
- Rangkuti Freddy. 2011. *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama.
- Rangkuti Freddy. 2006. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sinn, Ahmad Ibrahim Abu. 2008. *Manajemen Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Siswanto. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sjahrial, Dermawan. 2007. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Mitrawacana Media
- Sulhan, M. and Siswanto, Siswanto 2008. *Manajemen bank: Konvensional dan syariah*. UIN-Maliki Press, Malang.
- Sulhan, M., dan Sudarmiati, S. 2022. Analysis Of The Internationalization Strategy Of Msmes Kendang Djembe Blitar. *Proceedings of the International Conference of Islamic Economics and Business (ICONIES)*. Vol 8 (1), Hal : 349-360
- Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Yusuf, M. Y., Djakfar, I., Isnaliana, & Maulana, H. (2021). Halal Tourism to Promote Community's Economic Growth: A Model for Aceh, Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 29(4), 2869–2891. <https://doi.org/10.47836/pjssh.29.4.42>

## LAMPIRAN DOKUMENTASI



Gambar 1. Lokasi Bebek Kendang Sawojajar



Gambar 2. Peneliti dengan Owner



Gambar 3. Sudut kasir



Gambar 4. Pembeli sedang memesan menu makanan