

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ROTI BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA (STUDI KASUS: ROTTE *BAKERY*)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik pada
Program Studi Teknik Industri

OLEH:

NANDA HARDIYANTI
11552205063



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ROTI BERBASIS
SYARIAH DI INDONESIA
(STUDI KASUS: ROTTE *BAKERY*)**

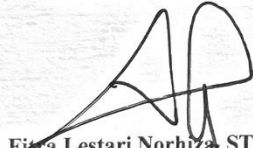
TUGAS AKHIR

Oleh :


NANDA HARDIYANTI
11552205063

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 21 November 2019

Ketua Program Studi


Dr. Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng
NIP. 19850616 201104 1 016

Pembimbing Tugas Akhir


Melha Yola, ST., M.Eng
NIP. 19790629 200604 2 001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ROTI BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA (STUDI KASUS: ROTTE BAKERY)

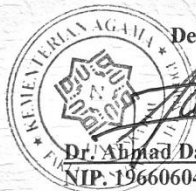
TUGAS AKHIR

Oleh :

NANDA HARDIYANTI
11552205063

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 21 November 2019

Pekanbaru, 21 November 2019
Mengesahkan,

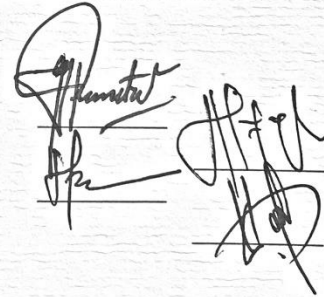
 Dekan
Dr. Ahmad Darmawi, M.Ag
NIP. 19660604 199203 1 004

Ketua Program Studi


Dr. Fitra Lestari Nofiza, ST., M.Eng
NIP. 19850616 201101 1 016

DEWAN PENGUJI :

Ketua : H. Ekie Gilang Permata, ST., M.Sc
Sekretaris : Melfa Yola, ST., M.Eng
Anggota I : Suherman, ST., MT
Anggota II : Misra Hartati, ST., MT



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 21 November 2019

NANDA HARDIYANTI
11552205063

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Robbmulah hendaknya kamu berharap". (Q.S Al-Insyirah ayat: 7-8)

Segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang pengenggam langit dan bumi, dengan Rahmaan Rahiim yang menghampar melebihi luasnya angkasa raya. Dzat yang menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa merindu akan kemaha besarannya

Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam.

Tetes peluh yang membasahi asa, ketakutan yang memberatkan langkah, tangis keputus asa yang sulit dibendung, dan kekecewaan yang pernah menghiasi hari-hari kini menjadi tangisan penuh kesyukuran dan kebahagiaan yang tumpah dalam sujud panjang. Alhamdulillah maha besar Allah, sembah sujud sedalam qalbu hamba haturkan atas karunia dan rizki yang melimpah, kebutuhan yang tercukupi, dan kehidupan yang layak,

Ku persembahkan..... Kepada kedua orang tuaku, Papa (Edi Frans) dan Mama (Ngatini) yang selalu ada untukku berbagi, mendengar segala keluh kesahku serta selalu mendoakan anakmu ini dalam meraih impian dan cita-cita serta mendapat RidhoNya...

Pekanbaru, 21 November 2019

Nanda Hardiyanti

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ROTI BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA

(STUDI KASUS: ROTTE BAKERY)

Nanda Hardiyanti
(11552205063)

Jurusan Teknik Industri
 Fakultas Sains dan Teknologi
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
 Pekanbaru

ABSTRAK

Toko Roti *Bakery* merupakan salah satu Perusahaan roti lokal yang telah memiliki 44 cabang di Indonesia. Perusahaan ini sejak berdirinya sudah mulai menerapkan bisnis yang berdasarkan konsep syariah, dan konsep ini menjadi alternatif yang cukup menjanjikan karena mulai terbentuknya kesadaran masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim untuk menggunakan produk dan jasa yang halal dan baik. Ketatnya persaingan antar usaha sejenis dan adanya perubahan-perubahan lingkungan bisnis yang dinamis mengharuskan pengelola perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman, dan ini mengharuskan perusahaan untuk melakukan pengembangan serta menentukan strategi yang dapat diterapkan di masa depan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, *benchmarking*, dan penyebaran kuesioner. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis berbasis syariah berdasarkan kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (SWOT) dan memperoleh prioritas tertinggi pada strategi pengembangan usaha bisnis berbasis syariah di perusahaan Rotte *Bakery* dengan menggunakan AHP. Hasil penelitian didapatkan bahwa perusahaan perlu menjaga kehalalan produk dan bahan baku sebagai strategi utama dikarenakan strategi ini sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen muslim.

Kata kunci: AHP; *Benchmarking*; Bisnis Roti Syariah; Strategi Bisnis Syariah; SWOT

UIN SUSKA RIAU

SHARIA-BASED BAKERY BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN INDONESIA

(CASE STUDY: ROTTE BAKERY)

Nanda Hardiyanti
(11552205063)

Department Of Industrial Engineering
Faculty Of Science and Technology
State Islamic University Syarif Kasim Sultan Riau
Pekanbaru

ABSTRACT

Bakery Bakery is one of the local bakery company that has had 44 branches in Indonesia. This company since its foundation has begun to implement business based on sharia concept, and this concept is a promising alternative because it began terbentuknya the awareness of Indonesian people who are Muslim majority to use the product And the service is lawful and good. The tight competition between similar businesses and the dynamic changes in business environments requires company managers to take advantage of the opportunities to address threats, and this requires companies to do and determining strategies that can be implemented in the future. The method used in this research is a descriptive method with the technique of collecting interviews, observations, benchmarking, and spreading questionnaires. The purpose of this research is to formulate a strategy of sharia based business development based on strengths, opportunities (opportunities), weaknesses (weakness) and threats (threats) (SWOT) and obtain the highest priority on the strategy Development of Sharia-based business enterprises in Rotte Bakery company using AHP. The results of the study gained that the company should maintain the halal products and raw materials as the main strategy because this strategy is very important to maintain the trust of Muslim consumers.

Keywords : AHP; Benchmarking Sharia Bread Business; Sharia Business Strategy;
SWOT

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaykum Warohmatullah Wabarokatuh. Al-hamdulillahirobbil'amin
Puji syukur kehadiran Allah Subhaanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Baginda Rasulullah Shallallahu' alaihi Wasallam, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya dengan judul **"Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah di Indonesia (Studi Kasus: Rotte Bakery)"** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Ahmad Darmawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Zarnelly, S.Kom., M.Sc selaku sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Silvia, M.Si sebagai Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Melfa Yola, ST., M.Eng selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Hak cipta milik UIN Suska Riau**
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**
7. Bapak Suherman, ST., MT dan Ibu Misra Hartati ST., MT yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini.
 8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan Ilmu Pengetahuan bagi penulis selama masa perkuliahan.
 9. CEO Rotte *Bakery* yaitu Bapak Mahardika Wirahadi yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk membantu Penulis dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan tugas akhir baik berupa data primer maupun data sekunder.
 10. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis Ayah Yendri Rolies, Ibu Desmawati, Kakak Tercinta Yulia Anita, Abang Tercinta Alm. Redho Saputra, Adik Tercinta Diyan Rahmadani, Agil Hardiyanto dan Abang Rudi Efendi seluruh keluarga besar penulis yang telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta do'a restu sehingga dapat menempuh pendidikan hingga S1 di Jurusan Teknik Industri UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
 11. Sahabat-Sahabat Penulis Audra Delsi Syafira, Elvy Marisha, Rada Guspita Wanda, Ayu Syafitri serta seluruh anggota DESTRO yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
 12. Mahasiswa Teknik Industri UIN SUSKA Riau Angkatan 2015 yang telah memberikan semangat serta dorongan kepada penulis.
- Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Laporan ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari laporan tugas akhir ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu 'alaykum Waromatullah. Wabarokatuh

Pekanbaru, 21 November 2019
Penulis,

Nanda Hardiyanti
11552205063

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR RUMUS	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Posisi Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Bisnis Syariah	10
2.1.1 Tujuan dan Prinsip-prinsip Bisnis Syariah	11
2.1.2 Etika Bisnis Syariah.....	15
2.1.3 Bentuk Bisnis Syariah.....	21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2	Pengertian Label Halal	24
2.3	Pengertian <i>Benchmarking</i>	25
	2.3.1 Jenis-jenis <i>Benchmarking</i>	26
2.4	Pengertian Strategi	27
	2.4.1 Tipe-tipe Strategi	28
	2.4.2 Definisi Manajemen Strategi	28
	2.4.3 Proses Manajemen Strategi	29
	2.4.4 Formulasi Strategi	30
2.5	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	34
2.6	Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE)	35
2.7	Matriks <i>Internal- Eksternal</i> (IE)	36
2.8	Matrik SWOT	37
2.9	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	39
	2.9.1 Kelebihan Metode AHP	39
	2.9.2 Kelemahan Metode AHP	40
	2.9.3 Tahapan Metode AHP	41

BAB III Metodologi Penelitian

3.1	Tahapan Penelitian	45
3.2	Studi Pendahuluan	46
3.3	Studi Literatur	46
3.4	Identifikasi Masalah	46
3.5	Perumusan Masalah	47
3.6	Penetapan Tujuan dan Manfaat	47
3.7	Batasan Masalah	47
3.8	Pengumpulan Data	47
3.9	Pengolahan Data	48
	3.9.1 Matriks Evaluasi Faktor <i>Internal</i> (IFE)	48
	3.9.2 Matriks Evaluasi Faktor <i>Eksternal</i> (EFE)	48
	3.9.3 Matriks <i>Internal-Eksternal</i> (IE)	49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9.4 Matriks SWOT	49
3.9.5 Penyusunan Diagram Hirarki	49
3.9.6 Pemilihan Strategi Menggunakan Perhitungan AHP	50
3.10 Analisa Data	50
3.11 Kesimpulan dan Saran.....	50

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	51
4.1.1 Profil Perusahaan	51
4.1.2 Struktur Organisasi	53
4.1.3 Visi dan Misi	53
4.1.4 <i>Benchmarking</i> pada Usaha Bisnis Berbasis Syariah	55
4.1.5 Identifikasi dan Analisa SWOT pada Perusahaan Rotte Bakery	58
4.2 Pengolahan Data.....	65
4.2.1 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	65
4.2.2 Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	78
4.2.3 Matriks <i>Internal-Eksternal</i> (IE).....	81
4.2.4 Matriks SWOT	83
4.2.5 Analisa <i>Analytical Hierachy Process</i> (AHP).....	87
4.2.5.1 Data Matriks Penilaian Perbandingan dan Pengolahannya.....	91
4.2.5.2 Analisis Data Untuk Faktor Pengembangan Usaha Bisnis Roti Berbasis Syariah di Rotte Bakery.....	122
4.2.5.3 Pengujian Konsistensi Keseluruhan Hirarki	125
4.2.5.4 Rekapitulasi Bobot Prioritas pada masing- Masing Elemen	126

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V ANALISA

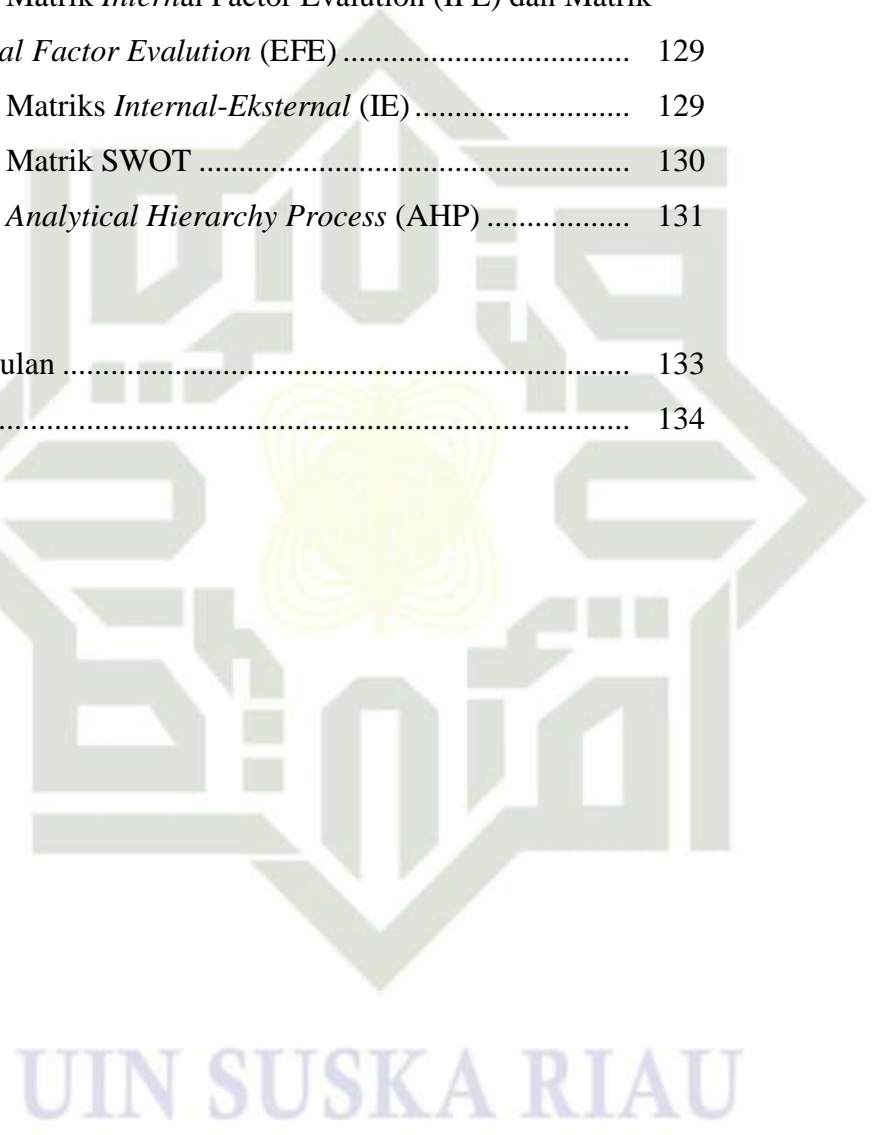
5.1	Analisa Pengumpulan Data	128
5.2	Analisa Benchmarking pada Usaha Bisnis Berbasis Syariah.....	128
5.3	Analisa SWOT pada Perusahaan Rotte <i>Bakery</i>	128
5.4	Analisa Matrik <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i> dan Matrik <i>Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i>	129
5.5	Analisa Matriks <i>Internal-Eksternal (IE)</i>	129
5.6	Analisa Matrik SWOT	130
5.7	Analisa <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	131

BAB VI PENUTUP

6.1	Kesimpulan	133
6.2	Saran.....	134

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

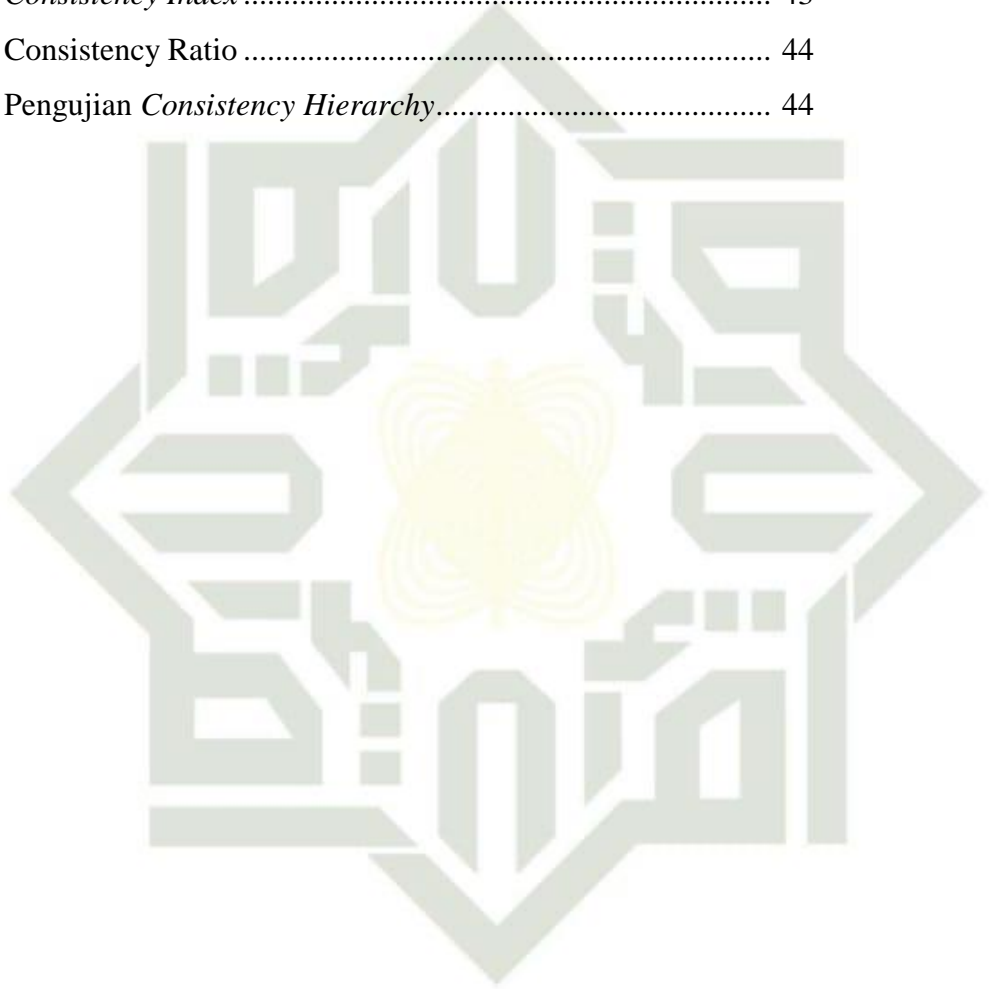
Gambar	Halaman
2.1 Logo Label Halal MUI	24
2.2 Matriks <i>Internal-Eksternal</i>	36
3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	45
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Rotte <i>Bakery</i>	53
4.2 Lokasi Perusahaan Rotte <i>Bakery</i> yang Strategis	58
4.3 Surat Izin Usaha Rotte <i>Bakery</i>	59
4.4 Tanda Daftar Perusahaan Rotte <i>Bakery</i>	59
4.5 Label Halal MUI di Rotte <i>Bakery</i>	60
4.6 Area Produksi di Outlet Rotte <i>Bakery</i>	61
4.7 <i>Oven</i> di Rotte <i>Bakery</i>	61
4.8 <i>Mixer</i> di Rotte <i>Bakery</i>	62
4.9 Alat Pengepres di Rotte <i>Bakery</i>	62
4.10 Alat Pemotong Roti di Rotte <i>Bakery</i>	62
4.11 Hasil Matriks <i>Internal-Eksternal</i> (IE)	82
4.12 Struktur Hirarki Strategi	90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
2.1.1 Rumus Menyatukan Pendapat dari Beberapa Kuesioner	42
2.2.2 Rumus <i>Maximum Eigenvalue</i>	43
2.3.3 Rumus <i>Consistency Index</i>	43
2.4.4 Rumus Consistency Ratio	44
2.5.5 Rumus Pengujian <i>Consistency Hierarchy</i>	44



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1	Posisi Penelitian 7
2	Perbedaan Karakteristik dar Bisnis Syariah dan Bisnis Non Syariah 13
2.2	Format Matrik SWOT 38
2.3	Hirarki Metode AHP 41
2.4	Pembobotan Perbandingan 42
2.5	Matriks Perbandingan 42
2.6	Uji Konsistensi 43
2.7	Bobot Relatif Ternormalisasi 43
2.8	Nilai <i>Random Index</i> 44
4.1	<i>Benchmarking</i> pada Usaha Bisnis Berbasis Syariah 55
4.2	Hasil Bobot Analisa Matriks IFE di <i>Rotte Bakery</i> 74
4.3	Hasil Rating Analisa Matriks IFE di <i>Rotte Bakery</i> 76
4.4	Hasil Rekapitulasi Matriks IFE di <i>Rotte Bakery</i> 77
4.5	Hasil Bobot Analisa Matriks EFE di <i>Rotte Bakery</i> 79
4.6	Hasil Rating Analisa Matriks EFE di <i>Rotte Bakery</i> 80
4.7	Hasil Rekapitulasi Matriks EFE di <i>Rotte Bakery</i> 81
4.8	Matriks SWOT pada Perusahaan <i>Rotte Bakery</i> 84
4.9	Kode Indikator Strategi 87
4.10	Kode Indikator Alternatif Strategi..... 87
4.11	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Berbasis Syariah di <i>Rotte Bakery</i> 91
4.12	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden..... 95
4.13	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Berbasis Syariah di <i>Rotte Bakery</i> 96
4.14	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Alternatif Strategi Memperluas Pangsa Pasar 97
4.15	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden..... 99

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

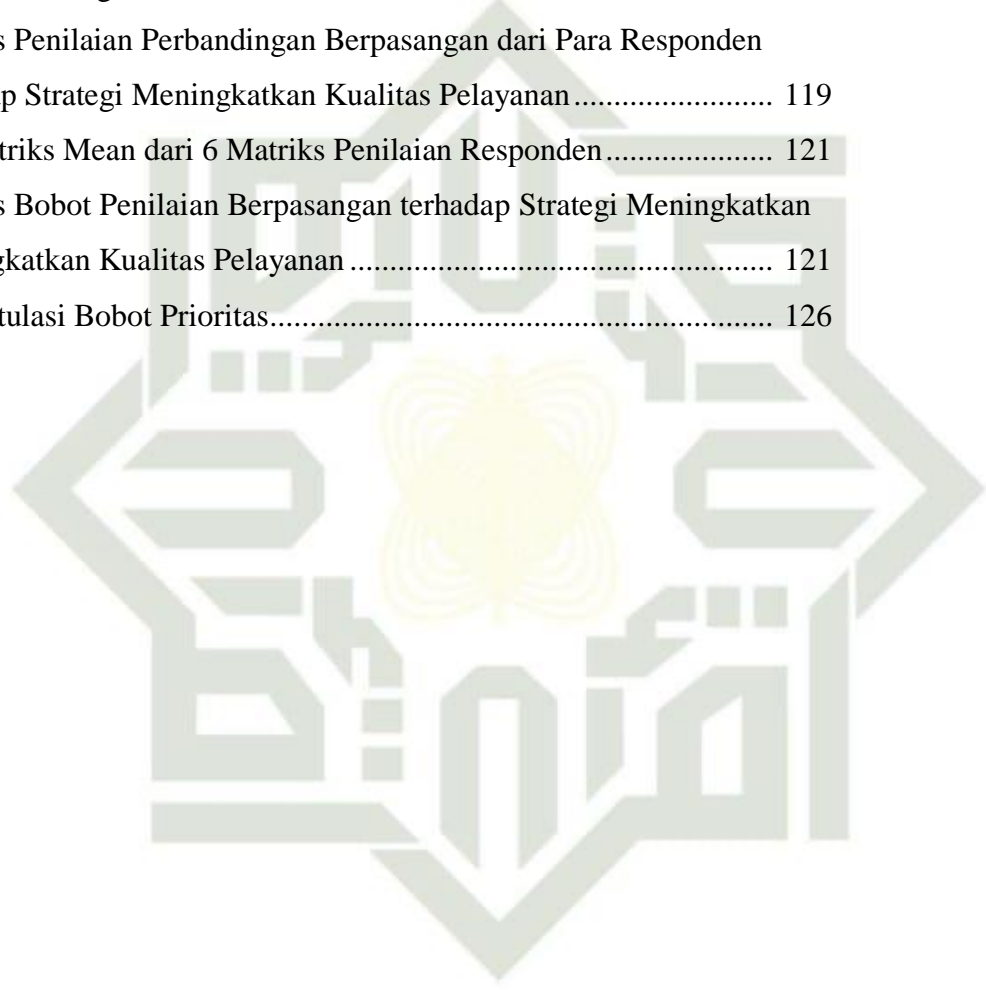
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.16	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Memperluas Pangsa Pasar	99
4.17	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Strategi Menjaga Kehalalan Produk dan Bahan Baku	100
4.18	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden.....	102
4.19	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Menjaga Kehalalan Produk dan Bahan Baku.....	102
4.20	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Strategi Melengkapi Label pada Kemasan Produk	104
4.21	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden.....	105
4.22	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Melengkapi Label pada Kemasan Produk.....	105
4.23	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Strategi Meningkatkan Kualitas Produk.....	106
4.24	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden.....	108
4.25	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Meningkatkan Kualitas Produk	108
4.26	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Strategi Mengembangkan Produk Baru dengan Mempertahankan Harga yang Terjangkau	109
4.27	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden.....	111
4.28	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Mengembangkan Produk Baru dengan Mempertahankan Harga yang Terjangkau.....	111
4.29	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Strategi Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia.....	112
4.30	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden.....	114
4.31	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia	115

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

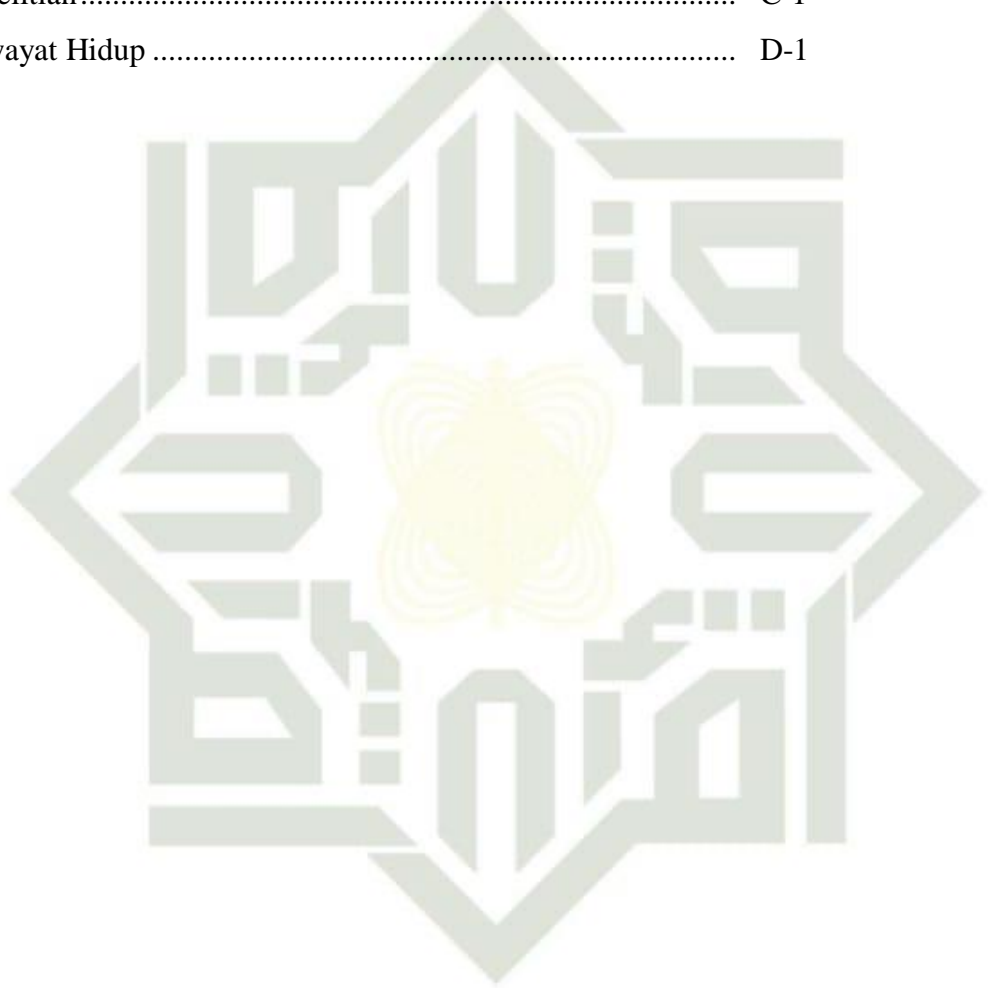
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.32	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Strategi Meningkatkan Kerjasama dengan Pemasok Bahan Baku	116
4.33	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden.....	117
4.34	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Meningkatkan Kerjasama dengan Pemasok Bahan Baku	117
4.35	Matriks Penilaian Perbandingan Berpasangan dari Para Responden terhadap Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	119
4.36	Geometriks Mean dari 6 Matriks Penilaian Responden.....	121
4.37	Matriks Bobot Penilaian Berpasangan terhadap Strategi Meningkatkan Meningkatkan Kualitas Pelayanan	121
4.38	Rekapitulasi Bobot Prioritas.....	126



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A Kuesioner Bobot dan Rating	A-1
B Kuesioner AHP	B-1
C Jurnal Penelitian	C-1
D Daftar Riwayat Hidup	D-1



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Bisnis perdagangan merupakan salah satu faktor kemajuan ekonomi negara Indonesia. Bisnis perdagangan memiliki berbagai macam jenis transaksi, misalnya jual beli. Dalam sebuah bisnis, jual beli tidak bisa dilepaskan dalam aktivitas perdagangan. Jual beli ini merupakan aktivitas yang sangat umum dilakukan. Hubungan interaksi manusia dalam aktivitas bisnis juga mengalami kemajuan yang sangat pesat. Salah satunya adalah bisnis perdagangan yang berbasis hukum Islam. Model bisnis perdagangan *syariah* dapat berupa jual beli syariah. Dengan kata lain, praktik jual beli harus memenuhi ketentuan-ketentuan hukum Islam (Kurniawan, 2017).

Islam mengatur semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan muamalah dengan memberikan batasan apa saja yang boleh dilakukan (Halal) dan apa saja yang tidak diperbolehkan (Haram). Dalam bisnis syariah, bisnis yang dilakukan harus berlandaskan sesuai syaria'ah. Semua hukum dan aturan yang ada dilakukan untuk menjaga pebisnis agar mendapatkan rejeki yang halal dan di ridhai oleh Allah S.W.T. Maka etika atau aturan tentang bisnis syariah memiliki peran yang penting juga dalam bisnis berbasis syari'ah (Ariyadi, 2018).

Praktek bisnis syariah dijelaskan dalam banyak ayat Al-Qur'an, baik tentang anjuran ataupun tentang larangan yang dilakukan dalam bisnis syariah, salah satu contohnya ayat yang paling konkrit yaitu ayat tentang pengharaman riba dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa yang mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (teserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya (Ariyadi, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bisnis dengan basis syariah akan membawa wirausaha muslim kepada kesejahteraan dunia dan akhirat dengan selalu memenuhi standar etika perilaku bisnis, yaitu: takwa, kebaikan, ramah dan amanah. Ketaqwaan seorang wirausaha muslim adalah harus tetap mengingat Allah dalam kegiatan berbisnisnya, sehingga dalam melakukan kegiatan bisnis seorang wirausahawan akan menghindari sifat-sifat yang buruk seperti curang, berbohong, dan menipu pembeli (Ariyadi, 2018).

Perkembangan bisnis Islam (syari'ah) kini kian marak dan menjamur di Indonesia. Salah satu pendorongnya adalah karena adanya kesadaran masyarakat yang mayoritas Muslim untuk menggunakan dan memanfaatkan produk produk (barang maupun jasa) yang halal dan baik, maka peran produsen atau perusahaan-perusahaan bisnis berbasis syari'ah menjadi sebuah alternatif yang cukup menjanjikan (Huda, 2016).

Transaksi bisnis dagang syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini memberikan alternatif transaksi bisnis kepada masyarakat dengan mayoritas penduduk yang muslim, Indonesia memberikan peluang yang terbuka lebar bagi bisnis perdagangan yang berbasis prinsip hukum Islam. Terdapat tujuh sektor bisnis syariah yang telah meningkat secara signifikan, diantaranya adalah kuliner atau makanan, keuangan Islam, industri asuransi, fashion, kosmetik, farmasi, hiburan, dan juga pariwisata (Baharuddin dan Hasan, 2018)

Kesadaran umat muslim untuk kembali ke ajaran Qur'an dan hadits, memunculkan pemikiran untuk menggunakan sistem ekonomi yang berdasarkan pada syariah Islam atau disebut sebagai sistem ekonomi Islam. Munculnya kesadaran untuk menjalankan syariah Islam dalam kehidupan ekonomi muslim berarti harus mengubah pola pikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk dalam dunia bisnis (Anindya, 2017).

Konsumen juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk tersebut sehingga produk tersebut dapat menarik konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam mengambil keputusannya untuk membeli produk yang dihasilkan khususnya bagi konsumen muslim. Konsumen muslim akan sangat kritis dalam mencari dan menggali informasi tentang produk yang akan dibeli. Kehalalan produk merupakan hal yang penting bagi konsumen muslim untuk melakukan keputusan pembelian hal ini dilakukan agar muncul rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi produk tersebut (Alfian dan Marpaung, 2017).

Rotte Bakery merupakan salah satu industri roti yang ada di kota Pekanbaru yang didirikan oleh Bapak Syafrizal Abdul Rasyid. Rotte merupakan singkatan dari Roti Terenak dan Termurah. Usaha ini telah berproduksi sejak tahun 2015. Rotte bakery menjual berbagai macam roti diantaranya roti tawar, roti manis, donat, cake, pizza, cupcake, brownies, bolu kemojo dan lain-lain. Lokasi rotte bakery saat ini sangat banyak dipekanbaru dan dapat dijumpai salah satunya di jalan bukit barisan yang merupakan kantor pusatnya. Salah satu keunikan dari rotte bakery adalah memiliki area produksi yang dilakukan di outlet, bahkan ditampilkan pada saat proses produksinya karena memberikan konsep *fresh from the oven*. Dalam menjalankan bisnis, perusahaan rotte bakery berusaha menerapkan bisnis dengan berbasis syariah dengan menerapkan *spiritual company* yaitu landasan untuk menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariat islam tetap dekat dengan Allah S.W.T yang akan membawa wirausaha muslim kepada kesejahteraan dunia dan akhirat.

Perusahaan Rotte Bakery juga menerapkan konsep bisnis beli produk rotte sekaligus beramal karena keuntungan yang didapatkan disisihkan untuk disalurkan kepada sosial, kaum dhuafa terutama sekita tempat produksi roti. Menerapkan sistem bagi hasil kepada investor dan untuk gaji team rotte, hal ini berdasarkan keuntungan yang didapatkan selama penjualan, semakin banyak keuntungan yang didapat semakin banyak pula hasil yang didapatkan begitu pun sebaliknya dengan menerapkan sistem bagi hasil ini team rotte harus berusaha meningkatkan penjualan dan mengurangi kesalahan-kesalahan dalam proses produksi untuk meminimalisir kerugian maka dari itu diperlukannya karyawan yang memiliki *skill* yang berkualitas. Memiliki karyawan yang berkualitas itu tidak mudah, karyawan harus belajar untuk memiliki kemampuan dalam proses

lain. Strategi *benchmarking* ini pada mulanya digunakan dalam bidang bisnis untuk mengukur kinerja suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang lebih maju (Lubis, 2016). Kegiatan *benchmark* ini dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan berkunjung ke perusahaan lain untuk proses belajar dan bertukar informasi, yang hasilnya akan dijadikan sebagai bekal untuk mengembangkan bisnis syariah perusahaan *Rotte Bakery*.

Rotte Bakery harus memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan-perubahan lingkungan bisnis yang berubah-ubah. Analisa SWOT sering digunakan untuk memformulasikan strategi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 1997). Dengan menggunakan analisis SWOT akan diperoleh beberapa alternatif strategi yang saling memiliki keterkaitan antar alternatif, namun alternatif yang diperoleh perlu dibobotkan karena tingkat kepentingan dari tiap alternatif berbeda. Dari beberapa alternatif harus ditentukan prioritas strategi yang akan digunakan, dibutuhkan suatu metode untuk menyelesaikan masalah tersebut, salah satu metode yang dapat digunakan adalah AHP. AHP dapat digunakan untuk menentukan alternatif strategi yang memiliki prioritas tinggi dan berperan untuk mempengaruhi hasil pada sistem hirarki tersebut (Amin Syukron, 2014, dikutip oleh Affanddy, 2017)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha bisnis berbasis syariah di Perusahaan *Rotte Bakery*?

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis berbasis syariah berdasarkan kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (SWOT) di Rotte Bakery.
2. Untuk menganalisis dan memperoleh prioritas tertinggi pada strategi pengembangan usaha bisnis berbasis syariah di perusahaan Rotte Bakery dengan menggunakan AHP (*Analytical Hierarchy Process*).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai bahan peningkatan kemampuan dalam menganalisis masalah dan menambah pemahaman mengenai tema yang menjadi fokus penelitian. Serta itu, penelitian ini dapat digunakan untuk memperdalam di bidang bisnis berbasis syariah dan implementasi atas teori yang telah didapatkan selama perkuliahan

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam penilaian kinerja bisnis syariah sehingga dapat menentukan kebijakan dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja sekaligus memperbaiki apabila terdapat kelemahan dan kekurangan.

1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas pada permasalahan lainnya oleh karena itu diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan hanya pada toko Rotte Bakery yang berada di Jalan Bukit Barisan, Jalan Garuda Sakti km 2, Jalan Delima dan Jalan Soebrantas.
2. *Benchmarking* yang dilakukan hanya pada usaha bisnis dengan konsep islam atau berbasis syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan atau perbaikan cetakan.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.6 Posisi Penelitian

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

Nama	Judul	Tujuan	Lokasi	Tahun	Metode
Khaunuril Kholifah	Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Syariah Pada Bisnis MLM Paytren (Studi Kasus Pada Mitra Paytren Cab. Semarang)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran syariah yang diterapkan pada bisnis MLM Paytren dalam perspektif ekonomi islam. 2. Untuk mengetahui analisis SWOT dalam strategi pemasaran syariah pada bisnis MLM Paytren. 	Mitra Paytren Cab. Semarang	2018	SWOT
Hifa Hidayati	Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui serta menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal usaha pengrajin genteng di Desa Jatirenggo. 2. Untuk mengkaji pandangan Ekonomi Islam terhadap srategi pengembangan pengrajin genteng dalam meningkatkan pendapatan keluarga di Desa Jatirenggo 3. Untuk mengetahui SWOT dalam persepektif Ekonomi Islam usaha pengrajin genteng di Desa Jatirenggo 	Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu	2018	SWOT

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan atau keperluan mendesak lainnya.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1 Posisi Penelitian (Lanjutan)

Nama	Judul	Tujuan	Lokasi	Tahun	Metode
Agency Nurmaydha, Siti Asmaul Mustaniroh, dan Sucipto	Strategi Pengembangan Restoran Halal Sebagai Penunjang Hotel Syariah (Studi Kasus Di UNIDA Gontor INN, Universitas Darussalam Gontor Ponorogo)	Untuk memperoleh alternatif strategi terbaik dalam pengembangan restoran halal di resto UNIDA Gontor INN	UNIDA Gontor Inn, Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo, Jawa Timur	2018	AHP
Nanda Hardiyanti	Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah di Indonesia (Studi Kasus: Rotte <i>Bakery</i>)	Untuk menganalisis dan memperoleh prioritas tertinggi pada strategi pengembangan usaha bisnis berbasis syariah di perusahaan Rotte <i>Bakery</i> .	Perusahaan Rotte Bakery	2019	<i>Benchmarking</i> , SWOT, dan AHP

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan ini dibagi dalam enam bab, uraian dan penjelasan secara singkat adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian serta teori tentang pendukung dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan penjelasan secara sistematis langkah-langkah pembahasan yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian, sesuai dengan metodologi penelitian yang dibuat.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan data-data yang diperoleh dilapangan untuk diolah sesuai dengan masalah yang di teliti, sedangkan pengolahan data berisikan tentang proses perubahan data mentah menjadi suatu hasil yang bisa dipahami sehingga membantu di dalam menganalisa.

BAB V ANALISA

Analisa dari hasil pengolahan data yang dilakukan berdasarkan teori yang digunakan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan hasil penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Bisnis Syariah

Bisnis syariah adalah bisnis yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadis dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah S.W.T untuk mendapat ridha-Nya dari pengertian tersebut, bisnis berbasis syariah merupakan bisnis yang berlandaskan syariah Islam, di mana semua kegiatan bisnis yang dilakukan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan Haram) dalam bisnis Islam, semua hasil usaha yang telah dilakukan selalu mengingat dan menyerahkan kepada Allah S.W.T (Agustin, 2017).

Bisnis syariah merupakan penerapan dan perwujudan dari aturan syariat dalam menjalankan usaha. Bentuk bisnis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi atau mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen namun aspek menjalankan aturan syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya sehingga bisnis syariah selain mengusahakan bisnis pada umumnya, juga menjalankan perintah Allah S.W.T dalam hal bermuamalah untuk membedakan antara bisnis syariah dan konvensional, dapat diketahui melalui ciri dan karakter dari bisnis syariah yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri. Beberapa ciri itu antara lain (Agustin, 2017):

1. Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram. Seorang pelaku bisnis syariah dituntut mengetahui benar fakta-fakta (tahqiqul manath) terhadap praktik bisnis yang sah dan yang salah.
2. Selalu berpijak pada nilai-nilai ruhiyah. Nilai ruhiyah adalah kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan (makhluk) Allah yang harus selalu kontak dengan-Nya dalam wujud ketaatan di setiap tarikan napas hidupnya. Ada tiga aspek paling tidak nilai ruhiyah ini harus terwujud, yaitu pada aspek:
 - a. Konsep
 - b. Sistem yang diberlakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

c. Pelaku (personel)

3. Praktik bisnis sesuai syariah yang benar dalam hal ini harus terdapat kesesuaian antara aturan syariah Islam dan praktik bisnis yang dilakukan, antara apa yang telah dipahami dan yang diterapkan sehingga pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara materiil tetapi sangat mempertimbangkan praktik bisnis yang sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan

4. Berorientasi pada ibadah kepada Allah S.W.T. Orientasi ini didapatkan dengan menjadikan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah S.W.T. Hal itu terwujud jika bisnis atau apa pun yang kita lakukan selalu mendasarkan pada aturan-Nya yaitu syariah Islam

2.1.1 Tujuan dan Prinsip-prinsip Bisnis Syariah

“*Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, matiku, karena Allah*”, oleh karena itu, setiap usaha apa pun yang halal tidak terlepas dari tujuan memperoleh ridha Allah S.W.T. Demikianlah tujuan hidup pedagang muslim yang beriman dan bertakwa, berniaga, bejual beli atau melakukan gerak dalam bisnis, mata hatinya selalu terarah pada tujuan filosofis yang luhur itu (Ariyadi, 2018).

Pada dasarnya masyarakat Muslim mencari untung sebagaimana para pedagang pada umumnya, tetapi mereka tidaklah menjadikan keuntungan itu sebagai tujuan akhir. Mereka menjadikan keuntungan sebagai sarana mendekati diri kepada Allah S.W.T. Dalam melakukan aktivitas dagangnya, mereka mendasarkannya pada fungsi hidup yang digariskan dalam Al-Qur'an, yaitu menghambakan diri pada Allah S.W.T. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Qur'an Surah Adz-Dzariat ayat 56 (Ariyadi, 2018):

Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.

Islam sangat menghargai kerja keras seseorang, kerja keras yang dilakukan akan mendapat pahala dari Allah S.W.T. Seorang manusia yang selamat adalah manusia yang takwa kepada Allah S.W.T. Ketakwaannya dapat ditukan dengan

pengamalan syariah islam dalam melakukan bisnis. Dalam berbisnis seorang muslim selalu patuh dengan syariat agama islam. Seorang muslim yang menjalankan bisnis diharapkan membawa keseimbangan dalam hidupnya, imbang dalam hal dunia dan akhirat. Melalui kisah berniaga rasulullah, islam mengajarkan bagaimanabisnis seharusnya dilakukan. Mulai dari etika berbisnis sampai penggunaan harta yang diperoleh. Dengan berpegang pada syariat islam, bisnis mempunyai tiga tujuan, yaitu (Agustin, 2017):

1. Laba

Laba berupa materi dan benefit berupa nonmateri. Laba berupa materi diperoleh dengan melakuakn bisnis dengan cara yang halal dengan tidak menghalalkan segala cara. Tujuan benefit nonmateri adalah:

- a. Qimah insaniyah adalah manfaat dari seorang melakukan bisnis kepada orang lain dalam bentuk sedekah, zakat, kesempatan kerja dan bantuan sosial.
- b. Qimah khuluqiyah yang dimaksud adalah setiap perbuatan atau perilaku bisnis muslim haruslah memiliki akhlak yang baik. Sifat ini akan terlihat pada seseorang jika dia rajin dalam ibadahnya kepada Allah S.W.T dan bermuamalah yang sesuai dengan perintah Allah S.W.T.
- c. Qimah ruhiyah mempunyai pengertian jika seseorang harus selalu melibatkan Allah S.W.T dalam setiap kegiatannya untuk mendekatkan diri kepada Allah S.W.T. Perilaku bisnis yang sebenarnya tidak hanya perbuatan yang semata-mata hanya berhubungan dengan muamalah dengan orang lain tetapi juga memiliki sifat illahiyah untuk mendapat ridha dan nilai ibadah kepada Allah S.W.T.

2. Pertumbuhan Kinerja

Untuk menjaga agar bisnis tumbuh dari tahun ke tahun maka pelaku bisnis syariah dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan agar konsumen tetap senang membeli atau memakai jasa yang disediakan oleh pelaku bisnis. Setiap usaha diharapkan selalu mengalami pertumbuhan. Pertubuhan ini haruslah dijaga keberlangsungannya agar usaha yang dilakukan dapat berlangsung dalam kurun waktu yang lama. Untuk

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjaga keberlangsungan usaha harus berdoa meminta kemurahan dan rezeki dari Allah S.W.T disamping itu ikhtiar dengan cara membuat perencanaan yang berlandaskan syariat islam.

3. Ridha Allah S.W.T

Semua yang dilakukan oleh seorang muslim harus memiliki tujuan akhir keberkahan dari Allah S.W.T. Keberkahan yang diperoleh dari ridha Allah S.W.T diperoleh dengan mempraktikkan syariat islam dan menjalankan semua kegiatan bisnisnya dengan ikhlas. Jika mereka menyatukan mencari rezeki dan beribadah kepada Allah S.W.T, maka mereka telah mengumpulkan kebaikan didunia dan diakhirat.

Syariah Islam mengajarkan bahwa harta yang telah didapatkan bukanlah tujuan akhir hidup, tetapi dengan fasilitas berupa harta kekayaan seseorang dapat membantu sesamanya dengan berbuat amal sosial kepada sesama manusia. Bisnis muslim dikatakan beruntung manakala bisnis tersebut jadi amal ibadah, bisa berdakwah, banyak sedekah, membayar zakat, dan paling banyak memberi manfaat kepada orang lain. Bisnis muslim haruslah bersikap arif dalam menyikapi harta yang diberikan Allah S.W.T padanya. Sebagai wirausahawan muslim harus mengerti jika semua harta yang diperoleh adalah harta Allah S.W.T yang dititipkan padanya. Maka selayaknya mereka harus menafkahkan sebagian hartanya di jalan Allah S.W.T sebagaimana firman Allah S.W.T dalam surah Adz-Dzariyaat (51) ayat 19 “Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian” (Agustin, 2017).

Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma menyebutkan perbedaaan karakteristik dari bisnis syariah dan bisnis non-syariah dalam sebuah ilustrasi sebagai berikut (Ariyadi, 2018):

Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik dari Bisnis Syariah dan Bisnis Non-Syariah

Ruang lingkup	Syariah	Non-Syariah
ASAS	Aqidah Islam	Sekularisme (nilai-nilai materialisme).
MOTIVASI	Dunia-akhirat	Dunia
ORIENTASI	Profit dan benefit, keberlangsungan, pertumbuhan, keberkahan	Profit, pertumbuhan, Keberlangsungan

(Sumber: Ariyadi, 2018)

Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik Dari Bisnis Syariah Dan Bisnis Non-Syariah (Lanjutan)

Ruang lingkup	Syariah	Non-Syariah
ETOS KERJA	Bisnis bagian dari ibadah	Bisnis adalah kebutuhan duniawi
SIKAP MENTAL	Maju dan produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	Maju dan produktif sekaligus konsumtif, konsekuensi aktualisasi diri
KEAHLIAN	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari motivasi reward dan punishment
AMANAH	Terpercaya dan amanah	Tergantung kemauan individu (pemilik modal), tujuan menghalalkan segala cara.
MODAL	Halal	Halal dan haram
SDM	Sesuai akad kerja	Sesuai akad kerja atau sesuai keinginan pemilik modal
SUMBER DAYA	Halal	Halal dan haram
MENEJEMEN STRATEGIK	Visi dan misi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia.	Visi dan mis ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material
MENEJEMEN OPERASI	Jaminan halal setiap input, proses dan output, produktivitas Islami	Tidak ada jaminan halal bagi setiap input, proses dan output, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
MENEJEMEN KEUANGAN	Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan.
MENEJEMEN PEMASARAN	Pemasaran dalam koridor jaminan halal	Pemasaran menghalalkan segala cara
MANAJEMEN SDM	Profesionalisme dan berkepribadian Islami, SDM adalah pengelola bisnis, bertanggung jawab pada diri majikan dan Allah S.W.T	SDM profesional, SDM adalah faktor produksi, SDM bertanggungjawab pada diri dan majikan

(Sumber: Ariyadi, 2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa ciri-ciri dari bisnis syariah sangatlah berbeda dengan bisnis konvensional yang hanya mengejar keuntungan saja. Sedangkan dalam bisnis yang berdasarkan syariah, pelaku bisnisnya sangat berhati-hati dalam melakukan kegiatan bisnisnya dari asas sampai manajemen SDM yang digunakan, bisnis berbasis syariah selalu menjalankan kewajiban dan haknya antar sesama manusia dan kepada Allah S.W.T (Ariyadi, 2018).

2.1.2 Etika Bisnis Syariah

Etika dipandang sama dengan akhlak yang membahas tentang perilaku baik buruknya seseorang. Titik sentral dari etika bisnis syariah sendiri adalah untuk menjaga perilaku wirausaha muslim dengan tetap bertanggung jawab karena percaya kepada Allah S.W.T. Etika bisnis syariah bersumber pada Al-Qur'an sebagai pedoman. Al-qur'an adalah sumber segala ajaran bagi seluruh umat muslim yang menjelaskan tentang norma, aturan atau hukum, dan nilai-nilai yang mengatur segala aktifitas manusia termasuk dalam kegiatan bisnis (Ariyadi, 2018).

Setiap pelaku bisnis syariah memiliki aturan-aturan atau etika yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan karena manusia tidak hanya hidup sendiri melainkan sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dan memiliki pertanggung jawaban yang akan dia ajukan kepada Allah S.W.T. Prinsip-prinsip etika bisnis syariah yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadits yang telah diterapkan oleh Rasulullah saat menjalankan bisnisnya. Menurut Yusuf Qardhawi etika diterapkan pada kegiatan ekonomi yang dilakukan. Qardhawi berpendapat jika ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) saling berkaitan karena akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan yang Islami. Tanpa adanya akhlak dalam bisnis, manusia akan semena-mena dalam menjalankan bisnis tanpa melihat halal dan haram. Berikut adalah etika bisnis menurut Qardhawi sesuai dengan bidang ekonomi. Prinsip etika bisnis menurut Qardhawi adalah salah satu prinsip yang dapat menjadi rujukan bagi pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya. Selain Qardhawi masih banyak lagi prinsip etika bisnis yang dijelaskan oleh para ahli ekonomi Islam. Dengan begitu banyak prinsip etika bisnis syariah yang ada dapat di peroleh

- Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara umum. Etika bisnis Islam ini bertujuan agar setiap kegiatan ekonomi yang dijalankan dapat menyelamatkan sumber daya alam dari penggunaan yang dieksploitasi (Ariyadi, 2018).

Secara umum prinsip etika bisnis Islam dapat dilihat dari kesatuan ASIFAT yaitu: Akidah (ketaatan kepada Allah S.W.T), Shiddiq (benar), Fathanah (cerdas), Amanah (jujur atau terpercaya) dan Tabligh (komunikatif). Selain itu, tidak melakukan praktik yang bertentangan dengan syariah. Etika bisnis Islam bertujuan agar setiap kegiatan bisnis yang dijalankan sesuai dengan syariah Islam untuk keselamatan kehidupan dunia dan akhirat. Prinsip etika bisnis syariah dapat dijelaskan sebagai berikut (Agustin, 2017):

1. Akidah

Dalam kegiatan bisnis akidah adalah alat bagi umat Islam untuk menjaga perilakunya dalam berbisnis. Dengan adanya penyerahan diri kepada Allah S.W.T maka pelaku bisnis akan selalu menjaga perbuatannya dari hal-hal yang dilarang oleh syariah. Akidah ini muncul tiga asas pokok yang dipegang oleh pelaku bisnis syariah, yaitu:

- a. Allah S.W.T adalah pemilik dunia dan seluruh isinya dan hanya Allah yang dapat mengatur semuanya menurut apa yang Dia kehendaki. Dalam hal harta, manusia adalah pemegang amanah titipan dari Allah atas mengelola harta yang sebenarnya sepenuhnya dimiliki oleh Allah.
- b. Allah adalah pencipta seluruh makhluk hidup dan semua makhluk hanya tunduk dan patuh kepada-Nya.
- c. Iman kepada hari kiamat. Keimanan pada datangnya hari kiamat akan membuat perilaku bisnis orang muslim berjalan sesuai dengan syariat karena semua perilaku bisnis yang dilakukan didunia akan dipertanggung jawabkan di hari akhir nanti.

2. Shiddiq

Wirausahawan muslim haruslah memiliki sifat shiddiq atau benar yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Dengan sifat shiddiq usahawan muslim akan bertanggung jawab atas segala yang dia lakukan dalam hal muamalahnya. Bertanggung jawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan hak-hak Allah dengan tidak melupakan kewajiban sebagai makhluk sosial dan makhluk ciptaan Allah S.W.T. Tanggung jawab di agama islam memiliki aspek fundamentalis yakni:

- a. Status khalifah manusia di muka bumi menyatu dengan tanggung jawab. Seorang khalifah yang baik selalu melakukan perbuatan baik kepada sesamanya. Berbuat baik dilakukan dengan membantu orang miskin dengan merelakan sebagian harta yang dia cintai. Membantu orang miskin dengan memberikan sebagian harta adalah tanggung jawab khalifah yang baik.
- b. Tanggung jawab khalifah dilakukan dengan sukarela tanpa adanya pemaksaan. Jika konsep ini dilakukan dalam bisnis maka wirausaha muslim akan berbisnis dengan cara yang halal, dimana cara pengelolaan dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil, dan mempunyai manfaat sosial berupa manfaat optimal bagi semua komponen masyarakat yang menikmati dan terlibat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan. Penerapan perilaku ini tidak akan membawa kerugian pada pihak lain karena pelaku usaha dengan menjunjung tinggi akhlak yang sesuai syariah islam akan senantiasa mengerti akan keharusannya untuk membantu dan menghormati orang lain.

3 *Fathanah*

Fathanah pada umumnya diartikan sebagai kecerdasan, kemahiran, atau penguasaan terhadap bidang tertentu. Padahal makna fathanah merujuk pada dimensi mental yang sangat mendasar dan menyeluruh, sehingga dapat diartikan bahwa fathanah merupakan kecerdasan intelektual, emosional, dan terutama spiritual. Seseorang yang memiliki sikap fathanah tidak saja menguasai bidangnya, tetapi memiliki keteguhan hati yang kuat. Keputusan-keputusannya menunjukkan seorang professional yang didasarkan sikap akhlak seperti akhlak rasulullah. Seorang yang fathanah tidak hanya cerdas, tetapi juga memiliki kebijaksanaan atau kearifan dalam berpikir dan bertindak. Selain itu, sifat fathanah mampu menempatkan dirinya sebagai figur teladan karena keahlian dan kepribadiannya yang mampu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menumbuhkan situasi yang mententramkan. *Fathanah* meliputi dua bagian terdiri dari:

- a. *Fathanah* dalam hal manajemen usaha bisnis yang berkaitan dengan aktivitas pencatatan atau pembukuan secara rapi agar tetap bisa menjaga amanah dan sifat shiddiqnya.
- b. *Fathanah* dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta. Dalam hal *fathanah* ini Rasulullah mencontohkan tidak mengambil untung yang terlalu tinggi dibanding dengan pedagang lainnya. Sehingga barang beliau cepat terjual. Dengan demikian, *fathanah* disini berkaitan dengan strategi pemasaran dalam kiat membangun citra yang meliputi: penampilan, pelayanan, persuasi, dan pemuasan. Dengan demikian, sikap *fathanah* ini sangat penting bagi pebisnis, karena sikap *fathanah* ini berkaitan dengan pemasaran.

4. Amanah atau Jujur

Jujur adalah kesamaan antara berita yang disampaikan dengan fakta atau fenomena yang ada. Disamping itu, juga kejujuran dalam berperilaku dalam usaha bisnis sesuai dengan yang dipraktikkan Rasulullah. Kejujuran tersebut dapat terlihat pada Rasulullah yang merupakan seorang guru *entrepreneur* sukses dan profesional yang selalu mengutamakan kejujuran dalam hubungan transaksinya dengan semua pelanggannya. Dalam bisnis syariah jujur adalah nilai terpenting dalam transaksi sebuah bisnis. Pelaku bisnis yang jujur akan menjaga timbangannya, mengatakan yang baik dan buruknya barang yang dia jual. Dari hubungan jual beli yang didasari oleh kejujuran akan muncul kepercayaan di antara penjual dan pembeli atau antara penyedia jasa dan pengguna jasa. Kepercayaan inilah salah satu menjadikan bisnis yang dilakukan sesuai dengan syariah Islam yang merupakan hal paling mendasar dari semua hubungan dan transaksi kegiatan bisnis.

5. *Tabligh*

Karakteristik pedagang yang baik dalam Islam yang terakhir yaitu *tabligh*. Salah satu peranan dari sikap *tabligh* yang merupakan salah satu sifat akhlaqul karimah dari Rasulullah yaitu menyampaikan kebenaran melalui suri

teladan dan perasaan cinta yang mendalam. Kemampuan berkomunikasi dalam kata tabligh menunjukkan proses menyampaikan sesuatu untuk memengaruhi orang lain melalui perkataan yang baik. Dalam praktiknya, tidak menutup kemungkinan bila usaha bisnis memberikan informasi yang akan menyesatkan konsumennya dengan maksud untuk mendapatkan sesuatu yang pada akhirnya merugikan konsumennya. Disinilah pentingnya kecerdasan spiritual bagi setiap usaha bisnis di dalam melakukan seluruh aktivitasnya, sehingga dapat mengendalikan dan menjauhi segala perbuatan yang melanggar syariah islam.

6. Tidak melakukan praktik bisnis bertentangan dengan syariah

Praktek mal bisnis adalah praktek-praktek bisnis yang tidak terpuji karena merugikan pihak lain dan melanggar hukum yang ada. Perilaku yang ada dalam praktek bisnis mal sangat bertentangan dengan nilai-nilai yang ada dalam Al-Qur'an. Jenis praktek mal bisnis antara lain:

a. Produk yang dijual halal

Barang atau jasa yang dijual haruslah halal lagi bermanfaat bagi orang lain. Barang yang boleh diperjual belikan adalah suci dari najis, berguna, dan halal. Selain itu bisnis dalam bidang jasa diperbolehkan jika dalam jasa yang diberikan tidak merugikan orang lain dan sifatnya membantu dalam hal kebaikan. Misalnya usaha bengkel motor untuk membantu memperbaiki motor rusak yang dibutuhkan orang lain.

b. *Gharar*

Jual beli gharar adalah jual beli barang yang masih samar-samar. Gharar adalah salah satu jual beli yang mengandung unsur penipuan karena dalam akadnya transaksi yang dilakukan belum jelas. Benda yang dijual-belian belum jelas wujudnya, misalnya menjual buah-buahan yang belum masak yang masih menunggu masa panen

c. Tidak menipu (*al-Gabn dan Tadlis*)

Gabn adalah harga yang ditetapkan jauh dari rata-rata yang ada, baik lebih rendah atau lebih tinggi. Sedangkan Tadlis adalah penipuan dengan menutupi kecacatan sebuah barang yang akan dijual saat transaksi terjadi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penipuan yang dilakukan seorang penjual dapat merugikan dirinya sendiri dan juga orang lain. Transaksi ini bertentangan dengan syariah islam karena ini merupakan bentuk ketidakjujuran dalam berbisnis sehingga sangat merugikan pihak orang lain.

d. Riba

Riba jual beli yaitu riba fadlal yaitu kelebihan yang diperoleh dalam transaksi tukar-menukar barang. Riba berkaitan juga dengan penetapan harga barang, jika penjual menetapkan harga yang sangat tinggi maka tentunya pembeli tidak akan rela untuk membayar harga barang tersebut. Jadi dalam penentuan harga harus ada kesepakatan antara penjual dan pembeli yang dilakuakn secara baik dan atas dasar suka sama suka. Penentuan harga seorang penjualharus tetap menghormati pembeli dengan memberkan sikap toleran dan harga yang wajar. Selain itu juga, riba terjadi pada meminjam uang di mana menetapkan adanya tambahan dari pinjaman yang diberikan.

e. *Ihtikar*

Ihtikar atau menimbun barang untuk harapan mendapatkan harga yang tinggi dikemudian hari. Ihtikar tidak diperbolehkan karena akan mengakibatkan kerugian bagi banyak orang. Penimbunan, membekukan, menahan, dan menjatuhkannya dari peredaran akan menyebabkan susahnya pengendalian pasar. Menumpuk sesuatu barang dengan berharap suatu saat dapat dijual dengan harta lebih tinggi tidak diperbolehkan. Menjual barang dengan harga lebih tinggi saat barang tersebut mengalami kelangkaan sama saja mezalimi orang lain dengan menahan barang yang dibutuhkan orang tersebut.

f. Mengurangi timbangan atau takaran

Perdagangan tidak terlepas dari melakukan timbangan atau takaran sebagai alat penjualan. Kecurangan dalam hal timbangan dan takaran dilakukan untuk mendapat keuntungan dengan cara cepat dan mudah. Perilaku mengurangi timbangan ini termasuk dalam penipuan karena mengurangi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hak orang lain. Kecurangan yang dilakukan dengan mengurangi timbangan adalah hal yang tidak jujur dalam praktik bisnis.

Etika bisnis syariah memberikan jaminan, baik kepada pelaku bisnis tersebut maupun pembeli atau pelanggan, masing-masing akan mendapat keuntungan sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan (Ariyadi, 2018).

2.1.3 Bentuk Bisnis Syariah

Istilah bisnis dapat dilihat dari berbagai aspek, antara lain: jenis kegiatannya, kegunaan dan manfaatnya, motif dilaksanakannya, dan siapa pelakunya. Dilihat dari jenis kegiatannya bisnis dibedakan menjadi empat, yaitu (Ariyadi, 2018):

1. Bisnis yang bergerak dalam pertambangan bisnis ini disebut dengan bisnis eksekutif.
2. Bisnis agraris atau bisnis yang berkaitan dengan bercocok tanam atau dibidang pertanian.
3. Bisnis industri.
4. Bisnis yang bergerak dibidang jasa.

Bisnis yang dilihat dari sisi kegunaan dan manfaatnya dibagi menjadi empat yaitu (Ariyadi, 2018):

- a. Bentuk barang yang diubah dari mentah ke benda yang telah jadi
- b. Kegunaan tempat
- c. Kegunaan waktu
- d. Kegunaan kepemilikan

Perdagangan (bisnis) sebagai alat pertukaran dapat dilihat dari masa dan objeknya. Dari segi masanya pertukaran itu terdiri dari tunai dan tangguh. Adapun dari objeknya pertukaran terdiri dari aset riil, yaitu barang, manfaat dan kegunaan, dan aset keuangan yaitu uang dan sekuritas (Ariyadi, 2018):

1. Pertukaran barang dengan barang

Pertukaran seperti ini biasanya terjadi pada barter. Dalam pertukaran ini dilakukan dalam kualitas yang sama, jumlah yang sama serta diserahkan secara tunai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pertukaran barang dengan pembayaran.
Pertukaran seperti ini dilakukan paling lazim dalam aktivitas bisnis.
Pembayarannya bisa dilakukan secara tunai ataupun terutang.

Dari segi kepemilikan organisasi, bisnis syariah dilakukan ada dua cara yaitu (Ariyadi, 2018):

- a. Pemilik Tunggal (non bagi hasil)

Bentuk bisnis ini paling sederhana yang dimiliki oleh seseorang atau keluarga dan dijalankan sendiri, yaitu:

- 1) *Murabahah*

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

- 2) *Salam*

Salam merupakan bentuk jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang dikemudian hari, dengan harga, spesifikasi, jumlah kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.

- 3) *Istisna*

Istishna adalah memesan kepada perusahaan untuk memproduksi barang atau komoditas tertentu untuk pembeli atau pemesan. *Istishna* biasanya diaplikasikan untuk industri dan manufaktur.

- 4) *Ijarah*

Ijarah biasa disebut sewa, jasa atau imbalan. Merupakan suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian, jadi hakikat *ijarah* adalah penjualan manfaat.

- 5) *Ijarah wa iqtina*

Ijarah wa iqtina adalah transaksi sewa beli dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa diakhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan objek sewa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6) *Ujr*

Ujr adalah imbalan yang diberikan atau yang diminta atas suatu pekerjaan yang dilakukan. Akad *ujr* diaplikasikan dalam produk-produk jasa keuangan bank syariah.

7) *Sharf*

Sharf adalah jual beli suatu valuta dengan valuta lain. Produk jasa perbankan yang menggunakan *sharf* ini adalah fasilitas penukaran uang.

b. Kerja Sama (bagi hasil)

Adalah hubungan antara dua orang atau lebih dalam menjalankan sebuah bisnis, mendistribusikan keuntungan atau kerugian dengan seluruh atau salah satu dari mereka menanggungnya. Bentuk-bentuk kerjasama dalam bisnis syariah yaitu:

1) *Mudharabah*

Mudharabah adalah persetujuan kongsi antara harta dari salah satu pihak dengan kerja dari pihak lain, berupa penyerahan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapat persentase keuntungan.

2) *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad dimana pihak-pihak yang bertransaksi saling mencampurkan asetnya (barang dan uang) menjadi satu kesatuan, dan kemudian menanggung resiko bersama-sama untuk mendapatkan keuntungan.

3) *Muzara'ah*

Muzara'ah adalah mengerjakan tanah orang lain seperti sawah, ladang dengan imbalan sebagian hasilnya (seperdua, sepertiga atau seperempat). Sedangkan biaya pengerjaan dan benihnya ditanggung pemilik tanah kemudian pembagian hasil dari tanaman pertanian itu dibagi sesuai kesepakatan.

4) *Musaqah*

Musaqah adalah bentuk kerja sama dimana pemilik tanah memberikan pohon atau tanaman kepada petani untuk dikelola atau disirami,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sementara pembagian hasilnya sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

5) *Mukharabah*

Mukhabarah adalah mengerjakan tanah orang lain seperti sawah, ladang dengan imbalan sebagian hasilnya (seperdua, sepertiga atau seperempat). Sedangkan biaya pengerjaan dan benihnya ditanggung oleh petani, kemudian pembagian hasil dari tanaman pertanian itu dibagi sesuai kesepakatan.

2.2 Pengertian Label Halal

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan motor kode dari Menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksaan halal yang dibentuk oleh MUI, fatwa halal dari MUI, sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah. Adapun bentuk logo halal yang didukung oleh sertifikat halal dan mana yang tidak. Logo halal yang didukung oleh sertifikat MUI yaitu (Alfian dan Marpaung, 2017):



Gambar 2.1 Logo Label Halal MUI
(Sumber: Alfian dan Marpaung, 2017)

Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi produk akan membuat seseorang melakukan keputusan pembelian. Menurut Fatmasari Sukesti dalam penelitiannya menyatakan bahwa label halal berpengaruh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

signifikan terhadap keputusan pembelian di Indonesia. Faktor agama atau agama yang dianut oleh orang-orang yang faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Alfian dan Marpaung, 2017).

2.3 Pengertian *Benchmarking*

Terdapat berbagai definisi mengenai *benchmarking* (patok duga) oleh beberapa para ahli, di antaranya sebagai berikut (Lubis, 2016):

1. Gregory H. Watson mendefinisikan patok duga sebagai pencarian secara berkesinambungan dan penerapan secara nyata praktik-praktik yang lebih baik yang mengarah pada kinerja kompetitif yang unggul.
2. Goetsch dan Davis mendefinisikan patok duga sebagai proses perbandingan dan pengukuran operasi atau proses internal organisasi terhadap mereka yang terbaik dalam kelasnya, baik dari dalam maupun dari luar industri.
3. Menurut Nisjar dan Winardi di dalam Tjuju menyatakan bahwa *benchmarking* dapat dirumuskan sebagai aktivitas *imitation with modification*, dimana di dalam istilah *modification* sudah terkandung makna *improvement*.
4. Prim Masrokan mendefinisikan *benchmarking* merupakan kegiatan untuk menetapkan standar, baik proses maupun hasil yang akan dicapai dalam suatu periode tertentu. Untuk kepentingan praktis, standar tersebut direfleksikan dari realitas yang ada.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan patok duga (*benchmarking*) adalah untuk menemukan kunci atau rahasia sukses dari sebuah lembaga pendidikan lain, lalu diadaptasi, diseleksi, dan diperbaiki untuk diterapkan pada lembaga pendidikan yang melaksanakan patok duga (*benchmarking*) tersebut (Lubis, 2016).

Strategi *benchmarking* ini pada mulanya digunakan dalam bidang bisnis saja dalam mengukur kinerja suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang lebih maju. Sebagai yang dijelaskan oleh *Design Steering Commite* dari *International Benchmarking Clearinghouse (IBC)* yang menyatakan bahwa *Benchmarking* merupakan proses pengukuran yang sistematis dan berkesinambungan; proses mengukur dan membandingkan secara sinambung atas proses-proses bisnis suatu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi dengan tokoh-tokoh bisnis manapun di seluruh dunia, untuk mendapatkan informasi yang akan membantu upaya organisasi tersebut memperbaiki kinerjanya (Lubis, 2016).

Isu-isu yang dibahas dalam studi *benchmarking* ini biasanya meliputi; bagaimana membangun kompetensi yang mampu menunjang keunggulan kompetitif sebuah perusahaan, bagaimana mengembangkan inovasi-inovasi, dan bagaimana mempersiapkan perusahaan dalam menghadapi perubahan di masa yang akan datang (Lubis, 2016).

2.3.1 Jenis-Jenis *Benchmarking*

Benchmarking yang sebenarnya akan mendorong kita untuk melihat jauh ke dalam proses-proses di pesaing kita (atau sejawat kita) yang sejenis, yang barangkali diimplementasikan dengan lebih baik dan terbukti memberikan kualitas hasil atau keluaran yang lebih baik. Juga *benchmarking* ini dapat membantu untuk mendapatkan jalan pintas untuk mencapai tujuan (target), dengan meniru maka banyak hal dapat dihemat, antara lain kita dapat lebih mempersingkat proses pembelajaran (*learning process*), mengurangi kemungkinan kegagalan karena bisa belajar dari kegagalan dan kesalahan orang lain (Lubis, 2016).

Dalam pelaksanaan *Benchmarking* ini sebenarnya adalah proses membandingkan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya sehingga akan diperoleh informasi dan data mengenai aktifitas perusahaan hingga kelebihan dan kekurangan dari setiap perusahaan yang dibandingkan, dengan demikian akan diperoleh gambaran strategi bisnis yang akan diterapkan dalam usaha yang kita laksanakan (Lubis, 2016).

Sedangkan macam-macam *Benchmarking* itu sendiri adalah sebagai berikut (Lubis, 2016):

1. *Benchmarking Internal*, yaitu dengan membandingkan operasi suatu bagian dengan bagian internal lainnya dalam suatu organisasi.
2. *Benchmarking kompetitif* adalah dengan mengadakan perbandingan dengan berbagai pesaing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. *Benchmarking* Fungsional ialah dengan mengadakan perbandingan fungsi atau proses dari perusahaan-perusahaan yang berada di berbagai industri

4. *Benchmarking Generik* adalah dengan proses bisnis fundamental yang cenderung sama di setiap industri.

Untuk melakukan *Benchmarking*, maka dapat dilakukan dengan empat cara sebagai berikut (Lubis, 2016):

- Riset *in-house*, melakukan penilaian terhadap informasi dalam perusahaan sendiri maupun informasi yang ada di publik
- Riset Pihak Ketiga, membiayai kegiatan *benchmarking* yang akan dilakukan oleh perusahaan surveyor
- Pertukaran Langsung, pertukaran informasi secara langsung dapat dilakukan melalui kuesioner, survei melalui telepon, dll
- Kunjungan Langsung, melakukan kunjungan ke lokasi mitra *benchmarking* (cara ini dianggap yang paling efektif)

2.4 Pengertian Strategi

Menurut David (2009) strategi merupakan cara untuk mencapai sasaran jangka panjang. Strategi bisnis dapat termasuk perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi dan usaha patungan. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang dan berorientasi ke masa depan. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan.

Chandler dalam Rangkuti (1997) menyatakan bahwa strategi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut Rangkuti (1997) menambahkan beberapa konsep tersebut, yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1 Kompetisi berbeda (*Distinctive Competence*)

Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, agar melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Dua faktor terdiri dari, pertama keahlian tenaga kerja dan kedua kemampuan sumber daya. Kedua faktor tersebut yang menyebabkan perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

2 Kompetisi Menguntungkan (*Competitive Advantage*)

Kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan bisnis memiliki beberapa tipe strategi yang dilaksanakan dalam proses manajemen strategi.

2.4.1 Tipe-tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tipe strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis, yaitu (Rangkuti, 1997):

1. Strategi Manajemen adalah strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi pengembangan pasar dan sebagainya.
2. Strategi Investasi adalah kegiatan berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru dan sebagainya.
3. Strategi Bisnis adalah strategi yang berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

2.4.2 Definisi Manajemen Strategi

David (2009) menyatakan, manajemen strategis adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tuannya. Manajemen strategi memadukan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.

Manajemen strategis merupakan metode untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Keunggulan kompetitif dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dilakukan dengan sangat baik oleh sebuah perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya, hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif. Memiliki dan menjaga keunggulan kompetitif sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang dari suatu organisasi. Mengejar keunggulan kompetitif akan mengarah kepada kesuksesan atau kegagalan organisasi (David, 2009).

Umumnya, sebuah perusahaan mampu untuk mempertahankan keunggulan kompetitif hanya untuk periode tertentu karena ditiru pesaing dan melemahnya keunggulan tersebut. Sebuah perusahaan tidaklah cukup untuk memiliki keunggulan kompetitif. Perusahaan harus berusaha untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) yaitu (David, 2009):

1. Secara terus menerus beradaptasi dengan tren dan kejadian eksternal serta kemampuan, kompetensi dan sumber daya internal
2. Secara efektif memformulasikan, mengimplementasi dan mengevaluasi strategi yang mengambil keuntungan dari faktor-faktor tersebut.

2.4.3 Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi adalah alur dimana penyusun strategi akan menentukan sasaran dan menyusun keputusan strategi. Menurut David (2009), proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap yaitu tahap perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Proses manajemen strategi dapat dipelajari dan diterapkan dengan menggunakan sebuah model, dimana setiap model menggambarkan semacam proses. Proses manajemen strategi bersifat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

damis dan berkelanjutan. Suatu perubahan dalam salah satu komponen utama dalam model, dapat memaksa perubahan dalam salah satu atau semua komponen yang lain (David, 2009).

2.4.5 Formulasi Strategi

Formula strategi adalah menentukan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan pencapaian tujuan. Tahap formulasi strategi terdiri dari (David, 2009):

1. Pernyataan Visi, Misi dan Tujuan

Pernyataan visi yang dimiliki perusahaan merupakan suatu cita-cita tentang keadaan di masa datang yang diinginkan untuk terwujud oleh seluruh personel perusahaan, mulai dari jenjang yang paling atas sampai yang paling bawah.

Visi merupakan cita-cita masa depan yang ada dalam benak pendiri yang kira-kira mewakili seluruh anggota perusahaan. Pernyataan misi adalah pernyataan jangka panjang mengenai tujuan yang membedakan sebuah bisnis dari perusahaan lain yang serupa. Sebuah pernyataan misi mengidentifikasi cakupan dari operasi perusahaan dalam istilah produk dan jasa. Suatu pernyataan misi secara luas menggambarkan arah suatu organisasi di masa depan. Tujuan didefinisikan sebagai hasil tertentu yang berusaha dicapai oleh sebuah organisasi dalam mendukung pokoknya.

2. Analisis Lingkungan *Eksternal*

Analisis lingkungan eksternal terdiri dari variabel-variabel (peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek dalam manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk keadaan dimana organisasi ini hidup. Analisis lingkungan eksternal menekankan pada pengenalan dan mengevaluasi kecenderungan pada peristiwa yang di luar kendali sebuah perusahaan. Analisis lingkungan eksternal mengungkapkan peluang kunci dan ancaman yang dihadapi suatu organisasi, sehingga manajer dapat merumuskan strategi untuk memanfaatkan peluang dan menghindari atau mengurangi dampak ancaman. Tujuan analisis lingkungan eksternal adalah untuk mengembangkan daftar terbatas peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dan ancaman yang harus dihindari.

Analisis lingkungan *eksternal* tidak bertujuan mengembangkan daftar panjang dan lengkap dari setiap faktor kemungkinan yang dapat mempengaruhi bisnis, sebaliknya ia ditujukan untuk mengenali variabel kunci yang menawarkan respon yang dapat dilakukan. Perusahaan harus mampu menjawab baik dengan menyerang maupun bertahan terhadap faktor-faktor dengan merumuskan strategi yang memanfaatkan peluang eksternal atau meminimalkan ancaman dampak potensial

Menurut David (2009), kekuatan eksternal dibagi menjadi lima kategori besar, yaitu:

a. Kekuatan Ekonomi

Kondisi ekonomi suatu daerah atau negara dapat mempengaruhi iklim bisnis suatu perusahaan. Semakin buruk kondisi ekonomi, semakin buruk pula iklim berbisnis. Oleh karena itu, pemerintah dan seluruh lapisan masyarakat hendaknya bersama-sama mempertahankan bahkan meningkatkan kondisi ekonomi daerahnya menjadi lebih baik lagi, agar perusahaan dapat bergerak maju dalam usahanya. Faktor ekonomi memiliki dampak langsung terhadap daya tarik potensial dari berbagai macam strategi.

b. Kekuatan Sosial, Budaya dan Demografi

Perubahan sosial, budaya, demografi dan lingkungan praktis mempunyai dampak besar pada semua produk, jasa, pasar dan konsumen. Organisasi kecil, besar, mencari laba dan niralaba di semua industri dikejutkan serta ditantang oleh peluang dan ancaman yang muncul dari perubahan dalam variabel sosial, budaya, demografi maupun lingkungan.

c. Kekuatan Politik, Pemerintah dan Hukum

Faktor-faktor politik, pemerintahan, dan hukum dapat mempresentasikan peluang atau ancaman utama baik bagi organisasi kecil maupun besar.

d. Kekuatan Teknologi

Kekuatan teknologi menggambarkan peluang dan ancaman utama yang harus dipertimbangkan dalam merumuskan strategi. Kemajuan teknologi secara dramatis dapat mempengaruhi produk, jasa, pasar, pemasok,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

distributor, pesaing, pelanggan, proses manufaktur, praktek pemasaran dan posisi bersaing. Kemajuan teknologi dapat menciptakan pasar baru, menghasilkan perkembangan produk baru dan lebih baik, mengubah posisi biaya bersaing relatif dalam suatu industry dan membuat produk serta jasa yang sudah ada ketinggalan zaman. Perubahan teknologi dapat mengurangi atau menghilangkan hambatan biaya antara bisnis, menciptakan rangkaian produksi yang lebih pendek, menciptakan kekurangan keterampilan teknis dan menghasilkan perubahan nilai serta harapan karyawan, manajer dan pelanggan. Kemajuan teknologi dapat menciptakan keunggulan bersaing yang lebih berdaya guna dibandingkan keunggulan yang sudah ada.

e. Kekuatan Pesaing

Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing penting bagi perumusan strategi yang berhasil. Mengidentifikasi pesaing utama tidak selalu mudah karena banyak perusahaan memiliki divisi-divisi yang bersaing di industry yang berbeda. Persaingan antar perusahaan yang sudah ada sangat ketat, pesaing-pesaing baru bisa masuk ke industry dengan relatif mudah, dan baik pemasok maupun konsumen dapat memiliki daya tawar yang sangat besar.

Menurut Porter, hakikat persaingan di suatu industry tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan:

- 1) Persaingan antar perusahaan sejenis
- 2) Potensi masuknya pesaing baru
- 3) Potensi pengembangan produk-produk pengganti
- 4) Daya tawar pemasok
- 5) Daya tawar konsumen

3. Analisis Lingkungan *Internal*

Analisis lingkungan *internal* terdiri dari variabel-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada di dalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk suasana dimana pekerjaan dilakukan (David, 2009).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam berbagai bidang fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua bidang. Kekuatan suatu perusahaan yang tidak dapat dengan mudah ditandingi atau ditiru oleh pesaing disebut kompetensi pembeda (David, 2009).

Pendekatan fungsional diperlukan untuk menganalisis lingkungan internal perusahaan. Menurut David (2009), bidang fungsional yang menjadi variable dalam analisis internal adalah :

a. Manajemen

Manajemen merupakan suatu tingkatan pengaturan organisasi yang mencakup sistem pemasaran, produksi, pengolahan sumberdaya manusia dan keuangan. Fungsi manajemen terdiri atas lima aktivitas dasar, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penunjukan staf dan pengendalian.

b. Pemasaran

Pemasaran adalah proses menetapkan, mengantisipasi, menciptakan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan akan produk dan jasa. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sebaik mungkin, sehingga produk atau jasa itu sesuai dengan keinginan pelanggan. Ada tujuh fungsi pemasaran, yaitu analisis pelanggan, penjualan produk atau jasa, perencanaan produk dan jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang. Pemahaman terhadap fungsi pemasaran dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pemasaran.

c. Keuangan

Kondisi keuangan sering dianggap sebagai ukuran tunggal terbaik dari posisi bersaing perusahaan dan daya tarik keseluruhan bagi investor. Menetapkan kekuatan keuangan organisasi dan kelemahan amat penting untuk merumuskan strategi secara efektif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Produksi atau Operasi

Fungsi produksi atau operasi dari suatu usaha terdiri dari semua aktivitas yang mengubah masukan menjadi barang dan jasa. Manajemen produksi atau operasi menangani masukan, perubahan dan keluaran yang bervariasi antara industri dan pasar. Manajemen produksi atau operasi terdiri dari lima fungsi atau bidang keputusan, yaitu proses, kapasitas, persediaan, tenaga kerja dan kualitas. Kekuatan dan kelemahan dalam lima fungsi produksi tersebut dapat berarti sukses atau gagal dari suatu usaha.

2.5 Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan, diantaranya manajemen, pemasaran, keuangan, kegiatan produksi atau operasi (David, 2009).

Tahapan-tahapan dalam menyusun matriks IFE sebagai berikut (David, 2009):

1. Buat daftar faktor-faktor internal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit internal. Masukkan 10-20 faktor internal, termasuk kekuatan maupun kelemahan organisasi. Daftar terlebih dulu kekuatannya, kemudian kelemahannya. Buat spesifik mungkin dengan menggunakan presentase, rasio, dan angka-angka perbandingan.
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relative faktor tersebut bagi keberhasilan industry perusahaan. Terlepas dari apakah faktor utama itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja oragnisasional harus diberi bobot tertinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2), kuat (peringkat = 3), atau sangat kuat (peringkat = 4). Perhatikan bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kekuatan harus mendapat peringkat 3 dan 4 dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan rating (peringkatnya) untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variable.
5. Jumlahkan skor bobot masing-masing variabel untuk memperoleh skor bobot total organisasi.

2.6 Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

Evaluasi faktor eksternal (*External Factor Evaluation*-EFE) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Data eksternal digunakan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, persaingan di pasar industri dimana perusahaan berada, serta data eksternal relevan lainnya. Pada matriks analisis EFE dikembangkan daftar peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang harus dihindari (David, 2009).

Tahapan-tahapan dalam menyusun matriks EFE sebagai berikut (David, 2009):

1. Buat daftar faktor-faktor internal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit eksternal. Masukkan 10-20 faktor eksternal, termasuk peluang maupun ancaman organisasi. Daftar terlebih dulu peluangnya, kemudian ancamannya. Buat spesifik mungkin dengan menggunakan presentase, rasio, dan angka-angka perbandingan.
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relative faktor tersebut bagi keberhasilan industry perusahaan. Faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja oragnisasional harus diberi bobot tertinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2), kuat (peringkat = 3), atau sangat kuat (peringkat = 4). Perhatikan bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

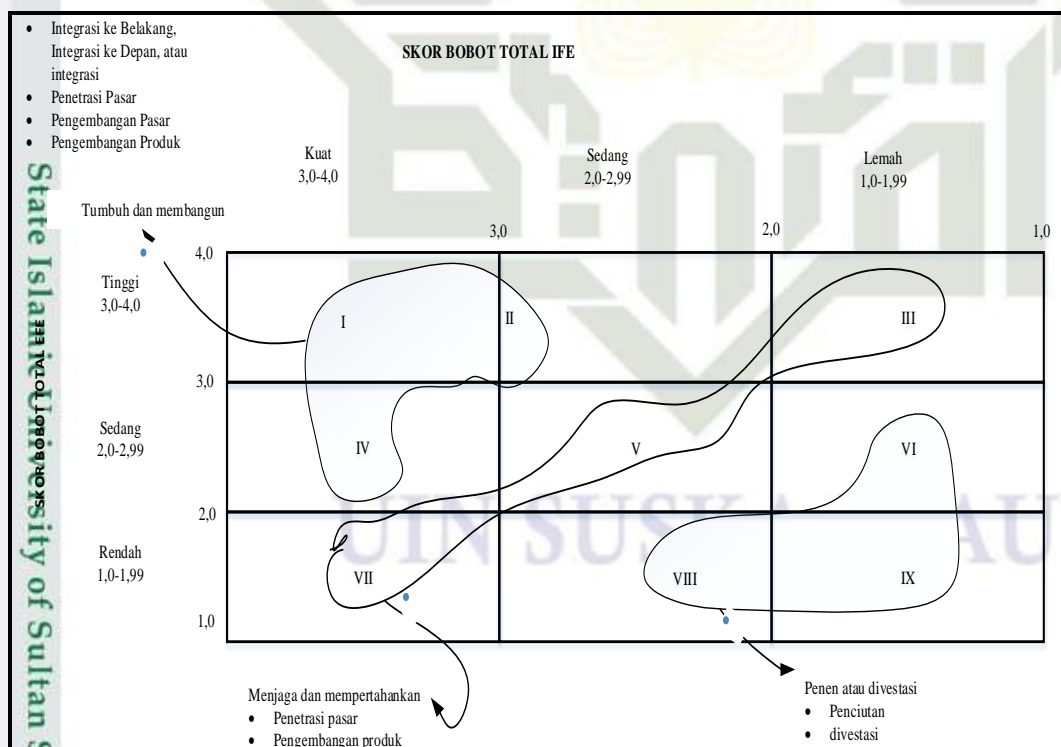
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kekuatan harus mendapat peringkat 3 dan 4 dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan rating (peringkatnya) untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
5. Jumlahkan skor bobot masing-masing variabel untuk memperoleh skor bobot total organisasi

2.7 Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks Internal Eksternal (IE) merupakan analisis yang akan digunakan untuk memetakan posisi perusahaan. Parameter yang digunakan dalam matriks IE yaitu kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta pengaruh eksternal yang dihadapi perusahaan. Setelah mengetahui total skor bobot dari faktor internal (skor matriks IFE) dan total skor bobot faktor eksternal (skor matriks EFE), maka dengan bantuan matriks IE akan dapat diketahui posisi internal dan eksternal perusahaan sekaligus alternatif strategi yang dapat dikembangkan (David, 2009).



Gambar 2.2 Matriks Internal-Eksternal (Sumber : David, 2009)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yang mempunyai implikasi strategi yang berbeda-beda, yaitu (David, 2009):

1. Sel I, II, atau IV

Dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk) atau integratif (intergrasi kebelakang, integrasi kedepan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi paling tepat bagi divisi-divisi ini.

2. Sel III, V atau VII

Dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (*Hold and maintain*) penetrasi pasar, dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini.

3. Sel VI, VIII atau IX

Panen atau divestasi (*harvest or divest*) Perusahaan dapat melakukan strategi likuidasi, divestasi, dan pengurangan usaha.

2.8 Matrik SWOT

Matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi (Rangkuti, 1997).

Terdapat delapan langkah dalam membuat matriks SWOT yaitu (David, 2009):

1. Buat daftar peluang-peluang eksternal utama perusahaan

2. Buat daftar ancaman-ancaman eksternal utama perusahaan

3. Buat daftar kekuatan-kekuatan internal utama perusahaan

4. Buat daftar kelemahan-kelemahan internal perusahaan

5. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi SO

6. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi WO

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi ST
8. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi WT

Tabel 2.2 Format Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) • Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) • Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) • Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) • Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber: Rangkuti, 1997)

1. Strategi SO
 Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST
 Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO
 Strategi ini di terapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT
 Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9 Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process merupakan suatu metode pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki. Menurut Saaty (1993), hierarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multilevel dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya hingga level terakhir dari alternatif (Munthafa dan Mubarak, 2017).

Analytical Hierarchy Process digunakan sebagai metode pemecahan masalah dibanding dengan metode yang lain karena alasan-alasan berikut (Munthafa dan Mubarak, 2017):

1. Struktur yang berhierarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada sub kriteria yang paling dalam.
2. Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi sebagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan.
3. Memperhitungkan daya tahan output analisis sensitivitas pengambilan keputusan.

2.9.1 Kelebihan Metode AHP

Layaknya sebuah metode analisis, AHP pun memiliki kelebihan dan kelemahan dalam sistem analisisnya. Kelebihan-kelebihan analisis ini adalah (Munthafa dan Mubarak, 2017):

1. Kesatuan (*Unity*)

AHP membuat permasalahan yang luas dan tidak terstruktur menjadi suatu model yang fleksibel dan mudah dipahami.

2. Kompleksitas (*Complexity*)

AHP memecahkan permasalahan yang kompleks melalui pendekatan sistem dan pengintegrasian secara deduktif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Saling ketergantungan (*Interdependence*)
AHP dapat digunakan pada elemen-elemen sistem yang saling bebas dan tidak memerlukan hubungan linier.
4. Struktur Hirarki (*Hierarchy Structuring*)
AHP mewakili pemikiran alamiah yang cenderung mengelompokkan elemen sistem ke level-level yang berbeda dari masing-masing level berisi elemen serupa.
5. Pengukuran (*Measurement*)
AHP menyediakan skala pengukuran dan metode untuk mendapatkan prioritas.
6. Sintesis (*Synthesis*)
AHP mengarah pada perkiraan keseluruhan mengenai seberapa diinginkannya masing-masing alternatif.
7. *Trade Off*
AHP mempertimbangkan prioritas relatif faktor-faktor pada sistem sehingga orang mampu memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan mereka.
8. Penilaian dan Konsensus (*Judgement and Consensus*)
AHP tidak mengharuskan adanya suatu consensus, tapi menggabungkan hasil penilaian yang berbeda.
9. Pengulangan Proses (*Process Repetition*)
AHP mampu membuat orang menyaring definisi dari suatu permasalahan dan mengembangkan penilaian serta pengertian mereka melalui proses pengulangan.

2.2 Kelemahan Metode AHP

Adapun kelemahan metode AHP adalah sebagai berikut (Munthafa dan Mubarak, 2017):

1. Ketergantungan model AHP pada input utamanya. Input utama ini berupa persepsi seorang ahli sehingga dalam hal ini melibatkan subyektifitas sang ahli. Selain itu, model menjadi tidak berarti jika ahli tersebut memberikan penilaian yang keliru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

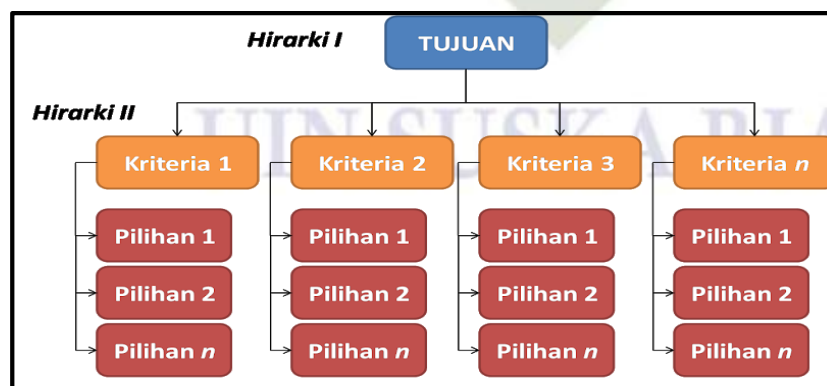
2 Metode AHP ini hanya metode matematis tanpa ada pengujian secara statistik sehingga tidak ada batas kepercayaan dari kebenaran model yang terbentuk.

2.9.3 Tahapan Metode AHP

Terdapat tiga prinsip utama dalam pemecahan masalah dalam AHP menurut Saaty, yaitu: *Decompositiot*, *Comparative Judgement*, dan *Logical Consistency*. Secara garis besar prosedur AHP meliputi tahapan sebagai berikut (Imron, 2019):

1 Dekomposisi masalah

Dekomposisi masalah adalah langkah dimana suatu tujuan (*Goal*) yang telah ditetapkan selanjutnya diuraikan secara sistematis kedalam struktur yang menyusun rangkaian sistem hingga tujuan dapat dicapai secara rasional. Dengan kata lain, satu tujuan (*goal*) yang utuh, didekomposisi (dipecahkan) kedalam unsur penyusunnya. Apabila unsur tersebut merupakan kriteria yang dipilih mencakup semua aspek penting terkait dengan tujuan yang ingin dicapai. Namun kita harus tetap mempertimbangkan agar kriteria yang dipilih benar-benar mempunyai makna bagi pengambilan keputusan dan tidak mempunyai makna atau pengertian yang sama, sehingga walaupun kriteria pilihan hanya sedikit namun mempunyai makna yang besar terhadap tujuan yang ingin dicapai. Setelah kriteria ditetapkan, selanjutnya adalah menentukan alternatif atau pilihan penyelesaian masalah. Sehingga apabila digambarkan kedalam bentuk bagan hierarki seperti ditunjukkan pada Gambar berikut:



Gambar 2.3 Hirarki Metode AHP
 (Sumber: Saaty, 2008 dikutip oleh Imron, 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Penilaian atau pembobotan untuk membandingkan elemen-elemen
 Prosedur penilaian perbandingan berpasangan dalam AHP, mengacu pada skor penilaian yang telah dikembangkan oleh Saaty, sebagai berikut:

Tabel 2.4 Pembobotan Perbandingan

Intensitas Kepentingan	Definisi
1	Kedua elemen atau alternatif sama pentingnya
3	Elemen A sedikit lebih penting dari elemen B
5	Elemen A lebih penting dari elemen B
7	Elemen A sangat lebih penting dari elemen B
9	Elemen A mutlak lebih penting dari elemen B
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua pertimbangan yang berdekatan

(Sumber: Saaty, 2008 dikutip oleh Imron, 2019)

3. Penyusunan matriks dan uji konsistensi;
 a. Menyatukan pendapat dari beberapa kuesioner, jika kuesioner diisi oleh pakar, maka kita akan menyatukan pendapat para pakar dengan menggunakan persamaan rata-rata geometri:

$$GM = \sqrt[n]{(X_1)(X_2).....(X_n)} \quad (2.1)$$

Dimana:

- GM = Geometric Mean
- X1 = Pakar ke-1
- X2 = Pakar ke-2
- Xn = Pakar ke-n

b. Menyusun matriks perbandingan, sebagai berikut:

Tabel 2.5 Matriks Perbandingan

Kriteria/Alternatif	1	2	3	N
1	1	GM12	GM13	GM1N
2	GM21	1	GM23	GM2N
3	GM31	GM32	1	GM3N
4	GM41	GM42	GM43	1

(Sumber: Saaty, 2008 dikutip oleh Imron, 2019)

c. Uji konsistensi terlebih dahulu dilakukan dengan menyusun tingkat kepentingan relatif pada masing-masing kriteria atau alternatif yang dinyatakan sebagai bobot relatif ternormalisasi (*normalized relative weight*). Bobot relatif yang dinormalkan ini merupakan suatu bobot nilai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

relatif untuk masing-masing elemen pada setiap kolom yang dibandingkan dengan jumlah masing-masing elemen:

Tabel 2.6 Uji Konsistensi

Kriteria/Alternatif	1	2	3	N
1	1	GM12	GM13	GM1N
2	GM21	1	GM23	GM2N
3	GM31	GM32	1	GM3N
n	GMn1	GMn2	GMn3	1
\sum	GM11+n1	GM12+n2	GM13+n3	GM1n+ni

(Sumber: Saaty, 2008 dikutip oleh Imron, 2019)

Maka bobot relatif ternormalisasi adalah:

Tabel 2.7 Bobot Relatif Ternormalisasi

Kriteria/Alternatif	1	2	3	N
1	1/ GM11-n1	GM12/ GM12-n2	GM13/ GM13-n3	GM1N/ GM1n-ni
2	GM21/ GM11-n1	1/ GM12-n2	GM23/ GM13-n3	GM2N/ GM1n-ni
3	GM31/ GM11-n1	GM32/ GM12-n2	1/ GM13-n3	GM3N/ GM1n-ni
n	GMn1/ GM11-n1	GMn2/ GM12-n2	GMn3/ GM13-n3	1/ GM1n-ni

(Sumber: Saaty, 2008 dikutip oleh Imron, 2019)

- d. Buat matriks perbandingan (faktor dan subfaktor), kemudian ubah dalam angka desimal.
- e. Kalikan matriks perbandingan tersebut dengan matriks bobot prioritas.
- f. Bagi setiap elemen matriks hasil dengan elemen matriks bobot prioritas (misal disebut matriks G).
- g. Hitung *Maximum Eigenvalue*

$$MEV = \frac{\text{Jumlah elemen pada matrik B}}{N} \quad (2.2)$$

- h. Hitung *Consistency Index*

$$CI = \frac{MEV - N}{N - 1} \quad (2.3)$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- i. Cari Nilai *Random Index* (tabel)

Tabel 2.8 Nilai *Random Index*

Matriks	RI
1	0,00
2	0,00
3	0,58
4	0,90
5	1,12
6	1,24
7	1,32
8	1,41
9	1,45
10	1,49
11	1,51
12	1,48
13	1,56
14	1,57
15	1,59

(Sumber: Hapsari, 2018)

- j. Mencari *Consistency Ratio*

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad (2.4)$$

Jika $CI = 0$, maka hierarki konsisten

Jika $CR < 0,1$, maka hierarki cukup konsisten

Jika $CR > 0,1$, maka hierarki sangat tidak konsisten

- k. Pengujian *Consistency Hierarchy* sebagai berikut :

$$CRH = \frac{CI}{RI} \quad CRH = \frac{M}{M'} \quad (2.5)$$

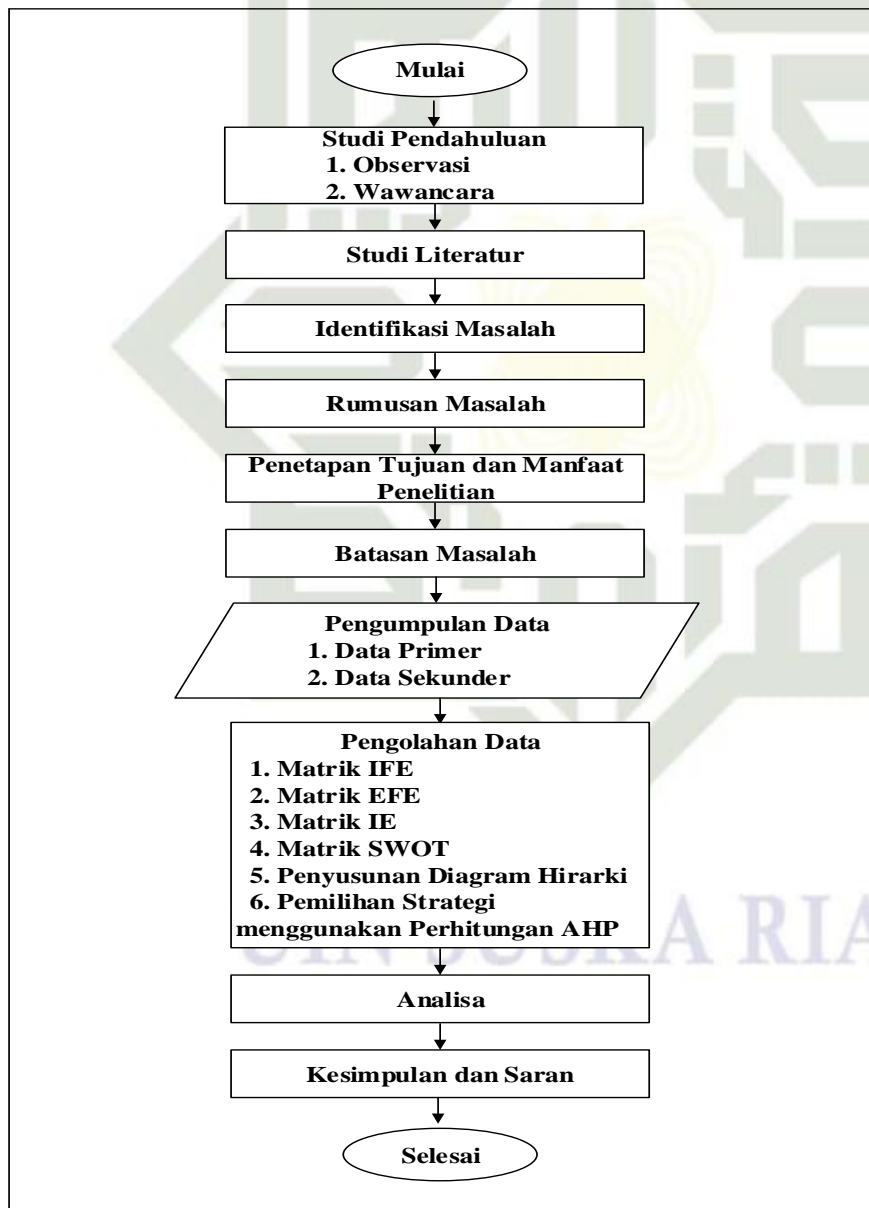
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Pada bab ini akan di uraikan tahapan penelitian yang akan dilalui dari awal sampai akhir. Hal ini dilakukan untuk mempermudah proses analisis dalam memecahkan masalah. Tahap-tahap yang akan dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3.1:



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan untuk mengetahui kondisi atau permasalahan yang di perusahaan Rotte *Bakery* pada saat ini sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai perusahaan yang akan diteliti. Untuk memulai penelitian diperlukan penelitian pendahuluan sebelum melanjutkan ketahap berikutnya. Penelitian dilakukan dengan cara observasi dan wawancara.

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara langsung datang ke perusahaan Rotte *Bakery* yang beralamat di jalan bukit barisan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap pihak perusahaan Rotte *Bakery* untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi perusahaan saat ini dan permasalahan yang dihadapi saat ini.

3.3 Studi Literatur

Studi literatur bertujuan untuk memahami konsep dasar ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan penelitian. Studi literatur merupakan penunjang untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian yang berisikan teori-teori dan informasi yang berhubungan dengan penelitian dan menjadi landasan dalam melaksanakan penelitian. Sumber-sumber diperoleh dari buku-buku, jurnal, artikel-artikel dan skripsi atau penelitian yang sudah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, literatur ini juga didapatkan dari internet dan perpustakaan.

3.4 Identifikasi Masalah

Setelah dilakukannya studi literatur, kemudian dilakukan identifikasi terhadap masalah yang ada di perusahaan. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui awal dari permasalahan yang akan di jadikan topik pembahasan pada tugas akhir di perusahaan ini. Setelah dilakukannya studi pendahuluan, maka dapat diperoleh identifikasi awal pada masalah di perusahaan yang akan diangkat untuk diselesaikan. Identifikasi perlu dilakukan sebagai awal untuk merumuskan masalah yang sesuai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5 Perumusan Masalah

Setelah dilakukannya identifikasi masalah pada perusahaan dan dari latar belakang yang telah dibuat sebelumnya, maka dibuat suatu perumusan permasalahan. Rumusan ini dibuat sebagai awal untuk menyelesaikan masalah tahap demi tahap guna mendapatkan tujuan yang diinginkan.

3.6 Penetapan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penetapan tujuan sangat penting dilakukan agar penelitian lebih fokus dan terarah sesuai dengan apa yang ingin dicapai. Penetapan tujuan harus jelas, nyata, dan terukur. Tujuan yang perlu ditetapkan dalam melakukan sebuah penelitian agar penelitian yang dilakukan fokus terhadap tujuan yang ingin kita capai dan memberikan manfaat penelitian bagi penulis dan bagi perusahaan.

3.7 Batasan Masalah

Batasan masalah adalah batasan dalam melakukan penelitian agar masalah yang diteliti tidak meluas pada permasalahan lainnya dan penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Adapun batasan masalah pada penelitian ini meliputi penelitian dilakukan hanya pada toko Rotte Bakery yang berada di Jalan Bukit Barisan, Jalan Garuda Sakti km 2, Jalan Delima dan Jalan Soebrantas. dan *benchmarking* yang dilakukan hanya pada usaha bisnis dengan konsep islam atau berbasis syariah.

3.8 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu hal yang akan berpengaruh terhadap hasil penelitian secara keseluruhan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh dari perusahaan yang di dapat dari hasil observasi pengamatan secara langsung dan wawancara dengan pihak perusahaan yaitu CEO Rotte Bakery Bapak Mardhika Wirahadi untuk mengetahui kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Selanjutnya melakukan *Benchmarking*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

dengan berkunjung ke perusahaan lain yang menerapkan bisnis syariah pada bisnisnya yaitu sambal lalap untuk proses belajar dan bertukar informasi, yang hasilnya akan dijadikan sebagai bekal untuk mengembangkan bisnis syariah perusahaan Rotte *Bakery*.

2. Data Sekunder

Metode pengambilan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak perusahaan, Rotte *Bakery* yang meliputi profil perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi perusahaan.

3.9 Pengolahan Data

Pengolahan data bertujuan untuk menghasilkan suatu nilai atau gambaran yang dapat memberikan penjelasan agar pembaca mengerti dan paham mengenai penelitian ini. Pengolahan data ini bertujuan agar data yang diperoleh dapat dianalisa dan kemudian memudahkan dalam pengambilan kesimpulan serta dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh perusahaan. Kemudian dapat di analisa dan menemukan solusi dari permasalahan yang terjadi.

3.9.1 Matriks Evaluasi Faktor *Internal* (IFE)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Pada tahapan ini dilakukan perhitungan bobot dan rating terhadap faktor-faktor internal dari kuesioner yang telah disebarakan pada perusahaan Rotte *Bakery* dengan responden Bapak Mardhika Wirahadi A selaku *Chief Executive Officer* (CEO), Bapak M. Syafroni selaku *Chief Operation Officer* (COO), AJ Faisal selaku *Chief Marketing Officer* (CMO), Hersavira selaku Kepala Cabang (KC1) Jl. Garuda Sakti Km 2, Elfira Rahmawati, SE selaku Kepala Cabang (KC2) Jl. Delima, Mega selaku Kepala Cabang (KC3) Jl. Soebrantas.

3.9.2 Matriks Evaluasi Faktor *Eksternal* (EFE)

Evaluasi faktor eksternal (*External Factor Evaluation*-EFE) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Pada matriks analisis EFE dikembangkan daftar peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang harus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diindari. Pada tahapan ini dilakukan perhitungan bobot dan rating terhadap faktor-faktor eksternal dari kuesioner yang telah disebar pada perusahaan Rotte *Bakery* dengan responden Bapak Mardhika Wirahadi A selaku *Chief Executive Officer* (CEO), Bapak M. Syafroni selaku *Chief Operation Officer* (COO), AJ Faisal selaku *Chief Marketing Officer* (CMO), Hersavira selaku Kepala Cabang (KC1) Jl. Garuda Sakti Km 2, Elfira Rahmawati, SE selaku Kepala Cabang (KC2) Jl. Delima, Mega selaku Kepala Cabang (KC3) Jl. Soebrantas.

3.9.3 Matrik Internal-Eksternal (IE)

Matrik IE merupakan analisis yang akan digunakan untuk memetakan posisi perusahaan Rotte *Bakery* dan sebagai tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan matrik EFE dan IFE kedalam matrik IE.

3.9.4 Matrik SWOT

Matrik SWOT ini merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan Rotte *Bakery* berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matriks SWOT menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi S-O (*Strenght-Opportunity*), strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), W-T (*Weakness-Threat*), strategi S-T (*Strenghts-Threats*). Penentuan alternatif SWOT diperoleh dari responden yang ahli di bidang ekonomi syariah yaitu Bapak Syamsurizal, SE, MSc, AK, CA selaku dosen di Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3.9.5 Penyusunan Diagram Hirarki

Penyusunan diagram hirarki bertujuan untuk menyusun dan memecahkan masalah-masalah yang kompleks dan tidak terstruktur sehingga dapat mempermudah responden dalam memberikan pendapatnya melalui kuesioner yang diberikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9.6 Pemilihan Strategi Menggunakan Perhitungan AHP

Pada tahapan ini langkah terakhir untuk menentukan strategi berdasarkan dari hirarki yang merupakan tujuan utama dibuatnya suatu metode AHP yang akan digunakan untuk penentuan peringkat alternatif strategi berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden perusahaan Rotte *Bakery* yaitu Bapak Mardhika Wirahadi A selaku *Chief Executive Officer* (CEO), Bapak M. Syafroni selaku *Chief Operation Officer* (COO), AJ Faisal selaku *Chief Marketing Officer* (CMO), Hersavira selaku Kepala Cabang (KC1) Jl. Garuda Sakti Km 2, Elfira Rahmawati, SE selaku Kepala Cabang (KC2) Jl. Delima, Mega selaku Kepala Cabang (KC3) Jl. Soebrantas.

3.10 Analisis Data

Berdasarkan hasil pengolahan data yang di lakukan, maka selanjutnya kita dapat menganalisa lebih mendalam hasil pengolahan data tersebut. Analisis yang dilakukan berdasarkan hasil yang diperoleh pada bab pengolahan data. Analisis bertujuan untuk menyusun data cara yang bermakna dan dalam sehingga dapat dipahami. Dalam penelitian ini, analisa dilakukan terhadap data yang telah diolah sehingga didapat kesimpulan penelitian diinginkan.

3.11 Kesimpulan dan Saran

Setelah hasil pembahasan dibuat, langkah berikutnya adalah membuat kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian. Kesimpulan tersebut akan menjadi hasil akhir dari penelitian yang dilakukan. Selain itu juga akan diberikan saran atas kesimpulan yang didapat agar untuk ke depannya masalah tersebut dapat berguna bagi perusahaan dan peneliti. Dalam kesimpulan, nantinya akan dipaparkan rangkuman hasil penelitian yang telah dilakukan dan menjawab tujuan penelitian tersebut. Masukan untuk memberikan nasehat agar membuat sesuatu yang tidak baik menjadi yang lebih baik.

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh melalui observasi secara langsung ke perusahaan Rotte *Bakery*, kemudian melakukan wawancara terhadap responden atau pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada usaha bisnis berbasis syariah. *Benchmarking* dilakukan pada usaha sambal lalap untuk mengetahui penerapan bisnis syariah yang diterapkan pada usahanya. Selanjutnya menyebarkan kuesioner untuk mengetahui prioritas strategi yang dapat diterapkan untuk digunakan pada tahapan penentuan prioritas menggunakan metode AHP.

5.2 Analisa *Benchmarking* pada Usaha Bisnis Berbasis Syariah

Kegiatan *benchmarking* ini dilakukan pada usaha sambal lalap yang di jalan soebrantas untuk proses belajar dan mendapatkan informasi tentang penerapan syariah yang dilakukan terhadap usahanya, informasi yang didapatkan kemudian dijadikan alternatif strategi untuk melakukan pengembangan dan implementasikan pada usaha Rotte *Bakery*. Alternatif strategi yang dapat dijadikan untuk pengembangan pada usaha Rotte *Bakery* agar dapat menjalankan bisnis syariah yaitu mewajibkan supplier untuk memberikan sertifikat halal atas bahan baku yang dikirim dan memverifikasi saertifikat halal tersebut ke MUI hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan terjamin kehalalannya

5.3 Analisa SWOT pada Perusahaan Rotte *Bakery*

Analisa SWOT dilakukan untuk mengevaluasi daya saing perusahaan secara kualitatif dan dapat digunakan untuk menyusun strategi. Strategi yang dilakukan harus dapat mengatasi ancaman dari luar perusahaan dan memanfaatkan peluang sebaik mungkin untuk mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Analisa SWOT dilakukan dengan wawancara kepada *Chief*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Executive Officer (CEO) yaitu Bapak Mardhika Wirahadi untuk mengetahui faktor-faktor internal pada perusahaan *Rotte Bakery* yaitu kekuatan dan kelemahan dan mengetahui faktor-faktor eksternal perusahaan *Rotte Bakery* yaitu peluang dan ancaman.

5.4 Analisa Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan Matrik *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

Matrik IFE dilakukan untuk mengetahui pengaruh kekuatan dan kelemahan sedangkan matrik EFE dilakukan untuk mengetahui pengaruh pada usaha *Rotte Bakery*. Penentuan nilai bobot dan rating penyebaran kuesioner *internal* dan *eksternal* perusahaan diisi oleh responden Bapak Mardhika Wirahadi A selaku *Chief Executive Officer* (CEO), Bapak M. Syafroni selaku *Chief Operation Officer* (COO), AJ Faisal selaku *Chief Marketing Officer* (CMO), Hersavira selaku Kepala Cabang (KC1) Jl. Garuda Sakti Km 2, Elfira Rahmawati, SE selaku Kepala Cabang (KC2) Jl. Delima, Mega selaku Kepala Cabang (KC3) Jl. Soebrantas. Hasil rekapitulasi matrik IFE di *Rotte Bakery* dengan total skor rata-rata adalah 2,972, *Rotte Bakery* mampu merespon dengan baik faktor *internal* dengan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengatasi faktor kelemahan dari dalam *Rotte Bakery* sedangkan hasil rekapitulasi matriks EFE didapat total skor rata-rata adalah 2,986, *Rotte Bakery* mampu merespon dengan baik faktor *eksternal* dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi faktor ancaman dari luar *Rotte Bakery*.

5.5 Analisa Matrik *Internal-Eksternal* (IE)

Hasil matrik IE menunjukkan bahwa posisi *Rotte Bakery* berada pada kuadran V yaitu memiliki kemampuan internal dan eksternal yang sedang. Perusahaan seperti ini paling baik dikendalikan dengan strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Strategi yang biasa digunakan oleh perusahaan yang terletak pada kuadran ini adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar dilakukan dengan cara mencari pangsa pasar yang lebih besar dari produk atau jasa yang sudah ada sekarang melalui usaha pemasaran yang lebih gencar. Pengembangan produk dilakukan dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cara mencoba meningkatkan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada atau mengembangkan yang baru.

5.6 Analisa Matrik SWOT

Penentuan alternatif SWOT diperoleh dari responden yang ahli di bidang ekonomi syariah yaitu Bapak Syamsurizal, SE, MSc, AK, CA selaku dosen di Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Matriks SWOT menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi S-O (*Strenght-Opprtunity*) dibuat berdasarkan penggunaan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yaitu memperluas pangsa pasar dengan cara membuka banyak cabang outlet di seluruh Indonesia, mengikuti pameran produk roti, melakukan promosi melalui media sosial cetak maupun media elektronik dan meningkatkan kerja sama dengan investor muslim, selanjutnya strategi menjaga kehalalan produk dilakukan dengan cara menggunakan bahan baku yang sudah terjamin kehalalannya dengan kualitas terbaik, mewajibkan supplier untuk memberikan sertifikat halal atas bahan baku. memverifikasi sertifikat halal tersebut ke MUI, ketersediaan SDM yang berpengalaman tentang halal. Strategi W-O (*Weakness-Opprtunity*) dibuat berdasarkan meminimalkan kelemahan perusahaan untuk memanfaatkan peluang, Strategi WO (*Weakness – Opportunities*) dibuat berdasarkan meminimalkan kelemahan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yaitu melengkapi label pada kemasan produk.dengan cara mencantumkan tanggal kaduarsa pada semua kemasan produk, menambah komposisi pembuatan roti di kemasan produk, membuat kemasan yang lebih menarik. Strategi ST (*Strengths– Threats*) dibuat berdasarkan penggunaan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman yaitu meningkatkan kualitas produk dengan cara melakukan pengawasan kualitas produk, baik dalam hal pemilihan bahan baku, peralatan produksi, penampilan fisik roti, tekstur roti, higienitas roti, maupun kandungan gizi roti, hasil produksi harus selalu segar,memberikan garansi atau kesediaan untuk menerima pengembalian produk yang cacat atau rusak. Kemudian mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau dilakukan dengan cara melakukan inovasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variasi produk yang sudah ada, baik dari segi rasa, bentuk, maupun ukuran yang bertujuan agar pembeli tidak mudah bosan, membuat jenis roti baru, harga yang sama di setiap cabang. Strategi WT (*Weakness- Threats*) dibuat berdasarkan meminimalkan kelemahan perusahaan untuk menghindari ancaman yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan cara melakukan perekrutan karyawan sesuai dengan keahlian, membuat daftar pembagian tugas, wewenang atau tanggung jawab yang jelas kepada tiap karyawan, memberikan pelatihan khususnya kepada karyawan baru mengenai proses produksi roti, mampu mengontrol jumlah roti yang harus diproduksi dalam sehari sesuai dengan kondisi pasang surutnya daya beli konsumen meningkatkan gaji sesuai dengan kemampuan yang dimiliki para karyawan. Kemudian meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan pemasok, membuat kontrak kerja dengan pemasok bahan baku dan memperhatikan kualitas bahan baku. Selanjutnya meningkatkan kualitas pelayanan agar pembeli merasa puas dan nyaman saat berbelanja dengan cara menyiapkan pramuniaga yang terampil dan cekatan dalam memberikan pelayanan kepada pembeli, memberikan pelayanan yang baik dan jujur, selalu siap sedia jika ada pelanggan yang komplain, melakukan pelayanan jual beli *online*.

5.7 Analisa *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Penetapan prioritas strategi dilakukan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan penyusunan struktur hirarki dan menyebarkan kuesioner. Untuk mempermudah penyusunan struktur hirarki alternatif-alternatif strategi diberi kode dapat dilihat pada tabel 4.10 kemudian penyebaran kuesioner diberikan kepada responden Bapak Mardhika Wirahadi A selaku *Chief Executive Officer* (CEO), Bapak M. Syafroni selaku *Chief Operation Officer* (COO), AJ Faisal selaku *Chief Marketing Officer* (CMO), Hersavira selaku Kepala Cabang (KC1) Jl. Garuda Sakti Km 2, Elfira Rahmawati, SE selaku Kepala Cabang (KC2) Jl. Delima, Mega selaku Kepala Cabang (KC3) Jl. Soebrantas. Dari nilai bobot global hasil yang didapat pada strategi pengembangan bisnis berbasis syariah di perusahaan Rotte *Bakery* menjaga kehalalan produk dan bahan baku menjadi

faktor utama dengan nilai 0,295. Hal ini disebabkan karena menjaga kehalalan produk dan bahan baku merupakan faktor utama yang berpengaruh pada usaha bisnis berbasis syariah, karena faktor agama memberikan pengaruh bagi konsumen untuk mengkonsumsi produk dan mempengaruhi keputusan pembelian agar muncul rasa aman dan nyaman. Kemudian faktor yang kedua yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dengan nilai 0,162, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan nilai 0,148, meningkatkan kualitas produk dengan nilai 0,147, meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku dengan nilai 0,098, memperluas pangsa pasar dengan nilai 0,073, mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau dengan nilai 0,045, dan melengkapai label pada kemasan produk. Selanjutnya pengujian konsistensi keseluruhan hirarki diperoleh nilai *Consistensi Rasio Hirarki* (CRH) yang bersifat konsisten karena nilai yang didapat kurang dari 0,1 atau kurang dari 10% artinya keputusan yang ditetapkan dapat diterima dan diandalkan untuk melakukan pengembangan bisnis berbasis syariah pada perusahaan *Rotte Bakery*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan analisa SWOT menunjukkan bahwa Rotte *Bakery* memiliki ancaman dari pesaing dengan produk yang sejenis, tetapi memiliki kekuatan lokasi perusahaan yang strategis dan melakukan kerja sama dan menerapkan sistem bagi hasil dengan investor sehingga dapat menyusun strategi agar mampu bersaing dan berkembang. Analisis matrik IE menunjukkan bahwa posisi perusahaan Rotte *Bakery* saat ini berada pada sel V, yaitu strategi “menjaga dan mempertahankan”. Hasil tersebut ditentukan berdasarkan hasil skor rata-rata pada matrik IFE dan matrik EFE masing-masing sebesar 2,972 dan 2,986. Berdasarkan analisis matrik SWOT alternatif strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan usaha bisnis berbasis syariah pada Rotte *Bakery* dari strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yaitu memperluas pangsa pasar dan menjaga kehalalan produk dan bahan baku, strategi WO (*Weakness-Opportunities*) yaitu melengkapi label kemasan produk, strategi ST (*Strengths-Threats*) yaitu meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau, strategi WT (*Weakness-Threats*) yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia, meningkatkan kerja sama dengan pemasok bahan baku, dan meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Setelah dilakukan pengolahan data menggunakan AHP dan mendapatkan bobot prioritas strategi yang tertinggi adalah (SO2) menjaga kehalalan produk dan bahan baku dengan nilai bobot sebesar 0,0295. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen muslim untuk mengkonsumsi produk-produk yang halal.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran yang dapat penulis berikan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penetapan strategi yang didapatkan dapat dijadikan masukan dan diimplementasikan perusahaan dalam melakukan pengembangan usaha bisnis.
2. Kepada peneliti selanjutnya perlu melakukan *benchmarking* yang lebih banyak untuk dijadikan alternatif strategi memperluas usaha bisnis berbasis syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Affanddy, M, R., Perencanaan Strategi Pemasaran Imitasi dengan Metode Analisis SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (Studi Kasus: UD. Aqila), *Jurnal Matrik*, Vol 18, No. 1, 2017.
- Agustin, H., *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, PT. Rajagrafindo Persada, 2017.
- Ahlan, I., dan Marpaung, M., Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan, *At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 1, 2017.
- Anindya, D, A., Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua., *At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 2, 2017.
- Ariyadi., *Bisnis dalam Islam*, *Jurnal Hadratul Madaniyah*, Vol. 5, Issue. 1, ISSN 2355-3529, 2018.
- Baharuddin, A, Z., dan Hasan, F, A, A., Perkembangan Bisnis Hotel Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Hotel Syariah di Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat), *Jurnal Al-'Adl*, Vol. 11, No. 1, 2018.
- David, FR., *Manajemen Strategis Konsep*, Edisi 12, Penerbit Salemba Empat, 2009.
- Hapsari, Y, T., Pengukuran Kualitas dan *Brand* dengan Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*), *IEJST (Industrial Engineering Journal of The University of Sarjanawiyata Tamansiswa)*, Vol. 2, No. 1, 2018.
- Hidayati, U., Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu), Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018.
- Huda, C., Model Pengelolaan Bisnis Syariah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 24, No. 1, 2016.
- Imron, Penerapan Metode AHP pada Sales Terbaik Studi Kasus: PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia, *Jurnal Teknik Komputer*, Vol. 5, No.1, 2019.
- Karniawan, A., Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah, *Jurnal Hukum*, Vol. 1, No. 1, ISSN 2576-9983, 2017.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kholifah, K., Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Syariah Pada Bisnis MLM Paytren (Studi Kasus Pada Mitra Paytren Cab. Semarang), Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisosngo, Semarang, 2018.

Lubis, A., Peningkatan Kinerja Melalui Strategi Benchmarking, *At-Tijarah*, Vol. 2, No. 1, 2016.

Munthafa, A, E., dan Mubarak, H., Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi, *Jurnal Siliwangi*, Vol. 3, No. 2, 2017.

Narmaydha, A., Mustaniroh, S, A., dan Sucipto., Strategi Pengembangan Restoran Halal Sebagai Penunjang Hotel Syariah (Studi Kasus di UNIDA Gontor INN, Universitas Darussalam Gontor Ponorogo), *Proceedings Aciel*, Universitas Trunojoyo Madura, 2018.

Putri, N, E., Astuti, R., Putri, S, A., Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis Swot Dan Metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang), *Jurnal Industrial*, Vol. 3, No. 2, 2014.

Rangkuti, F., *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 1997.



KUESIONER PENELITIAN

“Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah di Indonesia” Studi Kasus: Rotte *Bakery*

PENENTUAN BOBOT DAN RATING TERHADAP FAKTOR STRATEGI INTERNAL DAN EKSTERNAL

Kepada Yth. Bapak/Ibu

Sehubungan dengan penelitian saya tentang “Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah di Indonesia” Studi Kasus: Rotte *Bakery*, saya mengharapkan partisipasi Bapak/Ibu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

I. Identitas Responden

Nama :

Jabatan :

Jenis Kelamin :

Peneliti :

NANDA HARDIYANTI

11552205063



UIN SUSKA RIAU

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENILAIAN RATING TERHADAP FAKTOR STRATEGI INTERNAL DAN EKSTERNAL ROTTE BAKERY

Tujuan :

Mendapatkan penilaian dari para responden mengenai faktor-faktor strategis internal dan eksternal pada perusahaan Rotte *Bakery* dengan cara pemberian rating melalui seberapa besar nilai faktor strategis tersebut dalam mempengaruhi atau menentukan keberhasilan perusahaan.

Petunjuk Umum :

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh para responden.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden.
3. Responden berhak menambahkan atau mengurangi hal-hal yang sudah tercantum dalam kuesioner ini jika memiliki alasan yang jelas dan akurat.
4. Responden dapat memiliki pandangan yang berbeda mengenai suatu faktor dalam kuesioner ini, baik dengan responden lainnya maupun dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika responden memiliki alasan yang kuat.

Penilaian Rating Faktor Strategi *Internal* (Kekuatan dan Kelemahan) dan Strategi *Eksternal* (Peluang dan Ancaman)

Petunjuk pengisian

1. Berikan tanda centang (✓) pada salah satu kolom yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap masing-masing pernyataan berikut dengan pedoman sebagai dengan pedoman sebagai berikut :

Skala 4 : jika respon perusahaan **sangat kuat** terhadap faktor tersebut

Skala 3 : jika respon perusahaan **kuat** terhadap faktor tersebut

Skala 2 : jika respon perusahaan **lemah** terhadap faktor tersebut

Skala 1 : jika respon perusahaan **sangat lemah** terhadap faktor tersebut

2. Penentuan rating merupakan pandangan masing-masing responden terhadap faktor-faktor strategis internal dan eksternal perusahaan Rotte *Bakery*

A. PENENTUAN RATING FAKTOR INTERNAL

No	Faktor Internal	Rating			
		1	2	3	4
No	Kekuatan				
1	Lokasi perusahaan yang strategis				
2	Pengelolaan manajemen dalam perusahaan baik.				
3	Perijinan usaha lengkap dan telah mendapatkan sertifikat label halal dari MUI.				
4	Komunikasi terjalin baik antara pimpinan dengan <i>rotteam</i> (karyawan).				
5	Memiliki area produksi yang dilakukan di outlet.				
6	Peralatan produksi yang canggih.				
7	Produk roti berkualitas yang memiliki beraneka cita rasa roti, jenis roti bervariasi, ukuran roti yang berbeda-beda, harga yang terjangkau dan samadise tiap cabang.				
8	Gaji yang berbeda setiap <i>rotteam</i> berdasarkan kinerja yang dilakukan.				
9	Melakukan kerja sama dan menerapkan sistem bagi hasil kepada investor.				
10	Sebagian keuntungan diberikan untuk kepentingan sosial.				
11	Karyawan yang bekerja wajib muslim.				
No	Kelemahan	1	2	3	4
1	Produk tidak tahan lama.				
2	Tanggal kadaluarsa hanya sebagian yang tercantum di kemasan.				
3	Rasa, topping dan tekstur donat yang masih kurang memuaskan.				
4	Tenaga ahli yang masih terbatas di bagian produksi.				
5	Tidak ada layanan jual beli <i>online</i> .				
6	Terlambatnya bahan baku dari pemasok.				
7	Belum ada komposisi di label kemasan.				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. PENENTUAN RATING FAKTOR EKSTERNAL

No	Faktor Eksternal	Rating			
		1	2	3	4
Peluang					
1	Mayoritas masyarakat muslim.				
2	Meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap makanan jadi				
3	Pertumbuhan pasar yang tinggi.				
4	Menjadi tempat magang siswa SMK dan mahasiswa				
5	Perkembangan teknologi				
6	Loyalitas konsumen.				
Ancaman					
1	Munculnya banyak pesaing produk sejenis				
2	Kenaikan BBM dan bahan baku				
3	Daya beli konsumen makin menurun.				
4	Adanya produk pengganti yang dapat mudah diperoleh konsumen seperti <i>snack</i> , biskuit dan lain-lain.				
5	Selera konsumen yang selalu berubah-ubah mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembelian produk.				
6	Persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas terhadap pelanggan.				
7	Pesaing dari bisnis konvensional yang menawarkan lebih banyak keunggulan.				

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Penguipatan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Penguipatan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

PENILAIAN BOBOT TERHADAP FAKTOR STRATEGI INTERNAL DAN EKSTERNAL ROTTE BAKERY

P tujuan :

Mendapatkan penilaian dari para responden mengenai faktor-faktor strategis internal dan eksternal pada perusahaan Rotte *Bakery* dengan cara pemberian bobot melalui seberapa besar nilai faktor strategis tersebut dalam mempengaruhi atau menentukan keberhasilan perusahaan.

Petunjuk Umum :

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh para responden.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden.
3. Responden berhak menambahkan atau mengurangi hal-hal yang sudah tercantum dalam kuesioner ini jika memiliki alasan yang jelas dan akurat.
4. Responden dapat memiliki pandangan yang berbeda mengenai suatu faktor dalam kuesioner ini, baik dengan responden lainnya maupun dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika responden memiliki alasan yang kuat.

Penilaian Bobot Faktor Strategi *Internal* (Kekuatan dan Kelemahan) dan Strategi *Eksternal* (Peluang dan Ancaman)

Petunjuk pengisian

1. Berikan tanda centang (✓) pada salah satu kolom yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap masing-masing pernyataan berikut dengan pedoman sebagai dengan pedoman sebagai berikut :

Skala 4 : jika respon perusahaan **sangat penting** terhadap faktor tersebut

Skala 3 : jika respon perusahaan **penting** terhadap faktor tersebut

Skala 2 : jika respon perusahaan **rata-rata** terhadap faktor tersebut

Skala 1 : jika respon perusahaan **tidak penting** terhadap faktor tersebut

2. Penentuan bobot merupakan pandangan masing-masing responden terhadap faktor-faktor strategis internal dan eksternal perusahaan Rotte *Bakery*

A. PENENTUAN BOBOT FAKTOR INTERNAL

No	Faktor Internal	Bobot			
		1	2	3	4
Kekuatan					
1	Lokasi perusahaan yang strategis				
2	Pengelolaan manajemen dalam perusahaan baik.				
3	Perijinan usaha lengkap dan telah mendapatkan sertifikat label halal dari MUI.				
4	Komunikasi terjalin baik antara pimpinan dengan <i>rotteam</i> (karyawan).				
5	Memiliki area produksi yang dilakukan di outlet.				
6	Peralatan produksi yang canggih.				
7	Produk roti berkualitas yang memiliki beraneka cita rasa roti, jenis roti bervariasi, ukuran roti yang berbeda-beda, harga yang terjangkau dan samadise tiap cabang.				
8	Gaji yang berbeda setiap <i>rotteam</i> berdasarkan kinerja yang dilakukan.				
9	Melakukan kerja sama dan menerapkan sistem bagi hasil kepada investor.				
10	Sebagian keuntungan diberikan untuk kepentingan sosial.				
11	Karyawan yang bekerja wajib muslim.				
Kelemahan					
1	Produk tidak tahan lama.				
2	Tanggal kadaluarsa hanya sebagian yang tercantum di kemasan.				
3	Rasa, topping dan tekstur donat yang masih kurang memuaskan.				
4	Tenaga ahli yang masih terbatas di bagian produksi.				
5	Tidak ada layanan jual beli <i>online</i> .				
6	Terlambatnya bahan baku dari pemasok.				
7	Belum ada komposisi di label kemasan.				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. PENENTUAN BOBOT FAKTOR EKSTERNAL

No	Faktor Eksternal	Bobot			
		1	2	3	4
Peluang					
1	Mayoritas masyarakat muslim.				
2	Meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap makanan jadi				
3	Pertumbuhan pasar yang tinggi.				
4	Menjadi tempat magang siswa SMK dan mahasiswa				
5	Perkembangan teknologi				
6	Loyalitas konsumen.				
Ancaman					
1	Munculnya banyak pesaing produk sejenis				
2	Kenaikan BBM dan bahan baku				
3	Daya beli konsumen makin menurun.				
4	Adanya produk pengganti yang dapat mudah diperoleh konsumen seperti <i>snack</i> , biskuit dan lain-lain.				
5	Selera konsumen yang selalu berubah-ubah mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembelian produk.				
6	Persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas terhadap pelanggan.				
7	Pesaing dari bisnis konvensional yang menawarkan lebih banyak keunggulan.				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUESIONER PENELITIAN AHP

“Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah di Indonesia” Studi Kasus: Rotte Bakery

Kepada Yth. Bapak/Ibu

Sehubungan dengan penelitian saya tentang “Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah di Indonesia” Studi Kasus: Rotte Bakery, saya mengharapkan partisipasi Bapak/Ibu dalam pengisian kuisisioner penelitian ini.

I. Identitas Responden

Nama :

Jabatan :

Jenis Kelamin :

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (\surd) pada kolom skala kriteria (A) atau pada kriteria kolom skala kriteria (B) yang sesuai dengan pendapat anda.

Definisi kode:

1 = Kedua kriteria sama penting

3 = Kriteria (A) sedikit lebih penting dibanding dengan kriteria (B)

5 = Kriteria (A) lebih penting dibanding dengan kriteria (B)

7 = Kriteria (A) sangat lebih penting dibanding dengan kriteria (B)

9 = Kriteria (A) mutlak lebih penting dibanding dengan kriteria (B)

Dan jika ragu-ragu antara 2 skala maka ambil nilai tengahnya, misalnya anda ragu-ragu antara 3 dan 5 maka pilih skala 4 dan seterusnya.

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Berbasis Syariah di Rotte Bakery

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1	Memperluas Pangsa Pasar																		Menjaga kehalalan produk dan bahan baku
2	Memperluas Pangsa Pasar																		Melengkapi label pada kemasan produk
3	Memperluas Pangsa Pasar																		Meningkatkan kualitas produk
4	Memperluas Pangsa Pasar																		Mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau.
5	Memperluas Pangsa Pasar																		Meningkatkan kualitas sumber daya manusia
6	Memperluas Pangsa Pasar																		Meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku.
7	Memperluas Pangsa Pasar																		Meningkatkan kualitas pelayanan
8	Menjaga kehalalan produk dan bahan baku																		Melengkapi label pada kemasan produk
9	Menjaga kehalalan produk dan bahan baku																		Meningkatkan kualitas produk
10	Menjaga kehalalan produk dan bahan baku																		Mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau.
11	Menjaga kehalalan produk dan bahan baku																		Meningkatkan kualitas sumber daya manusia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin U

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Berbasis Syariah di Rotte Bakery

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
12	Menjaga kehalalan produk dan bahan baku																		Meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku.
13	Menjaga kehalalan produk dan bahan baku																		Meningkatkan kualitas pelayanan
14	Melengkapi label pada kemasan produk																		Meningkatkan kualitas produk
15	Melengkapi label pada kemasan produk																		Mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau.
16	Melengkapi label pada kemasan produk																		Meningkatkan kualitas sumber daya manusia
17	Melengkapi label pada kemasan produk																		Meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku.
18	Melengkapi label pada kemasan produk																		Meningkatkan kualitas pelayanan
19	Meningkatkan kualitas produk																		Mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau.
20	Meningkatkan kualitas produk																		Meningkatkan kualitas sumber daya manusia
21	Meningkatkan kualitas produk																		Meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku.
22	Meningkatkan kualitas produk																		Meningkatkan kualitas pelayanan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Berbasis Syariah di Rotte Bakery

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
23	Mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau.																		Meningkatkan kualitas sumber daya manusia
24	Mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau.																		Meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku.
25	Mengembangkan produk baru dengan mempertahankan harga yang terjangkau.																		Meningkatkan kualitas pelayanan
26	Meningkatkan kualitas sumber daya manusia																		Meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku.
27	Meningkatkan kualitas sumber daya manusia																		Meningkatkan kualitas pelayanan
28	Meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku																		Meningkatkan kualitas pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Memperluas Pangsa Pasar

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1.	Membuka banyak cabang outlet di seluruh Indonesia																		Mengikuti pameran produk roti.
2.	Membuka banyak cabang outlet di seluruh Indonesia																		Melakukan promosi melalui media sosial cetak maupun media elektronik
3.	Membuka banyak cabang outlet di seluruh Indonesia																		Meningkatkan kerja sama dengan investor muslim.
4.	Mengikuti pameran produk roti.																		Melakukan promosi melalui media sosial cetak maupun media elektronik
5.	Mengikuti pameran produk roti.																		Meningkatkan kerja sama dengan investor muslim.
6.	Melakukan promosi melalui media sosial cetak maupun media elektronik																		Meningkatkan kerja sama dengan investor muslim.

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Menjaga Kehalalan Produk dan Bahan Baku

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1.	Menggunakan bahan baku yang sudah terjamin kehalalannya dengan kualitas terbaik.																		Mewajibkan supplier untuk memberikan sertifikat halal atas bahan baku.
2.	Menggunakan bahan baku yang sudah terjamin kehalalannya dengan kualitas terbaik.																		Memverifikasi sertifikat halal tersebut ke MUI.
3.	Menggunakan bahan baku yang sudah terjamin kehalalannya dengan kualitas terbaik.																		Ketersedian SDM yang berpengalaman tentang halal
4.	Mewajibkan supplier untuk memberikan sertifikat halal atas bahan baku.																		Memverifikasi sertifikat halal tersebut ke MUI.
5.	Mewajibkan supplier untuk memberikan sertifikat halal atas bahan baku.																		Ketersedian SDM yang berpengalaman tentang halal
6.	Memverifikasi sertifikat halal tersebut ke MUI.																		Ketersedian SDM yang berpengalaman tentang halal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin U

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Melengkapi Label Kemasan Produk

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1	Mencantumkan tanggal kadaluarsa pada semua kemasan produk.																		Menambah komposisi pembuatan roti di kemasan produk.
2	Mencantumkan tanggal kadaluarsa pada semua kemasan produk.																		Membuat kemasan yang lebih menarik
3	Menambah komposisi pembuatan roti di kemasan produk.																		Membuat kemasan yang lebih menarik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin U

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Meningkatkan Kualitas Produk

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1.	Melakukan pengawasan kualitas produk, baik dalam hal pemilihan bahan baku, peralatan produksi, penampilan fisik roti, tekstur roti, higienitas roti, maupun kandungan gizi roti.																		Hasil produksi harus selalu segar
2.	Melakukan pengawasan kualitas produk, baik dalam hal pemilihan bahan baku, peralatan produksi, penampilan fisik roti, tekstur roti, higienitas roti, maupun kandungan gizi roti.																		Memberikan garansi atau kesediaan untuk menerima pengembalian produk yang cacat atau rusak.
3.	Hasil produksi harus selalu segar																		Memberikan garansi atau kesediaan untuk menerima pengembalian produk yang cacat atau rusak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin U

Lampiran B

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Mengembangkan Produk Baru dengan Mempertahankan Harga yang Terjangkau

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan															Kriteria (B)		
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7		8	9
1.	Melakukan inovasi variasi produk yang sudah ada, baik dari segi rasa, bentuk, maupun ukuran yang bertujuan agar pembeli tidak mudah bosan.																		Membuat jenis roti baru.
2.	Melakukan inovasi variasi produk yang sudah ada, baik dari segi rasa, bentuk, maupun ukuran yang bertujuan agar pembeli tidak mudah bosan.																		Harga yang sama disetiap cabang.
3.	Membuat jenis roti baru.																		Harga yang sama disetiap cabang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran B

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1	Melakukan perekrutan karyawan sesuai dengan keahlian.																		Membuat daftar pembagian tugas, wewenang atau tanggung jawab yang jelas kepada tiap karyawan
2	Melakukan perekrutan karyawan sesuai dengan keahlian.																		Memberikan pelatihan khususnya kepada karyawan baru mengenai proses produksi roti
3	Melakukan perekrutan karyawan sesuai dengan keahlian.																		Mampu mengontrol jumlah roti yang harus diproduksi dalam sehari sesuai dengan kondisi pasang surutnya daya beli konsumen
4	Melakukan perekrutan karyawan sesuai dengan keahlian.																		Meningkatkan gaji sesuai dengan kemampuan yang dimiliki para karyawan.
5	Membuat daftar pembagian tugas, wewenang atau tanggung jawab yang jelas kepada tiap karyawan																		Memberikan pelatihan khususnya kepada karyawan baru mengenai proses produksi roti
6	Membuat daftar pembagian tugas, wewenang atau tanggung jawab yang jelas kepada tiap karyawan																		Mampu mengontrol jumlah roti yang harus diproduksi dalam sehari sesuai dengan kondisi pasang surutnya daya beli konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran B

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia (Lanjutan)

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
7	Membuat daftar pembagian tugas, wewenang atau tanggung jawab yang jelas kepada tiap karyawan																		Meningkatkan gaji sesuai dengan kemampuan yang dimiliki para karyawan.
8	Memberikan pelatihan khususnya kepada karyawan baru mengenai proses produksi roti																		Mampu mengontrol jumlah roti yang harus diproduksi dalam sehari sesuai dengan kondisi pasang surutnya daya beli konsumen
9	Memberikan pelatihan khususnya kepada karyawan baru mengenai proses produksi roti																		Meningkatkan gaji sesuai dengan kemampuan yang dimiliki para karyawan.
10	Mampu mengontrol jumlah roti yang harus diproduksi dalam sehari sesuai dengan kondisi pasang surutnya daya beli konsumen																		Meningkatkan gaji sesuai dengan kemampuan yang dimiliki para karyawan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

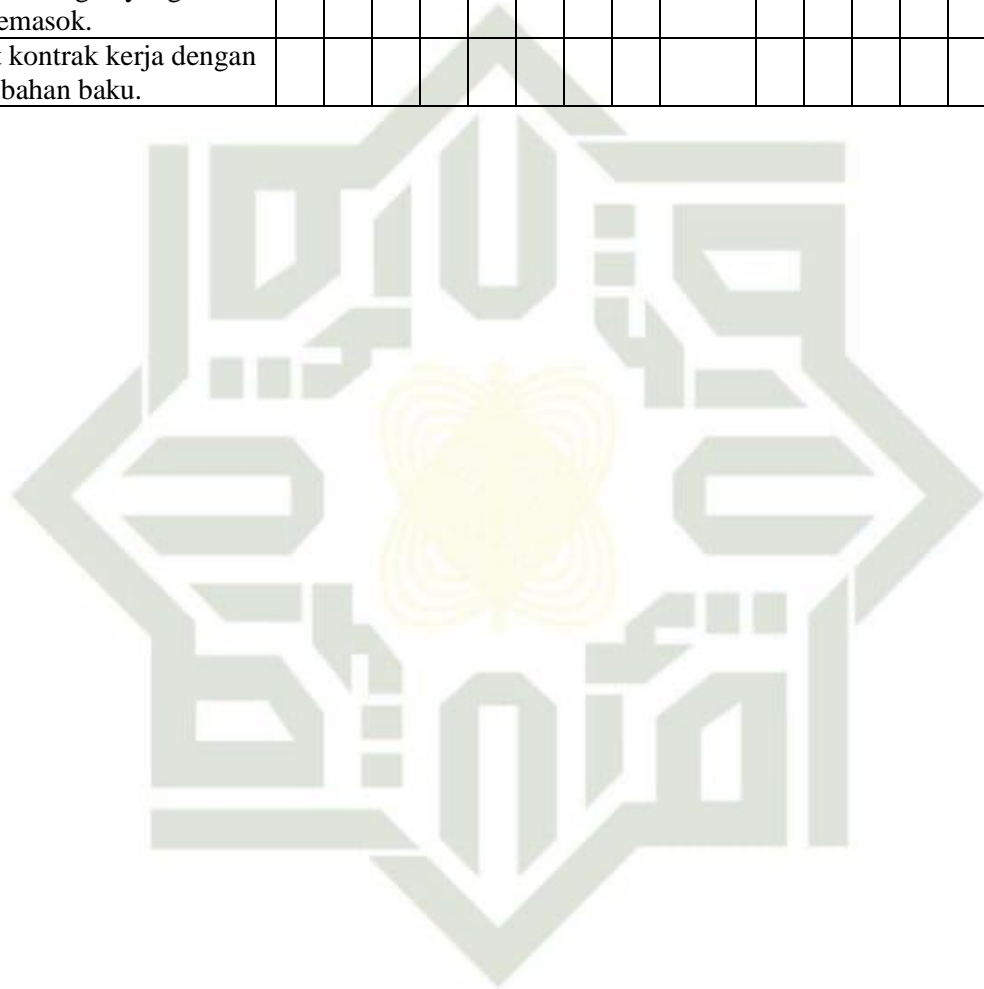
Lampiran B

Matrik Perbandingan Berpasangan Strategi Meningkatkan Kerjasama dengan Pemasok Bahan Baku

No	Kriteria (A)	Nilai Perbandingan																Kriteria (B)	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1.	Menjalin hubungan yang baik dengan pemasok.																		Membuat kontrak kerja dengan pemasok bahan baku.
2.	Menjalin hubungan yang baik dengan pemasok.																		Memperhatikan kualitas bahan baku
3.	Membuat kontrak kerja dengan pemasok bahan baku.																		Memperhatikan kualitas bahan baku

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Penelitian sebelumnya oleh Khaunuril Kholifah tentang analisis SWOT terhadap strategi pemasaran syariah pada bisnis MLM paytren (Studi kasus pada mitra paytren cabang Semarang) hanya melakukan penelitian untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran syariah dan menganalisis SWOT dalam strategi pemasaran syariah pada bisnis MLM paytren. Penelitian oleh Ulfa Hidayati tentang Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu) hanya untuk mengetahui serta menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal dan mengetahui SWOT dalam perspektif ekonomi Islam usaha pengrajin genteng. Penelitian Agency Nurmaydha, dkk yaitu Strategi Pengembangan Restoran Halal Sebagai Penunjang Hotel Syariah (Studi Kasus Di Unida Gontor Inn, Universitas Darussalam Gontor Ponorogo) menggunakan metode AHP untuk memperoleh alternatif strategi terbaik dalam pengembangan restoran halal yang diperoleh melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Perusahaan Roti X harus memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan-perubahan lingkungan bisnis. Strategi dalam bisnis yang perlu dilakukan oleh pelaku bisnis adalah dengan cara *benchmarking* untuk melihat konsep bisnis syariah pada perusahaan lain. Analisis SWOT sering digunakan untuk memformulasikan strategi. Analisis SWOT dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi daya saing perusahaan secara kualitatif dan dapat digunakan sebagai fondasi untuk menyusun strategi. Strategi tersebut harus dapat meminimalisasi ancaman atau tantangan yang berasal dari luar perusahaan dan memanfaatkan peluang sebaik mungkin (David, 2009). Dengan strategi tersebut, Perusahaan Roti X diharapkan dapat mempertahankan dan terus berkembang usaha roti dengan konsep syariah sebagai keunggulannya dalam berbisnis.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melakukan analisa SWOT yang komprehensif agar mengetahui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan, dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi usaha Roti X dan mengetahui posisi usaha Roti X kemudian dirumuskan alternatif strategi dan ditetapkan prioritas strategi menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang dapat diterapkan oleh Roti X.

Literatur

Bisnis Syariah

Bisnis syariah adalah bisnis yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadis dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah S.W.T untuk mendapat ridha-Nya dari pengertian tersebut, bisnis berbasis syariah merupakan bisnis yang berlandaskan syariah Islam, di mana semua kegiatan bisnis yang dilakukan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan Haram) dalam bisnis Islam, semua hasil usaha yang telah dilakukan selalu mengingat dan menyerahkan kepada Allah S.W.T (Agustin, 2017). Bisnis syariah merupakan penerapan dan perwujudan dari aturan syariat dalam menjalankan usaha. Bentuk bisnis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi atau mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen namun aspek menjalankan aturan syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya sehingga bisnis syariah selain mengusahakan bisnis pada umumnya, juga menjalankan perintah Allah S.W.T dalam hal bermuamalah untuk membedakan antara bisnis syariah dan konvensional, dapat diketahui melalui ciri dan karakter dari bisnis syariah yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri (Agustin, 2017).

Benchmarking

Benchmarking merupakan proses pengukuran yang sistematis dan berkesinambungan; proses mengukur dan membandingkan secara sinambung atas proses-proses bisnis suatu organisasi dengan tokoh-tokoh bisnis manapun di seluruh dunia, untuk mendapatkan informasi yang akan membantu upaya organisasi tersebut memperbaiki kinerjanya. Strategi *benchmarking* ini pada mulanya digunakan dalam bidang bisnis untuk mengukur kinerja suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang lebih maju (Lubis, 2016).

Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisa SWOT melalui tiga tahap yaitu tahap penetapan input bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Alat bantu analisis pada tahap ini adalah matrik IFE dan matrik EFE dengan perhitungan pembobotan. Selanjutnya tahap pencocokan dilakukan dengan menggunakan dua alat bantu analisis yaitu matrik IE dan matrik SWOT. Matrik IE bertujuan untuk mengetahui posisi perusahaan. Input dari matrik IE ini diperoleh melalui matrik IFE dan matrik EFE.

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yang mempunyai implikasi strategi yang berbeda-beda, yaitu David, 2009):

1. Sel I, II atau IV
Dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk) atau integratif (intergrasi kebelakang, integrasi kedepan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi paling tepat bagi divisi-divisi ini.
2. Sel III, V atau VII
Dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (*Hold and maintain*) penetrasi pasar, dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini.
3. Sel VI, VIII atau IX
Panen atau divestasi (*harvest or divest*) Perusahaan dapat melakukan strategi likuidasi, divestasi, dan pengurangan usaha.

Matrik SWOT bertujuan untuk merumuskan alternatif strategi yang bisa diterapkan oleh perusahaan. Matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi:

Tabel 1. Format Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S) • Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) • Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
EFAS	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
OPPORTUNIES (O) • Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman
TREATHS (T) • Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal		

Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process merupakan suatu metode pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki. Menurut Saaty (1993), hierarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multilevel dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya hingga level terakhir dari alternatif (Munthafa dan Mubarak, 2017).

Metode Penelitian

Langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Pendahuluan
Studi pendahuluan dilakukan untuk mengetahui kondisi atau permasalahan yang di Perusahaan Roti X pada saat ini sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai perusahaan yang akan diteliti. Untuk memulai penelitian diperlukan penelitian pendahuluan sebelum melanjutkan ketahap berikutnya. Penelitian dilakukan dengan cara observasi dan wawancara.
2. Studi Literatur
Studi literatur merupakan penunjang untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian yang berisikan teori-teori dan informasi yang berhubungan dengan penelitian dan menjadi landasan dalam melaksanakan penelitian.
3. Identifikasi Masalah
Identifikasi perlu dilakukan sebagai awal untuk merumuskan masalah yang sesuai dan mengetahui awal dari permasalahan yang akan di jadikan topik pembahasan pada tugas akhir di perusahaan ini.
4. Rumusan Masalah
Rumusan ini dibuat sebagai awal untuk menyelesaikan masalah tahap demi tahap guna mendapatkan tujuan yang diinginkan.
5. Penetapan Tujuan dan Manfaat Penelitian
Penetapan tujuan dilakukan agar penelitian lebih fokus dan terarah sesuai dengan apa yang ingin dicapai. Penetapan tujuan harus jelas, nyata, dan terukur dan memberikan manfaat penelitian bagi penulis dan bagi perusahaan.



6. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah batasan dalam melakukan penelitian agar masalah yang diteliti tidak meluas pada permasalahan lainnya dan penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian.
 7. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu hal yang akan berpengaruh terhadap hasil penelitian secara keseluruhan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

 - a. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh dari perusahaan yang di dapat dari hasil observasi pengamatan secara langsung dan wawancara dengan pihak perusahaan.
 - b. Data Sekunder

Metode pengambilan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak perusahaan, yang meliputi profil perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi perusahaan.

Benchmarking

Benchmarking ini dilakukan dengan berkunjung ke perusahaan lain untuk proses belajar dan bertukar informasi, yang hasilnya akan dijadikan sebagai bekal untuk mengembangkan bisnis syariah.
 - d. Analisa SWOT

Analisa SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi di Perusahaan Roti X. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).
 8. Pengolahan Data

Pengolahan data ini bertujuan agar data yang diperoleh dapat dianalisa dan kemudian memudahkan dalam pengambilan kesimpulan serta dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh perusahaan. Kemudian dapat di analisa dan menemukan solusi dari permasalahan yang terjadi.

 - a. Matrik Evaluasi Faktor *Internal* (IFE)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting.
 - b. Matrik Evaluasi Faktor *Eksternal* (EFE)

Evaluasi faktor eksternal (*External Factor Evaluation*-EFE) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Pada matriks analisis EFE dikembangkan daftar peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang harus dihindari.
 - c. Matrik *Internal-Eksternal* (IE)

Matrik IE merupakan analisis yang akan digunakan untuk memetakan posisi perusahaan dan sebagai tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan matrik EFE dan IFE kedalam matrik IE.
 - d. Matrik SWOT

Matrik SWOT ini merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.
 - e. Penyusunan Diagram Hirarki

Penyusunan diagram hirarki bertujuan untuk menyusun dan dan memecahkan masalah-masalah yang kompleks dan tidak terstruktur sehingga dapat mempermudah responden dalam memberikan pendapatnya melalui kuesioner yang diberikan.
 - f. Pemilihan Strategi Menggunakan Perhitungan AHP

Pada tahapan ini langkah terakhir untuk menentukan strategi berdasarkan dari hirarki yang merupakan tujuan utama dibuatnya suatu metode AHP yang akan digunakan untuk penentuan peringkat alternatif strategi berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden.
 9. Analisa Data

Analisis yang dilakukan berdasarkan hasil yang diperoleh pada bab pengolahan data. Analisis bertujuan untuk menyusun data cara yang bermakna dan dalam sehingga dapat dipahami. Dalam penelitian ini, analisa dilakukan terhadap data yang telah diolah sehingga didapat kesimpulan penelitian diinginkan.
 10. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan merupakan rangkuman hasil penelitian yang telah dilakukan dan menjawab tujuan penelitian. Saran yaitu masukan untuk memberikan nasehat agar membuat sesuatu yang tidak baik menjadi yang lebih baik.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Hasil dan Pembahasan

Hasil kuesioner diisi oleh 6 responden Perusahaan Roti X, diperoleh faktor-faktor strategis *internal* (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor strategis *eksternal* (peluang dan ancaman). Faktor-faktor strategis internal dianalisis dengan menggunakan matrik IFE (*Internal Factors Evaluation*), sedangkan faktor-faktor strategis eksternal dianalisis dengan menggunakan matrik EFE (*Eksternal Factors Evaluation*).

Tabel 2. Matrik IFE Rotte Bakery

Faktor Internal	Bobot	Rating	Total
	Rata-rata	Rata-rata	
Kekuatan (Strengths)			
Lokasi perusahaan yang strategis	0,081	3,833	0,31
Pengelolaan manajemen dalam perusahaan baik.	0,064	3	0,192
Perijinan usaha lengkap dan telah mendapatkan sertifikat label halal dari MUI.	0,081	4	0,324
Komunikasi terjalin baik antara pimpinan dengan karyawan.	0,071	3,167	0,224
Memiliki area produksi yang dilakukan di outlet.	0,054	3	0,162
Peralatan produksi yang canggih.	0,061	3	0,183
Produk roti berkualitas yang memiliki beraneka cita rasa roti, jenis roti bervariasi, ukuran roti yang berbeda-beda, harga yang terjangkau dan sama disetiap cabang.	0,077	3,5	0,269
Gaji yang berbeda setiap karyawan berdasarkan kinerja yang dilakukan.	0,057	3	0,171
Melakukan kerja sama dan menerapkan sistem bagi hasil kepada investor.	0,081	3,833	0,31
Sebagian keuntungan diberikan untuk kepentingan sosial.	0,074	3,333	0,246
Karyawan yang bekerja wajib muslim.	0,071	3,333	0,236
Kelemahan (Weakness)			
Produk tidak tahan lama.	0,020	1,5	0,03
Tanggal kadaluarsa hanya sebagian yang tercantum di kemasan.	0,04	1,667	0,066
Rasa, topping dan tekstur donat yang masih kurang memuaskan.	0,043	1,833	0,078
Tenaga ahli yang masih terbatas di bagian produksi.	0,043	1,667	0,071
Tidak ada layanan jual beli <i>online</i> .	0,020	1	0,02
Terlambatnya bahan baku dari pemasok.	0,037	1,5	0,055
Belum ada komposisi di label kemasan.	0,025	1	0,025
Jumlah	1	47,166	2,972

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa total skor sebesar (2,972) menunjukkan bahwa Perusahaan Roti X memiliki kondisi internal rata-rata.

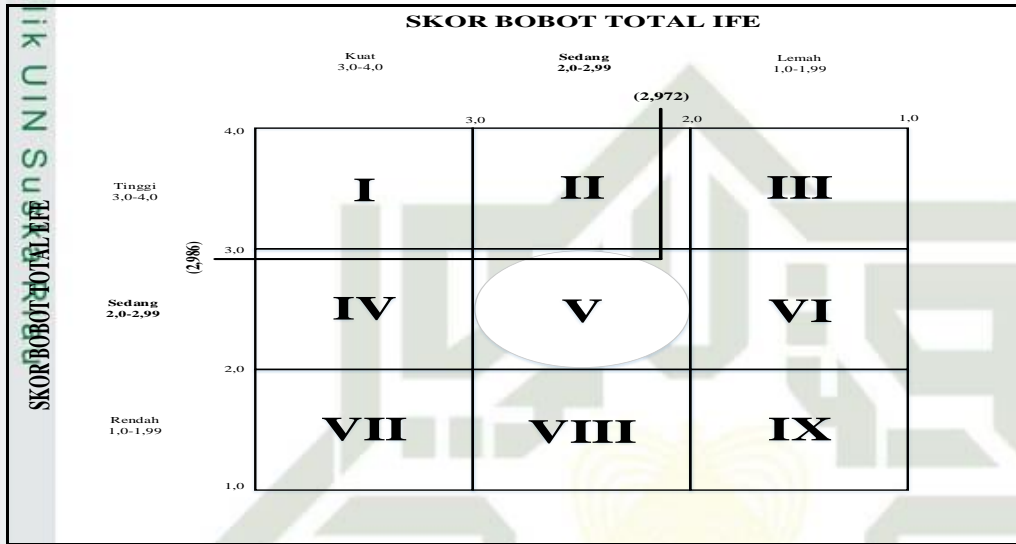
Tabel 3. Matrik EFE Rotte Bakery

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Total
	Rata-rata	Rata-rata	
Peluang (Opportunities)			
Mayoritas masyarakat muslim.	0,11	3,167	0,348
Meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap makanan jadi	0,084	2,833	0,237
Pertumbuhan pasar yang tinggi.	0,099	3,167	0,313
Menjadi tempat magang siswa SMK dan mahasiswa	0,06	2,833	0,169
Perkembangan teknologi	0,094	3,5	0,329
Loyalitas konsumen.	0,115	3,833	0,44
Ancaman (Threats)			
Munculnya banyak pesaing produk sejenis	0,074	3,833	0,283
Kenaikan BBM dan bahan baku	0,064	2,5	0,16
Daya beli konsumen makin menurun.	0,074	2	0,148
Adanya produk pengganti yang dapat mudah diperoleh konsumen seperti <i>snack</i> , biskuit dan lain-lain.	0,055	2	0,11
Selera konsumen yang selalu berubah-ubah mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembelian produk.	0,064	2,5	0,16
Persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas terhadap pelanggan.	0,059	3	0,177
Pesaing dari bisnis konvensional	0,045	2,5	0,112
Jumlah	1	37,666	2,986



Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa total skor sebesar (2,986) menunjukkan bahwa Perusahaan Roti X memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi faktor ancaman dari luar dan dalam kondisi *eksternal* rata-rata.

Matrik IE digunakan untuk memetakan posisi unit usaha agar memudahkan dalam merumuskan alternatif strategi yang tepat. Untuk menyusun matrik IE, digunakan hasil yang diperoleh dari matrik IFE dan EFE sehingga dapat diketahui posisi usaha bisnis syariah Perusahaan Roti X. Matrik IFE sebagai sumbu-x dan EFE sebagai sumbu-y. Nilai total skor pada matrik IFE sebesar 2,972 sedangkan total skor matrik EFE sebesar 2,986. Hasil tersebut menempatkan Perusahaan Roti X pada sel V, seperti ditunjukkan pada Gambar 2. Sel V ini disebut strategi pertahankan dan pelihara. Pada posisi ini, dimungkinkan Perusahaan Roti X melakukan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.



Gambar 2 Posisi Usaha Berdasarkan Matrik IE

Analisis matrik SWOT merupakan langkah-langkah yang kongkrit yang seharusnya dilakukan oleh Perusahaan Roti X untuk mempertahankan usaha roti dengan bisnis berbasis syariah. Analisis matrik SWOT ini berdasarkan pengembangan dari matrik IE. Analisis ini menghasilkan berbagai alternatif strategi. Strategi utama yang dapat disarankan ada empat macam, yaitu strategi S-O (*Strenght-Opportunity*), strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), W-T (*Weakness-Threat*), strategi S-T (*Strenghts-Threats*). Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matrik EFE dan IFE. Penentuan alternatif SWOT diperoleh dari responden yang ahli di bidang ekonomi syariah dan selaku dosen di Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matrik EFE dan IFE. Perumusan strategi yang dihasilkan dari analisis matrik SWOT dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Matrik SWOT

Kekuatan (<i>Strengths-S</i>)	Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)
<ol style="list-style-type: none"> Lokasi perusahaan yang strategis Pengelolaan manajemen dalam perusahaan baik. Perijinan usaha lengkap dan telah mendapatkan sertifikat label halal dari MUI. Komunikasi terjalin baik antara pimpinan dengan karyawan Memiliki area produksi yang dilakukan dioutlet. Peralatan produksi yang canggih. Produk roti berkualitas yang memiliki beraneka cita rasa roti, jenis roti bervariasi, ukuran roti yang berbeda-beda, harga yang terjangkau dan sama di setiap cabang. Gaji yang berbeda setiap karyawan berdasarkan kinerja yang dilakukan Melakukan kerja sama dan menerapkan system bagi hasil kepada investor. Sebagian keuntungan diberikan untuk kepentingan sosial. Karyawan yang bekerja wajib muslim. 	<ol style="list-style-type: none"> Produk tidak tahan lama. Tanggal kadaluarsa hanya sebagian yang tercantum di kemasan. Rasa, topping dan tekstur donat yang masih kurang memuaskan. Tenaga ahli yang masih terbatas di bagaian produksi. Tidak ada layanan jual beli <i>online</i>. Terlambatnya bahan baku dari pemasok. Belum ada komposisi di label kemasan.



Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan untuk Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Daftar Pustaka

Affandy, M. R. (2017) Perencanaan Strategi Pemasaran Imitasi dengan Metode Analisis SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (Studi Kasus: UD. Aqila), *Jurnal Matrik*, 18(1)

Austin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, PT. Rajagrafindo Persada

Ahlan, I., dan Marpaung, M., Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan, *At-Tawassuth*, 2(1)

Agindya, D. A. (2017). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua., *At-Tawassuth*, 2(2)

Ayati. (2018) Bisnis dalam Islam, *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 2355-3529.

Bahuddin, A, Z., dan Hasan, F, A, A. (2018) Perkembangan Bisnis Hotel Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Hotel Syariah di Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat), *Jurnal Al- 'Adl*, 11(1)

David, FR. (2009) *Manajemen Strategis Konsep*, Edisi 12, Penerbit Salemba Empat.

Hapsari, Y, T. (2018) Pengukuran Kualitas dan Brand dengan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process), *IEJST (Industrial Engineering Journal of The University of Sarjanawiyata Tamansiswa)*, 2(1).

Hayati, U. (2018). Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu), Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Huda, C. (2016). Model Pengelolaan Bisnis Syariah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, (24)1.

Imron. (2019) Penerapan Metode AHP pada Sales Terbaik Studi Kasus: PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia, *Jurnal Teknik Komputer*, 5(1).

Karia, N., dan Asaari, M, H, A, H. (2016). Halal Business and Sustainability: Strategies, Resources, and Capabilities Halal Third-party Logistics (3PL). *Article in Progress in Industrial Ecology An International Journal*.

Karniawan, A. (2017) Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah, *Jurnal Hukum*, 1(1), 2576-9983.

Kholifah, K. (2018). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Syariah Pada Bisnis MLM Paytren (Studi Kasus Pada Mitra Paytren Cab. Semarang), Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.

Labis, A. (2016) Peningkatan Kinerja Melalui Strategi *Benchmarking*, *At-Tijarah*, 2 (1).

Manthafa, A, E., dan Mubarak, H. (2017). Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi, *Jurnal Siliwangi*, 3(2)

Nofianti, L., dan Yola, M. (2016). The Design of Decision Support System in Identifying The Priority Indicator of Sustainability Perfomance in Islamic Banking Based on Analytical Hierarchy Process (AHP) Approach, *Global Academy of Training and Research (GATR) Enterprise*.

Narmaydha, A., Mustaniroh, S, A., dan Sucipto. (2018) Strategi Pengembangan Restoran Halal Sebagai Penunjang Hotel Syariah (Studi Kasus di UNIDA Gontor INN, Universitas Darussalam Gontor Ponorogo), *Proceedings Aciel*, Universitas Trunojoyo Madura.

Putri, N, E., Astuti, R., Putri, S, A. (2014). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis Swot Dan Metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang), *Jurnal Industrial*, 3(2).

Rangkuti, F. (1997) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Salleh, N, Z, M., Hamid, A, B, A., Hashim, N, H., dan Omain, S, Z. (2014). The Practice of Shariah-Compliant Hotel in Malaysia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(1).

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya. Dilarang memperbanyak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya. Dilarang memperbanyak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya. Dilarang memperbanyak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya.

University of Sultan Syarif Kasim Riau

RIWAYAT HIDUP



Nanda Hardiyanti dilahirkan di Duri, Kecamatan Mandau, pada tanggal 02 November 1997. Penulis merupakan anak ketiga dari lima bersaudara dari Ayahanda Yendri Rolies dan Ibunda Desmawati. Adapun dalam bersekolah dan menuntut Ilmu Pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut:

- | | | |
|-------------------|---|---|
| Tahun 2003 | : | Mengawali pendidikan di Sekolah Dasar di SDS Muhammadiyah Duri Kecamatan Mandau. |
| Tahun 2009 | : | Memasuki Sekolah Menengah Pertama di SMPN 3 Kecamatan Mandau dan menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2015. |
| Tahun 2012 | : | Memasuki Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Kecamatan Mandau mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) dan menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2015 |
| Tahun 2015 | : | Terdaftar sebagai Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Teknik Industri. |
| No Handphone | : | 0853-6346-6325 |
| Judul Tugas Akhir | : | Strategi Pengembangan Binsis Roti Berbasis Syariah di Indonesia (Studi Kasus: Rotte <i>Bakery</i>) |
| Email | : | nandahardiyanti2112@gmail.com |