



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.

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PADA USAHA TRANSPORTASI
PT INDAH KARYA MADANI DI PEKANBARU
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Syariah dan Hukum



UIN SUSKA RIAU

OLEH:

NOVA MELIZA
NIM. 12020521432

**PROGRAM S1
EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2024 M/1446 H**



Hal

1. l

- 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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PADA USAHA TRANSPORTASI PT INDAH KARYA MADANI DI PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH, yang ditulis oleh:

Nama : Nova Meliza
NIM : 12020521432
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari, Tanggal : Senin, 28 Oktober 2024
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 November 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Muhammad Nurwahid, M. Ag

Sekretaris
Syamsurizal, SE, M. Sc. Ak, CA

Penguji 1
Dr. Jonnius, SE.,MM

Penguji 2
Nur Hasanah, SE.,MM

Mengetahui:
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifly M. Ag.

NST 197410062005011005



- 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.

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PADA USAHA TRANSPORTASI PT INDAH KARYA MADANI DI PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH, yang ditulis oleh:

Nama : Nova Meliza
NIM : 12020521432
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari, Tanggal : Senin, 28 Oktober 2024
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 November 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Muhammad Nurwahid, M. Ag

Sekretaris
Syamsurizal, SE, M. Sc. Ak, CA

Penguji 1
Dr. Jonnius, SE.,MM

Penguji 2
Nur Hasanah, SE.,MM

Mengetahui:
Wakil Dekan I
Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA.
NIP. 19711006 200212 1 003



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nova Meliza
NIM : 12020521432
Tempat / Tanggal Lahir : Simpang Kanan / 03 November 2003
Fakultas : Syariah dan Hukum
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi

“Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Usaha PT Indah Karya Madani di Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 02 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan



Nova Meliza
NIM. 12020521432



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.

ABSTRAK

Nova Meliza, (2024): Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Usaha Transportasi PT Indah Karya Madani di Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah

Penulisan ini dilatar belakangi oleh PT Indah Karya Madani menghadapi tantangan persaingan bisnis yang terus meningkat setiap tahun. Seperti, penurunan jumlah penumpang pada hari-hari biasa meskipun pada hari libur nasional dan hari besar jumlah penumpang masih cukup banyak. Hal ini disebabkan oleh beberapa transportasi lainnya yang juga berkembang di Pekanbaru dengan rutennya yang sama. Kondisi ini dapat mengancam eksistensi dan pengembangan perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk dapat menjelaskan strategi pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis pada usaha transportasi PT. Indah Karya Madani dan perspektif ekonomi syariah dalam persaingan usaha Transportasi PT. Indah Karya Madani.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan pada PT. Indah Karya Madani di jalan SM. Amin/Arengka II ruko 40 No. 05 Pekanbaru. Penelitian ini melibatkan 10 orang informan yakni seorang manajer, seorang kasir, tiga orang sopir, dan lima orang penumpang. Menggunakan data primer dan sekunder sebagai sumber informasi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis SWOT.

Hasil penelitian menghasilkan Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh sumbu $X = 0,3$ dan $Y = 0,14$. Garis lurus pada diagram diatas menunjukkan titik koordinat pada posisi Kuadran I. Kuadran I ialah situasi yang menguntungkan dimana PT Indah Karya Madani memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan strategi SO atau *Strengths-Opportunities* untuk mengembangkan usahanya dan didukung oleh strategi pertumbuhan agresif. Strategi SO: Meningkatkan kualitas armada dan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan, membuat program loyalitas pelanggan, menambahkan rute pariwisata. Dalam perspektif ekonomi syariah, sebuah bisnis yang ideal adalah yang memenuhi ketentuan dan prinsip ajaran islam. PT Indah Karya Madani menjalankan persaingan yang sehat sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Perusahaan mengutamakan kejujuran, adil, inovasi, dan tanpa menggunakan cara curang untuk memenangkan persaingan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Persaingan Bisnis, Analisis SWOT, Perspektif Ekonomi 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Usaha Transportasi PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah”. Semoga shalawat beserta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang untuk membimbing umatnya dari kegelapan dan kebodohan menuju era yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penyelesaian skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak, baik dalam bentuk dorongan, kritik, maupun saran yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Teristimewa untuk kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Rusli Siagian dan Ibunda Julfita, S.Pd. yang selalu memberikan kasih sayang tiada batas, membimbing, mendidik, berkorban dan mendoakan kebahagiaan serta kesuksesan penulis. Teruntuk Abangku tersayang Aminsyah Alhaq yang

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.

selalu menghadirkan kebahagiaan dan harmoni. Dan untuk adik-adikku Amelia Faradila, Chalisa Naura, dan Aulia Zevania yang memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.

2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag yang menjabat sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dan bapak Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA selaku Wakil Dekan I. Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag., M.Si sebagai Wakil Dekan II, dan ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag sebagai Wakil Dekan III yang telah memberikan nasehat berharga dan mendukung penulis sepanjang masa perkuliahan.
4. Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag, M.Ag. sebagai Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE., M.Sc., Ak., CA. sebagai Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan-karyawati Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat berharga dan mendukung penulis sepanjang masa perkuliahan.
5. Ibu Haniah Lubis, S.E., ME.Sy. sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan dukungan kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
6. Bapak Dr. Jonnius SE., MM. sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Desi Devrika Devra, S.HI., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, memperbaiki, menyempurnakan materi serta meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.



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.

7. Ibu Nur Hasanah, SE., MM. yang telah banyak memberikan arahan, memperbaiki, menyempurnakan materi serta meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. PT. Indah Karya Madani Pekanbaru yang telah memberikan izin meneliti.
9. Kerabat dan teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, serta kebersamaan dalam suka maupun duka penulis selama masa perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun semangat sangat penulis harapkan demi perbaikan dan kesempurnaan di masa yang akan datang.

Pekanbaru, September 2024

Nova Meliza
NIM. 12020521432

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.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

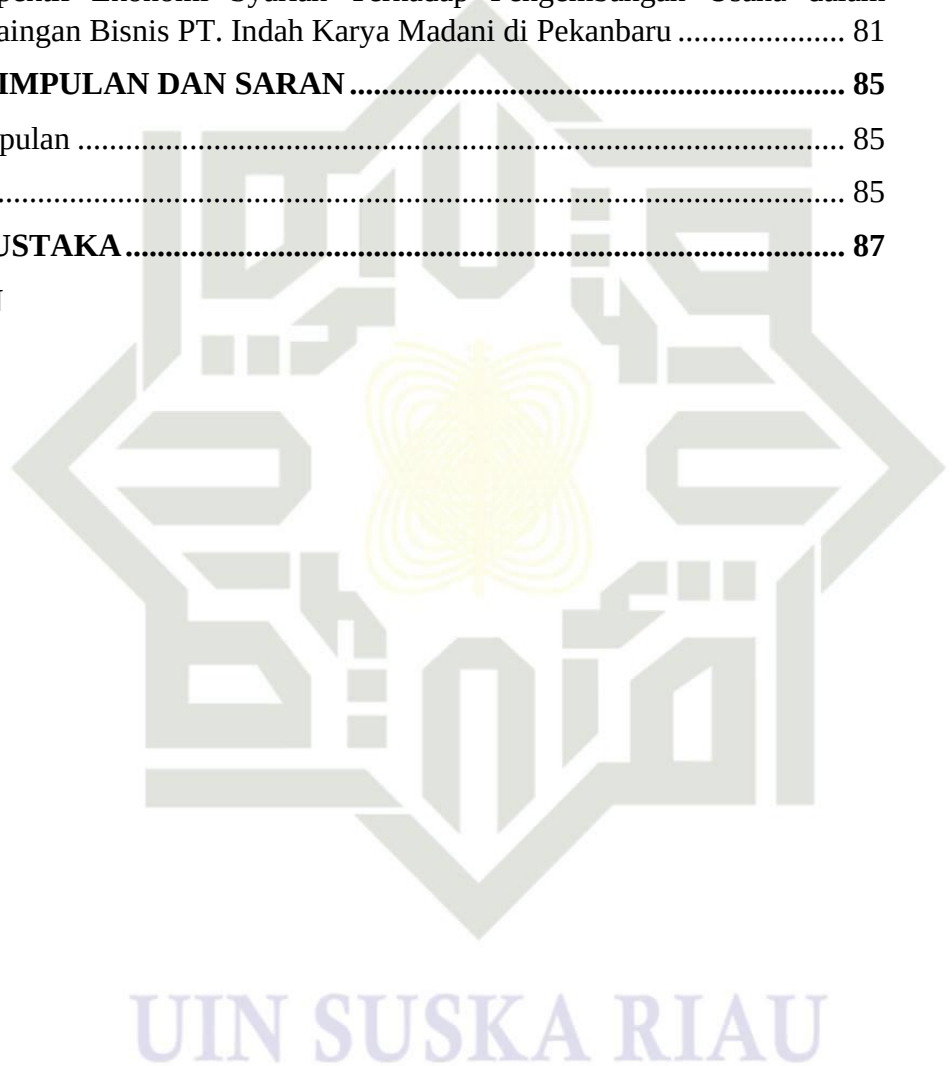
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teoritis.....	14
1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha.....	14
2. Faktor-Faktor Strategi Pengembangan Usaha	17
3. Macam-macam Strategi Pengembangan Usaha.....	19
6. Persaingan Bisnis.....	26
7. Analisis SWOT	28
8. Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Pengembangan Usaha dalam Persaingan Bisnis.....	41
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Teoritis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Jenis dan Metode Penelitian.....	49
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Subjek dan Objek Penelitian	50
D. Sumber Data Penelitian.....	51
E. Informan Penelitian.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	52
G. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
1. Sejarah Singkat PT. Indah Karya Madani.....	58
2. Struktur Organisasi PT. Indah Karya Madani.....	58
3. Layanan dan Tarif Tiket PT Indah Karya Madani	59



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.

B.	Strategi Pengembangan Usaha dalam Persaingan Bisnis PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru.....	60
1.	Analisis SWOT	60
2.	Matriks SWOT	72
3.	Matriks IFAS dan EFAS	75
4.	Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Pengembangan Usaha dalam Persaingan Bisnis PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru	81
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	85
A.	Kesimpulan	85
B.	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		





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 I.1 Jumlah Penumpang PT. Indah Karya Madani	3
Tabel II.1 Matriks SWOT	35
Tabel II.2 Matriks IFAS	37
Tabel II.3 Matriks EFAS	39
Tabel II.4 Penelitian Terdahulu	45
Tabel IV.1 Tarif Tiket PT. Indah Karya Madani	59
Tabel IV.2 Matriks SWOT PT. Indah Karya Madani	73
Tabel IV.3 IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) Usaha Transportasi PT Indah Karya Madani di Pekanbaru	75
Tabel IV.4 EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>) Usaha Transportasi PT Indah Karya Madani di Pekanbaru	76

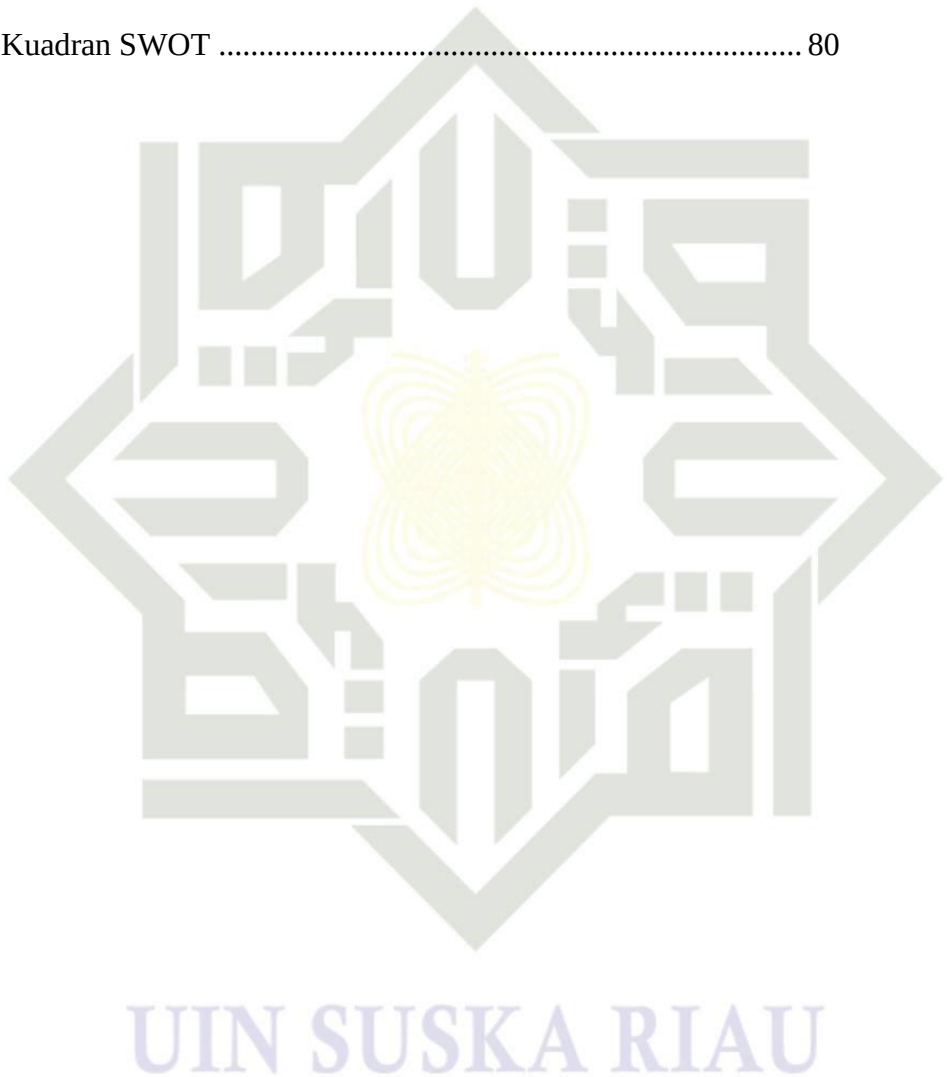
UIN SUSKA RIAU

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 GAMBAR

Gambar II.1 Diagram Analisis SWOT	40
Gambar II.2 Kerangka Teoritis	48
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Indah Karya Madani.....	59
Gambar IV.2 Kuadran SWOT	80



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

Latar Belakang Masalah

Perkembangan kegiatan perekonomian dan peningkatan kebutuhan masyarakat mendorong tingginya minat masyarakat untuk bepergian baik untuk urusan bisnis, keperluan keluarga, kunjungan wisata maupun pendidikan. Maka dari itu aktivitas tersebut memerlukan penyediaan transportasi yang memadai agar semua kegiatan dapat berjalan dengan baik. Salah satu moda transportasi darat yang menjadi pilihan alternatif bagi masyarakat ialah bus.

Kota Pekanbaru merupakan kota metropolitan yang dinamis dan strategis mengingat letak geografisnya berdekatan dengan Malaysia dan Singapura serta memiliki aksesibilitas yang mudah ke berbagai wilayah provinsi lain di Indonesia. Selain sebagai pusat pemerintahan dan perdagangan di Provinsi Riau, Pekanbaru juga dikenal sebagai pusat pendidikan dan kebudayaan Melayu. Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan usia kota, Pekanbaru menghadapi persaingan dengan daerah lainnya dalam meningkatkan kesejahteraan dan kenyamanan masyarakat. Kondisi ini mengakibatkan tingginya tingkat pertumbuhan penduduk baik yang datang dari luar maupun dari dalam kota. Sebagian besar individu yang memiliki daya kreasi telah memanfaatkan peluang padatnya jumlah penduduk tersebut sebagai ladang

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.

penghidupan ekonomi mereka dengan menyediakan fasilitas transportasi umum atau kendaraan umum.¹

PT. Indah Karya Madani adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi, dengan ciri khasnya berwarna biru-kuning. PT. Indah Karya Madani ini merupakan perusahaan jasa angkutan penumpang orang dan juga jasa angkutan barang. PT Indah Karya Madani terletak di jalan SM Amin kota Pekanbaru, dengan memberikan pelayanan rute ke seluruh Provinsi Riau yaitu Antar Kota Dalam Provinsi (AKDP) untuk jalur Provinsi Riau.

Perusahaan ini didirikan pada Tahun 1981 oleh Bapak Syaiful Alam, yang awal mulanya bekerja sebagai seorang *driver*. Dengan seiring berjalannya waktu beliau memutuskan untuk membuka jasa transportasi sendiri dengan nama Indah Karya. Atas kegigihannya dalam merintis usaha ini sehingga kini telah berkembang menjadi PT. Indah Karya Madani.

Rute yang disediakan awalnya hanya dari Pekanbaru ke Bagan Batu, yakni daerah Rokan Hilir yang berbatasan dengan Sumatera Utara. Kemudian seiring waktu rute ini mengalami penambahan rute perjalanan menuju daerah Kota Bagan Siapi-api dan Simpang Kanan. Hingga akhirnya PT Indah Karya Madani menjadi salah satu alat transportasi yang cukup diminati dari dalam maupun luar kota pengguna jasa transportasi. Hal ini didukung dengan data jumlah penumpang PT. Indah Karya Madani berikut ini.

¹ Raja Ikmal, "Pelaksanaan Pengawasan Lalu Lintas Angkutan Jalan Oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru". (Skripsi: Universitas Islam Riau, 2021), h. 4

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.

Berdasarkan perkembangan PT. Indah Karya Madani dapat dilihat data jumlah penumpang selama lima tahun terakhir 2018-2022.

Tabel I.1 Jumlah Penumpang PT. Indah Karya Madani

Tahun	Target Perusahaan (orang)	Jumlah Pelanggan yang diangkut (orang)	Persentase Pencapaian Target (%)
2018	14.040	11.170	79,55%
2019	15.840	10.995	69,41%
2020	18.000	11.014	61,18%
2021	18.000	11.880	66%
2022	18.000	10.126	56,25%

Sumber: Arsip PT. Indah Karya Madani Pekanbaru (di olah), 2024

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah penumpang yang menggunakan jasa PT. Indah Karya Madani pada tahun 2018 yaitu mencapai 11.170 orang. Namun, pada tahun 2019 terjadi penurunan jumlah penumpang menjadi 10.995 orang. Selanjutnya, pada tahun 2020 jumlah penumpang sedikit meningkat menjadi 11.014 orang. Pada tahun 2021, jumlah penumpang kembali naik menjadi 11.880 orang. Namun, di tahun 2022, jumlah penumpang mengalami penurunan signifikan menjadi 10.126 orang. Penurunan ini sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya persaingan dengan perusahaan transportasi lain di Pekanbaru yang menawarkan fasilitas yang lebih lengkap dan layanan fleksibel untuk memenuhi kebutuhan perjalanan konsumen. Kondisi ini menyebabkan pelanggan beralih ke kompetitor yang dianggap memberikan nilai lebih.

PT Indah Karya Madani menghadapi tantangan persaingan bisnis yang terus meningkat setiap tahun. Kondisi ini dipengaruhi oleh hadirnya beberapa

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.

layanan transportasi lain di Pekanbaru seperti PT. Karmila, PT. Kubu Lestari, Raja Travel, PT Rohil Prima Jaya, dan lainnya yang melayani rute yang sama, bahkan lebih luas, tidak terbatas pada rute Pekanbaru-Rokan Hilir saja. Pesaing tersebut juga menyediakan fasilitas yang lebih lengkap, seperti sabuk pengaman, AC dan makanan ringan, yang menjadi nilai tambah bagi konsumen dan membuat PT. Indah Karya Madani kalah bersaing.

Persaingan usaha yang semakin ketat saat ini mengharuskan perusahaan atau badan usaha untuk beroperasi seefektif dan seefisien mungkin. Keberhasilan dalam mencapai efektivitas dan efisiensi sangat bergantung pada kemampuan manajemen yang ada. Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia usaha terutama dalam sektor transportasi, maka perusahaan harus bersaing dalam mendapatkan penumpang. Para pelaku usaha akan berusaha untuk menciptakan, mengemas, dan memasarkan produk, baik barang maupun jasa sebaik mungkin agar diminati oleh konsumen.

Pengembangan usaha dalam suatu perusahaan sangat diperlukan apabila perusahaan tersebut ingin tumbuh dan berkembang menjadi lebih besar. Pengembangan usaha adalah aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha. Terdapat banyak faktor yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan agar perkembangan suatu industri dapat berjalan dengan cepat dan memberikan keuntungan serta nilai tambah bagi industri tersebut. Disisi lain usaha yang berkembang akan memberikan daya saing tersendiri sehingga usaha lain yang sejenis akan merasa tersaingi dan tidak akan timbul monopoli produk. Dengan persaingan

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.

tersebut maka bisa menghidupkan dunia usaha yang akhirnya sirkulasi ekonomi dan keuangan di masyarakat akan lebih baik dan daya beli masyarakat akan meningkat.²

Selain itu, analisis perencanaan strategi juga perlu dilakukan karena lingkungan internal dan eksternal setiap saat dapat berubah. Perubahan ini dapat berupa persaingan yang semakin ketat, peningkatan inflasi, penurunan/peningkatan tingkat pertumbuhan ekonomi, perubahan teknologi dan perubahan kondisi geografis yang menyebabkan perubahan selera konsumen. Adanya perencanaan strategis tersebut, perusahaan akan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal untuk mengantisipasi berbagai perubahan yang ada. Hal ini juga dapat membawa perusahaan pada keunggulan dalam persaingan dan memiliki produk/jasa yang sesuai dengan selera konsumen dengan dukungan optimal dari seluruh sumber daya yang dimiliki.³ Hal ini sesuai dengan tuntutan Al-Qur'an melalui surah Al-Hasyr: 18 tentang pentingnya seorang pelaku usaha untuk mengevaluasi langkah dan keputusan bisnisnya demi kemajuan di kemudian hari.

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu

² Adi Suparwo Et Al., “Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Baju Bayi Indra Collection”, Vol.1., No.2., (2018), h. 208–214.

³Eko Sulistyowati Irawan, “Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Bis Pariwisata Bimo Transport Yogyakarta”, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2006), h.2.

sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah Ayat 148).

Ayat ini mengajarkan pentingnya intropeksi diri dan perencanaan yang matang untuk masa depan, baik dalam konteks pribadi maupun bisnis. Dalam hal ini, analisis strategi usaha bisa dianggap sebagai alat yang mendukung proses tersebut dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Dalam konteks ini, kekuatan internal perusahaan harus mencerminkan nilai-nilai yang integritas, kualitas yang baik, dan kejujuran dalam setiap transaksi. Kelemahan yang teridentifikasi harus diatasi dengan cara yang transparan dan bertanggung jawab, sesuai dengan ajaran Al-Qur'an. Peluang yang ditemukan harus dimanfaatkan secara bijaksana dan tidak merugikan pihak lain. Dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan harus dihadapi dengan strategi yang adil dan tidak merugikan orang lain.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan perlu merumuskan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang. Berbagai teori dapat digunakan dalam menyusun strategi pengembangan usaha, diantaranya adalah teori bauran pemasaran (*marketing mix*), teori STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*), analisis *Porter's Five Forces*, dan analisis SWOT. Teori bauran pemasaran memberikan panduan dalam menentukan elemen-elemen penting seperti produk, harga, distribusi, dan promosi, yang perlu disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Teori STP membantu perusahaan dalam mengidentifikasi segmen pasar yang tepat, menentukan target yang potensial, dan memposisikan produk agar memiliki keunggulan kompetitif. Sementara itu, analisis *Porter's Five Forces* digunakan

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.

untuk menilai kekuatan persaingan dalam industri dan mengidentifikasi faktor eksternal yang mempengaruhi daya saing perusahaan.

Selain teori-teori tersebut, analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dipilih sebagai kerangka utama dalam penelitian ini karena kemampuannya untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai posisi strategis perusahaan. Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Alasan pemilihan analisis SWOT adalah karena pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk secara langsung mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan perkembangan bisnis, serta mengembangkan strategi yang relevan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada. Manfaat utama dari analisis SWOT adalah memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai kondisi perusahaan, sehingga membantu pengambil keputusan dalam merancang langkah-langkah strategis yang lebih efektif dan terfokus. Dengan memanfaatkan analisis SWOT, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki, memperbaiki kelemahan yang ada, dan mengantisipasi risiko yang mungkin muncul, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

PT Indah Karya Madani menghadapi berbagai masalah yang berpotensi mengurangi daya saing perusahaan. Selain persaingan ketat dengan perusahaan transportasi lain yang menawarkan fasilitas lebih lengkap dan rute lebih luas, perusahaan juga dihadapkan pada tantangan dalam memenuhi kebutuhan

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.

pelanggan yang beragam. Dalam wawancara dengan manajer PT Indah Karya Madani, Bapak Indra Saputra, beliau menjelaskan:

“kami melihat bahwa di daerah seperti Bagan Api dan Simpang Kanan banyak penumpang yang sebagian besar terdiri dari mahasiswa dan pekerja yang membutuhkan transportasi yang terjangkau dan aman. Untuk itu, kami berusaha menyediakan layanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga dapat memberikan kenyamanan bagi mereka. Untuk memastikan pelanggan tetap memilih menggunakan layanan kami, kami memberikan harga tiket yang lebih kompetitif tanpa mengurangi kualitas pelayanan, kami juga menyediakan layanan antar jemput yang memudahkan pelanggan, terutama untuk wilayah Simpang Kanan yang saat ini belum dilayani oleh kompetitor manapun.”⁴

Salah satu langkah yang telah dilakukan PT Indah Karya Madani untuk menghadapi persaingan ini adalah dengan menawarkan harga tiket yang lebih terjangkau dibandingkan beberapa kompetitor, sehingga menarik pelanggan yang mempertimbangkan aspek biaya. Selain itu, PT Indah Karya Madani juga membuka rute ke wilayah pedesaan seperti Simpang Kanan di pelosok Bagan Batu, di mana akses transportasi masih terbatas. Rute ini diperkenalkan untuk menjangkau pelanggan yang berada di daerah yang belum banyak dilayani oleh kompetitor, khususnya para mahasiswa dan pekerja yang merantau ke Pekanbaru.

⁴ Indra Saputra, Manajer PT Indah Karya Madani, wawancara (jum’at, 22 november 2024, pukul 08.00 WIB).

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.

PT Indah Karya Madani perlu untuk mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saingnya dalam mengembangkan usaha transportasi di Pekanbaru. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah dengan menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan atau analisis SWOT, seperti yang dilakukan oleh Haris Abi Afifi (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Jasa Transportasi Online: Studi pada U Street Lampung”. Dalam penelitian tersebut, hasil analisisnya menunjukkan bahwa Jasa transportasi online U Street Lampung berada pada kuadran I yaitu strategi SO atau strategi pertumbuhan yang agresif. Pada posisi ini artinya perusahaan pada posisi yang sangat menguntungkan dikarenakan U Street memiliki segmen pasar tertentu yang menjadi target pasarnya yaitu kalangan para mahasiswa. Pada posisi ini perusahaan memiliki kekuatan internal untuk memanfaatkan dan merebut peluang yang sebesar-besarnya.

Berdasarkan kondisi dari PT Indah Karya Madani, yang memiliki potensi yang besar, namun tidak berkembang sesuai dengan harapan. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Persaingan Bisnis pada Usaha Transportasi PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah”.

Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan terarah, maka diperlukan batasan masalah yang akan diteliti. Dan penelitian ini akan difokuskan pada strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh PT. Indah Karya Madani di

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.

Pekanbaru untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam menghadapi persaingan menurut perspektif ekonomi syariah.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha dalam persaingan bisnis PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru dengan analisis SWOT?
2. Bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap pengembangan usaha dalam persaingan bisnis PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan strategi pengembangan usaha dalam persaingan bisnis PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru dengan analisis SWOT
2. Untuk menjelaskan perspektif ekonomi syariah terhadap pengembangan usaha dalam persaingan bisnis PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembangan khazanah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah, terutama terkait strategi pengembangan usaha dalam persaingan bisnis.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi akademik sebagai tambahan mengenai dinamika bisnis dan persaingan dalam perspektif 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan, wawasan, serta rujukan di masa mendatang terkait topik ekonomi dan bisnis syariah.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi penulis: dapat memahami Strategi Pengembangan Usaha dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Usaha Transportasi PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah. Selain itu penelitian ini juga berfungsi sebagai persyaratan akademis untuk menyelesaikan Program Sarjanadi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
 - b. Bagi perusahaan: hasil penelitian dapat dijadikan masukan atau pertimbangan dalam menyusun perencanaan strategis pada peningkatan mutu layanan untuk daya saing dan keunggulan kompetitif transportasi.
 - c. Bagi masyarakat: dapat memberikan wawasan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengembangan ekonomi yang berlandaskan prinsip syariah.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah kerangka dasar untuk pembahasan skripsi yang terdiri dari bab dan sub bab yang saling terkait secara logis dan berfokus pada suatu masalah yang diteliti. Proses penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini mengacu pada Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum. Penulis membagi skripsi ini menjadi lima bab 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.

mempermudah penyampaian materi. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan Bab Pendahuluan. Dalam bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan uraian dari segi teori dalam penelitian ini, yang berkenaan dengan pengertian strategi pengembangan usaha, faktor-faktor strategi pengembangan usaha, macam-macam strategi pengembangan usaha, persaingan bisnis, dan analisis SWOT.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas jenis penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

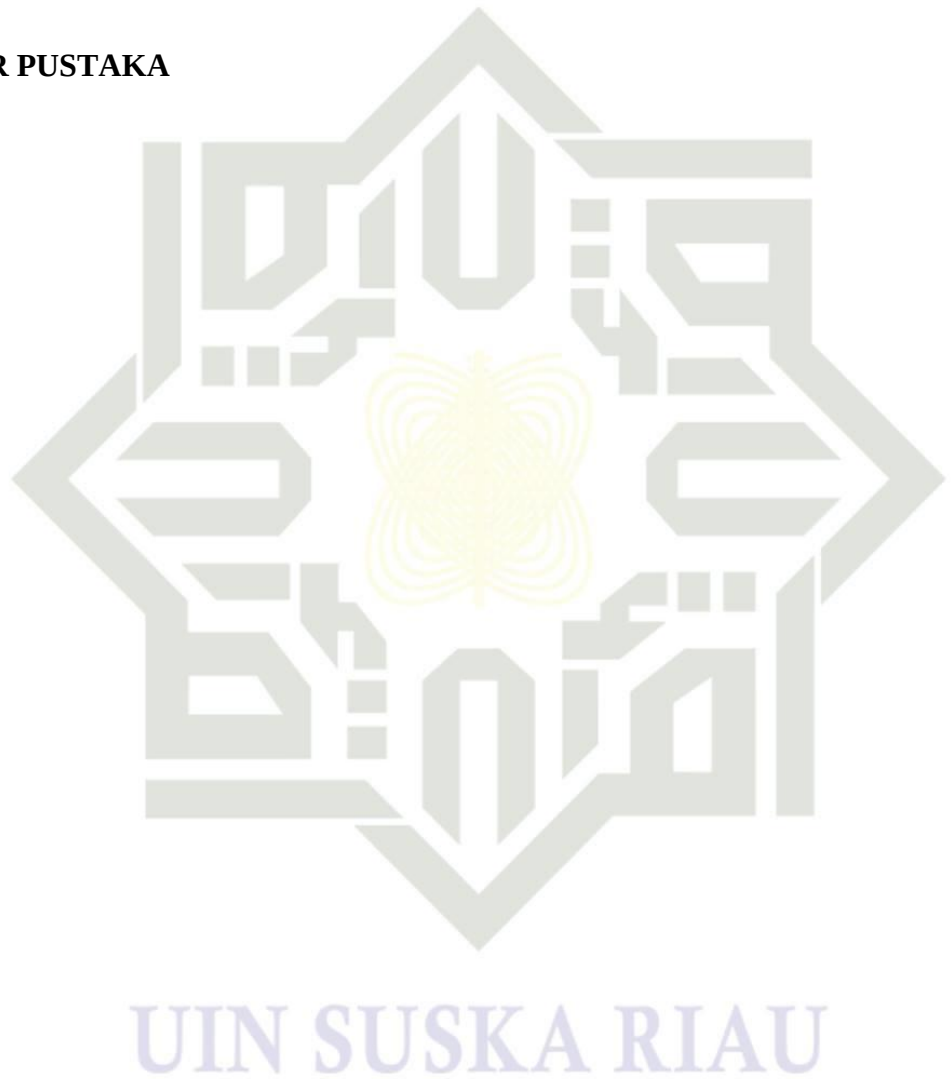
Pada bab ini akan memaparkan hasil penelitian terkait analisis strategi pengembangan usaha dalam persaingan bisnis pada usaha transportasi PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru perspektif ekonomi syariah.

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

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup, dimana penulis akan menyajikan kesimpulan dan saran yang diambil berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

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 II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teoritis

1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

Kata strategi asalnya dari bahasa Yunani, yaitu "*strategos*" (*stratos* artinya tentara dan *ag* artinya memimpin), yang berarti kepemimpinan atau upaya yang dilakukan dengan bantuan jenderal pertempuran dalam perencanaan untuk memenangkan pertempuran. Strategi secara umum yaitu suatu proses perencanaan dan penyusunan yang sesuai untuk mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan. Sedangkan secara khusus strategi adalah tindakan yang berkaitan dengan apa yang dibutuhkan konsumen di waktu yang akan datang.⁵

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁶ Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu proses yang dalam perencanaannya dapat mencapai tujuan dari suatu perusahaan atau organisasi. Dengan adanya strategi perusahaan akan dapat mengetahui potensi yang dijalankan apakah gagal atau berhasil, agar dapat dijadikan suatu pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan perusahaan tersebut di masa yang akan datang.

⁵Sedarmayanti, "*Manajemen Strategi*" (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), h. 2.

⁶Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 964.

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.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan merupakan istilah metode, upaya, tindakan memperluas. Pengembangan adalah upaya yang sudah direncanakan dari perusahaan untuk meningkatkannya pemahaman, keterampilan, dan kinerja anggotanya. Pengembangan lebih fokus pada tumbuhnya pemahaman untuk melakukan di waktu yang akan datang, melalui metode yang terikat dengan organisasi lain agar dapat memperbaiki perilaku kerja.

Freddy menjelaskan ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli, diantaranya:⁷

- a. Mahmud MachFoedz

Perkembangan usaha merupakan perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terstruktur dengan tujuan mendapatkan keuntungan finansial. Kegiatan ini dilakukan dengan memproduksi dan menjual barang serta jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

- b. Brown dan Petrello

Pengembangan usaha merupakan suatu entitas yang memproduksi barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat. Semakin tinggi permintaan konsumen, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sekaligus juga meraih keuntungan.

⁷Freddy Rangkuti, “Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis”, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 6-7.

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.

c. Steinfeld

Pengembangan usaha merupakan kegiatan penyediaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha misalnya, pedagang kaki lima yang tidak mempunyai surat izin tempat usaha.

d. Musselman dan Jackson

Pengembangan usaha merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomi masyarakat serta perusahaan yang terorganisir untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.

e. Allan Affuah

Pengembangan usaha ialah berupa rangkaian aktivitas yang dilakukan guna menciptakan nilai dengan cara mengubah serta mengembangkan berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang dibutuhkan konsumen.

Dalam pengembangan usaha ada suatu strategi, yaitu suatu tindakan mengambil keputusan kendali manajemen puncak untuk dilaksanakan dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, karakter dari strategi pengembangan bertujuan pada waktu yang akan datang. Strategi pengembangan memiliki ciri merumuskan dan memikirkan faktor dalam dan luar dengan maksud untuk dihadapi melalui sarana perusahaan.⁸

⁸ Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen", Jurnal S. Pertanian, Vol 3 (2017), h. 224.

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. Faktor-Faktor Strategi Pengembangan Usaha

a. Faktor Internal

1) Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan guna mencapai tujuan organisasi dengan cara bekerja sama secara tim.

2) Pemasaran

Pemasaran dapat dideskripsikan dengan proses pendefinisian, penciptaan, pengantisipasi, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa.

3) Keuangan

Keuangan adalah pembelajaran bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasikan, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu serta menghitung risiko dalam menjalankan proyek.

4) Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan atau menghasilkan dan menambah nilai guna terhadap suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan oleh orang atau badan.⁹

b. Faktor Eksternal

1) Ekonomi

⁹Diyanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satu Nusa, 2011), h. 32.

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.

Ekonomi adalah suatu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia berkaitan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan, meliputi produksi, konsumsi, dan distribusi terhadap barang dan jasa.

2) Sosial, Budaya, dan Lingkungan

Sosial adalah bagaimana individu berinteraksi satu sama lain.

Budaya adalah pola kehidupan yang berkembang dan dimiliki bersama oleh suatu kelompok, serta diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Lingkungan merupakan kondisi fisik yang mencakup keadaan SDA dengan kelembagaan.

3) Pemerintah

Pemerintah merupakan suatu organisasi yang memiliki wewenang untuk merumuskan dan menetapkan hukum serta peraturan di suatu wilayah.

4) Teknologi

Teknologi adalah semua alat dan sistem yang digunakan untuk menghasilkan barang yang diperlukan bagi keberlangsungan dan kenyamanan hidup manusia.

5) Kompetitif

Kompetitif adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan melalui karakteristik dan sumber daya yang memungkinkan mereka

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.

mencapai kinerja lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri dan pasar yang sama.¹⁰

3. Macam-macam Strategi Pengembangan Usaha

a. Strategi produk

Menurut Kotler dalam buku Bukhari Alma manajemen pemasaran dan pemasaran jasa menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan dari konsumen, karena konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan, akan tetapi juga bertujuan untuk memuaskan keinginan.¹¹

Sedangkan strategi produksi merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹² Dalam pemasaran produk, pelanggan akan memilih produk yang

¹⁰ Leni Retno Dwiningsih. "Strategi Pengembangan Usaha Toko Ayu Accessories Desa Sambontoro Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dalam Perspektif Ekonomi Islam". (Kripsi: IAIN Tulungagung, 2021), h. 14-19.

¹¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2016), h.139.

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, Rajawali Pers, 2013), h. 174.

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.

menawarkan mutu, kinerja terbaik dan inovatif dalam hal ini memuaskan perhatian untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.¹³

b. Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Jika salah menentukan harga maka akan berakibat tidak lakunya produk yang ditawarkan.¹⁴

Menurut payne dalam buku Ririn Tri Ratnasari Manajemen Pemasaran Jasa, tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut.¹⁵

- 1) *Survival*, tujuannya untuk meningkatkan profit ketika perusahaan dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan, sehingga perusahaan tetap bertahan hidup.
- 2) *Profit maximization*, penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan profit dalam periode tertentu.
- 3) *Sales maximization*, penentuan harga bertujuan untuk membangun market share dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
- 4) *Prestige*, penentuan harga bertujuan mempromosikan jasa perusahaan sebagai jasa eksklusif.

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 21.

¹⁴ Sofjan Assauri, *Op Cit.* h. 176.

¹⁵ Ririn Tri Ratnasari DKK, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2011), h. 61.

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.

- 5) ROI (*Return On Investment*), penentuan harga disusun berdasarkan rencana pencapaian *Return On Investment* atau tingkat pengembalian investasi.

Strategi harga harus ditentukan terlebih dahulu agar dalam pemasaran tidak memberikan harga sembarangan atau semau-maunya.

c. Lokasi dan Distribusi

Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Untuk mendorong penjualan melalui saluran distribusi dapat dilakukan dengan memberikan diskon khusus, bonus dan periklanan.

Lokasi (*place*) adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (berhubungan dimana lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa pada pelanggan). Lokasi berarti dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Ada 3 jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi yaitu sebagai berikut.¹⁶

- 1) Pelanggan mendatangi perusahaan: bila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan pelanggan sehingga mudah dijangkau.

¹⁶Ibid, h. 61

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) Pemberi jasa mendatangi pelanggan: dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tapi yang harus dipentingkan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- 3) Pemberi jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung: berarti *service provider* dan pelanggan berinteraksi melalui sarana tertentu, seperti telepon, komputer, dan surat. Dalam hal ini, lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi kedua belah pihak dapat terlaksana.

d. Promosi

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa, yakni:

1) Periklanan (*Adversiting*)

Periklanan merupakan komunikasi impersonal. Terdapat beberapa tujuan periklanan, yaitu sebagai berikut:

- a) Iklan yang bersifat memberikan informasi adalah iklan yang secara panjang lebar menerangkan produk jasa dalam tahap pengenalan untuk menciptakan permintaan atas produk tersebut.

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.

- b) Iklan membujuk adalah iklan yang digunakan dalam situasi persaingan untuk menciptakan permintaan produknya melawan merek yang lain.
 - c) Iklan pengingat adalah iklan diluncurkan saat produk mencapai kedewasaan, tujuannya agar pelanggan selalu ingat akan produk tersebut.
 - d) Iklan pemantapan adalah iklan yang berusaha menyakinkan pembeli bahwa mereka telah mengambil pilihan yang tepat.
- 2) Penjualan pribadi (*personal selling*), mempunyai peran penting dalam pemasaran jasa, disebabkan hal berikut:
 - a) Interaksi secara personal antara penyedia jasa dan pelanggan sangat penting.
 - b) Jasa tersebut disediakan oleh orang, bukan oleh mesin.
 - c) Orang merupakan bagian dari produksi.

Sifat *personal selling* dikatakan lebih luwes, karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli. Selain itu, tenaga penjual juga dapat segera mengetahui reaksi calon pembeli terhadap penawaran penjualan, sehingga dapat mengadakan penyesuaian-penyesuaian di tempat saat itu juga.
- 3) Promosi penjualan (*sales promotion*) semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang dan jasa dari produsen dan sampai pada penjualan akhir.

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) *Public Relation* (PR), merupakan kiat pemasaran penting lainnya, dimana perusahaan tidak harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi ia juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.

4. Tahap Pengembangan Usaha

Tahap pengembangan usaha adalah tahap akhir dari tahapan wirausaha. Tahap pengembangan usaha biasanya dilakukan setelah memperoleh hasil positif pada tahap mempertahankan bisnis, dalam artian usaha atau bisnis yang dilakukan tidak menemui kendala ketika melalui tahap mempertahankan bisnis. Dalam melakukan pengembangan usaha, seorang pengusaha dapat memilih dua macam pengembangan, yaitu:¹⁷

1) Pengembangan Usaha Vertikal

Pengembangan usaha vertikal adalah pengembangan usaha dengan memperbanyak jenis produk sejenis yang dihasilkan tanpa memproduksi produk-produk yang lainnya. Sebagai contoh seorang pengusaha baju muslim mengembangkan produk yang sebelumnya hanya memproduksi baju muslim yang berbahan dasar katun, namun saat ini diproduksi juga dengan bahan wol. Serta sebelumnya hanya memproduksi baju muslim berwarna putih, namun sekarang diproduksi juga produk dengan corak warna lainnya.

2) Pengembangan Usaha Horizontal

¹⁷ Veny Mayasari, Liliana, Agung Anggara Setno, *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*, (Jakarta: CV Penerbit Qiara Media, 2019), h. 37.

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.

Pengembangan usaha horizontal adalah pengembangan dengan memproduksi barang atau jasa yang benar-benar berbeda dari bisnis sebelumnya. Sebagai contoh seorang pengusaha baju muslim mengembangkan produknya dengan memproduksi aksesoris ibadah seperti kopiah, jilbab, serta sorban. Ketika memutuskan untuk memilih jenis pengembangan usaha horizontal seorang usaha harus melakukan analisis studi kelayakan bisnis seperti saat pertama kali akan memulai usaha. Hal ini disebabkan pengembangan horizontal dinilai lebih kompleks karena usaha yang dilakukan menghasilkan produk yang berbeda dari produk yang telah berhasil dijalankan sebelumnya.

5. Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam pengembangan usaha ada dua unsur yaitu:¹⁸

- 1) Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal)
 - a) Adanya niat dari diri pengusaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
 - b) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang atau produk dan lain-lain.
 - c) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukkan dan pengeluaran produk.

¹⁸ Mustaghfiroh, *Pengembangan Usaha Ikan Asap dengan Menggunakan SWOT (Studi Kasus pada Usaha Ikan Asap Kasmia Desa Goyangan Kec. Trangkil Kab. Pati)*, (Skripsi, STAIN Kudus, Kudus) 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.

2) Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)

- a) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
- b) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik atau kondusif untuk usaha.
- c) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui.
- d) Cakupan jajaran produk.¹⁹

6. Persaingan Bisnis

Persaingan berasal dari kata dasar “saing” yang artinya berlomba atau mengatasi, dahulu-mendahului, atau berarti usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, maupun pertahanan.²⁰ Dalam kamus manajemen, persaingan didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dari perusahaan yang masing-masing berusaha memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Sementara itu, secara umumnya persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha menarik konsumen dengan menawarkan harga yang kompetitif serta kualitas barang atau jasa yang baik.

Persaingan sehat dalam islam disebut dengan *Fastabiqul Khairat*. Hal ini dijelaskan dalam surat Al-Baqarah Ayat 148:

¹⁹Ulfa Hidayati, “Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Jatinegoro Kecamatan Pringsewu”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), h. 21-22.

²⁰Siti Hofifah, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Vol. 3., No. 2, (2020). h. 39.

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.

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah Ayat 148).

Dalam hadits juga dijelaskan persaingan dalam berbisnis: “Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Rasulullah SAW telah melarang untuk melakukan jual beli yang licik (menipu)”. (HR Ibnu Majah).

Berdasarkan ayat dan hadits diatas menjelaskan bahwa kita sebagai pebisnis harus bergegas dan berlomba dalam melakukan kebaikan. Sikap tersebut akan menumbuhkan persaingan yang sehat (*Fastabiqul Khairat*). Al-Quran menganjurkan pebisnis muslim untuk memberikan kebaikan dalam segala hal. Sebagai pengusaha muslim, kita diharapkan untuk memberikan kontribusi positif dalam persaingan bisnis dan menghadapinya tanpa merugikan atau menzalimi orang lain. Selain itu, persaingan bisnis bukan berarti menjatuhkan pesaingnya, melainkan upaya memberikan yang terbaik bagi bisnisnya sendiri. Dengan prinsip ini, para pesaing tidak akan menjadi serakah dengan berlomba mendapatkan keuntungan duniawi sebanyak-banyaknya.²¹

²¹ Ibram Adika Trio Fasya, “Strategi Pengembangan Usaha dalam Menghadapi Persaingan Penjualan Ayam Potong Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2023), h.34-35.

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.

7. Analisis SWOT

a. Pengertian SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan dalam mengevaluasi *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) pada suatu perusahaan dengan tujuan utamanya yaitu untuk mengetahui keadaan perusahaan tersebut secara lebih komprehensif.²² Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif yakni melakukan identifikasi yang baik antara sumber internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Teknik ini ditemukan oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada tahun 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data-data dari perusahaan Fortune 500.²³

Bila kita menguraikan SWOT satu persatu, maka pertama kali yang akan dibicarakan tentang kekuatan kita sebagai umat islam adalah keimanan. Ini adalah modal yang sangat besar dan tidak semua orang mendapatkan hidayah ini. Kemudian kekuatan lain ialah kesehatan, kemampuan berpikir, kesempatan melakukan hal-hal yang potensial dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita mungkin belum memiliki cukup ilmu, sebab dalam Islam sebuah ilmu harus mendahului amal. Sementara tantangan dalam kehidupan antara lain masalah pola kehidupan yang

²²Irham Fahmi, “*Manajemen Strategi*”, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), h. 252.

²³Moch Choiril Anwar, Meinarini Catur Utami, “*Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar*”, Jurnal sistem informasi, p-ISSN 1979-0767, (2012), h. 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.

sudah sangat dipenuhi dengan pola pikir materialistik yang sangat mengagungkan kesenangan dunia.²⁴

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan (*Strengths*) yaitu semua kemampuan perusahaan dalam mendukung proses pengembangan pada perusahaan. Adapun faktor-faktor dari kekuatan yaitu kompetensi khusus yang terdapat pada perusahaan yang berakibat pada kepemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran, seperti kekuatan pada sumber daya keuangan, citra usaha yang baik, keunggulan kedudukan di pasar, dan kepercayaan dari pihak yang berkepentingan atau yang berkaitan.²⁵

2) Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan (*weakness*) yaitu kekurangan atau keterbatasan dalam sumber daya yang dimiliki perusahaan, baik itu dalam keterampilan ataupun kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja perusahaan. Misalnya kekurangan dana, karyawan kurang kreatif dan malas, tidak adanya teknologi yang memadai dan sebagainya.

²⁴Nurul Khamidah, “Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis SWOT dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Usaha Sprei Lukis Bali “Mustika” di Kabupaten Batang”, (Skripsi: UIN Wali Songo, 2019), h. 61-62.

²⁵ Tuti Fitri Anggraini, “Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis dan Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia)”, Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, Vol. 2, No. 5, (2021)

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) Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) yaitu kesempatan yang menguntungkan bagi perusahaan dalam memaksimalkan probabilitas. Adapun faktor-faktor peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, seperti identifikasi segmen pasar, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta hubungan yang baik antara pemasok dengan konsumen dapat memberikan peluang bagi perusahaan.²⁶

4) Ancaman (*threats*)

Ancaman (*threats*) yaitu faktor lingkungan yang tidak menguntungkan perusahaan atau organisasi. Jika ancaman tidak segera diatasi, maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan baik di masa sekarang maupun yang akan datang. Adapun faktor-faktornya ialah adanya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, peningkatan kekuatan tawar pembeli atau pemasok, perubahan teknologi serta regulasi baru atau yang telah direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

b. Manfaat Analisis SWOT

Manfaat analisis SWOT yaitu dapat memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi, yaitu *strengths*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats*. Sehingga pengambil keputusan dapat melihat dari empat dimensi ini secara lebih keseluruhan. Memberikan pemahaman

²⁶Nurul Khamidah, *Op Cit.* h. 55.

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.

kepada para *stakeholders* yang berkeinginan untuk bergabung dengan perusahaan dalam suatu ikatan kerjasama yang saling menguntungkan. Dapat dijadikan sebagai rujukan pembuatan keputusan jangka panjang. Dan dapat dijadikan sebagai penilaian secara rutin dalam melihat *progress report* dari setiap keputusan yang telah ditetapkan selama ini.²⁷

c. Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal organisasi serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal organisasi. Analisis SWOT hanya bermanfaat dilakukan apabila secara jelas ditentukan dalam organisasi, apa organisasi beroperasi, dan ke arah mana menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan organisasi perusahaan dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Hasil analisis akan memetakan posisi organisasi terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran-sasaran organisasi selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan hidup perusahaan. Dalam melakukan suatu analisis, pastilah menetapkan tujuan yang akan dicapai dengan menggunakan analisis yang

²⁷Irfan Fahmi, *Manajemen Strategis*, (Bandung : CV Alfabeta, 2015) h. 254.

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.

dipilih, begitu pula dengan analisis SWOT. Berikut adalah beberapa tujuan dari analisis SWOT:²⁸

- 1) Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai input untuk merancang proses, sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif, dan efisien.
- 2) Untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu.
- 3) Mengetahui keuntungan yang dimiliki perusahaan kompetitor.
- 4) Menganalisis prospek perusahaan untuk penjualan, keuntungan, dan pengembangan produk yang dihasilkan.
- 5) Menyiapkan perusahaan untuk siap dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
- 6) Menyiapkan untuk menghadapi adanya kemungkinan dalam perencanaan pengembangan di dalam perusahaan.

d. Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT

Untuk menganalisis lebih dalam lagi mengenai analisis SWOT maka kita perlu melihat faktor internal dan eksternal yang merupakan bagian dalam analisis SWOT.²⁹

- 1) Analisis faktor internal

²⁸Erliningtias, "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Bersaing pada Usaha Della Laundry", (Skripsi: Universitas Semarang, 2020), h. 20-21.

²⁹Silvia Rahmawati dan Sutantri, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri," Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah, Volume 1, No. 2, (2019), h. 95.

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.

Lingkungan internal adalah keadaan sebuah organisasi yang terbentuk dari proses kerja sama ataupun proses konflik yang terjadi di dalam organisasi. Proses konflik dapat bersifat disfungsional atau bersifat fungsional. Setiap fungsi dan bagian organisasi, memiliki lingkungan internal. Oleh karena itu lingkungan internal harus diperhatikan. Lingkungan internal relatif lebih mudah dikendalikan dan dikelola oleh perusahaan dibandingkan dengan lingkungan eksternal.

Adapun faktor internal mempengaruhi terbentuknya *strength* dan *weakness* (S dan W). Faktor ini berkaitan dengan keadaan yang terjadi di dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan. Faktor internal mencakup semua jenis manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan. Selain itu data internal dapat diperoleh melalui laporan keuangan, laporan kegiatan sumber daya manusia, laporan kegiatan operasional dan laporan kegiatan pemasaran.³⁰

2) Analisis faktor eksternal

Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya *opportunity* dan *threat* (O dan T). Faktor ini berkaitan dengan keadaan yang terjadi di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry*

³⁰Freddy Rangkuty, "Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI", (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 24.

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.

environment) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.³¹

Selain itu data eksternal juga dapat diperoleh melalui analisis pasar, analisis kompetitor, analisis komunitas, analisis pemasok, analisis pemerintah, dan analisis kelompok kepentingan tertentu.

3) Tahapan analisis SWOT

a. Matriks SWOT

Alat yang digunakan untuk Menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Untuk lebih memudahkan menganalisa SWOT maka digunakan matriks berupa tabel yang digunakan perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman serta kombinasi dimana kekuatan bertemu dengan kesempatan adalah keadaan yang paling positif, dan kombinasi kelemahan dan ancaman adalah keadaan yang paling negatif dan harus dihindari, yang dapat dimasukkan ke dalam matriks sebagai berikut:

³¹Irham Fahmi, “*Manajemen Risiko Teori, Kasus dan Solusi*”, (Bandung: Alfabeta, 2015),



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.

Tabel II.1
Matriks SWOT

Faktor-Faktor Internal Faktor-Faktor Eksternal	(S) <i>Strengths</i>	(W) <i>Weakness</i>
	Strategi SO: Memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.	Strategi WO: Strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
(T) <i>Threats</i>	Strategi ST: Strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman.	Strategi WT: Strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Keterangan:

1) Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal.

2) Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

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

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang perusahaan dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4) Strategi WT

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat definisi dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.³²

b. Matriks IFAS

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* perusahaan. Tahapannya sebagai berikut:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang

³²Nur Lailul Rahmania, “Strategi Bersaing Pasar Tradisional di Era Digital”, (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2023), h. 23-24.

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.

besar (*rating* = 1), kelemahan yang kecil (*rating* = 2), kekuatan yang kecil (*rating* = 3), dan kekuatan yang besar (*rating* = 4). Jadi sebenarnya, *rating* mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

4. Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan skor.
5. Jumlahkan total skor masing-masing variabel. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Faktor-faktor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total			

Tabel II.2 Matriks IFAS

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.

c. Matriks EFAS

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor eksternal. Berikut cara-cara penentuan faktor eksternal:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan begitu nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
4. Kalikan masing-masing bobot dengan *ratingnya* untuk mendapatkan skor.
5. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan total skor perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

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.

Dalam matriks EFAS, kemungkinan nilai tertinggi total skor adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total skor 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total skor 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Faktor-faktor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total			

Tabel II.3 Matriks EFAS

Setelah hasil pemberian skor yang tersebut diperoleh, dapat dibuat *grafik positioning*, dimana sumbu vertikal menunjukkan total skor aspek eksternal dan sumbu horizontal menunjukkan total skor aspek internal. Dengan menggunakan matrik diagram analisis SWOT maka dapat digambarkan secara jelas mengenai ancaman dan peluang yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

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.

Gambar II.1
Diagram Analisis SWOT



Sumber: Freddy Rangkuti

- Kuadran 1: Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi berbagai kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

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.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan Internal.

8. Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Pengembangan Usaha dalam Persaingan Bisnis

Dalam perspektif ekonomi syariah, persaingan bisnis adalah suatu keniscayaan yang dapat mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Namun, persaingan ini harus dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah yang menjunjung tinggi nilai keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan bersama. Islam tidak hanya memandang persaingan sebagai alat untuk mencapai keuntungan, tetapi juga sebagai sarana untuk mewujudkan kemaslahatan umat. Oleh karena itu, pelaku usaha diwajibkan untuk menghindari segala bentuk persaingan yang tidak sehat, seperti monopoli, penipuan, dan tindakan lain yang merugikan pihak lain. Prinsip ini tercermin dalam beberapa poin penting yang menjadi pedoman dalam persaingan bisnis menurut ekonomi syariah, yaitu:³³

a. Kejujuran dalam praktik bisnis

Kejujuran dalam praktik bisnis merupakan salah satu prinsip utama yang ditekankan dalam ekonomi syariah. Dalam Islam, setiap transaksi bisnis harus dilaksanakan dengan niat yang tulus dan penuh tanggung jawab, tanpa ada penipuan atau manipulasi.

³³ Putri Wita, "Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi: IAIN METRO, 2019), h. 63.

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.

Kejujuran dalam bisnis diatur dengan tegas dalam Al-Qur'an,

Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3, yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ إِذَا كَالُوا هُمْ أَوْ
وَزَنُّوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: “Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!. (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.” (QS. Al-Mutaffifin: 1-3)

Ayat ini mengingatkan agar setiap pelaku bisnis menghindari praktik-praktik yang merugikan orang lain, seperti penipuan, pemalsuan, atau penggelembungan harga yang dapat merugikan konsumen atau pesaing.

b. Persaingan yang Adil dan Tidak Merugikan Pihak Lain

Dalam Islam, persaingan bisnis harus dilakukan secara adil tanpa merugikan pihak lain. Prinsip ini berakar pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis yang mendorong umat Islam untuk berbisnis dengan kejujuran, transparansi, dan niat untuk memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat. Surah An-Nisa ayat 135 menyebutkan pentingnya keadilan dalam segala aspek kehidupan, termasuk bisnis:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ أَوِ
الْوَالِدَيْنِ وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أُولَىٰ بِهَمَّا ۖ فَلَا تَتَّبِعُوا
الْهَوَىٰ أَنْ تَعْدِلُوا ۚ وَإِنْ تَلَوْا أَوْ تُعْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا

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.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak keadilan dan saksi karena Allah, walaupun kesaksian itu memberatkan dirimu sendiri, ibu bapakmu, atau kerabatmu. Jika dia (yang diberatkan dalam kesaksian) kaya atau miskin, Allah lebih layak tahu (kemaslahatan) keduanya. Maka, janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang (dari kebenaran). Jika kamu memutarbalikkan (kata-kata) atau berpaling (enggan menjadi saksi), sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap segala apa yang kamu kerjakan.” (QS. An-Nisa: 135).

Ayat ini menunjukkan bahwa dalam persaingan, tidak dibenarkan untuk menggunakan cara-cara yang merugikan pihak lain, seperti monopoli, penipuan, atau manipulasi harga. Islam mengharuskan pelaku usaha untuk menjaga keseimbangan antara keuntungan pribadi dan kebermanfaatan untuk masyarakat luas.

c. Mengedepankan Kualitas dan Inovasi dalam Bersaing

Kualitas produk atau layanan yang ditawarkan menjadi cerminan dari komitmen perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan, sementara inovasi memungkinkan perusahaan untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif. Dalam ekonomi syariah, kedua elemen ini tidak hanya dilihat dari segi keuntungan ekonomi, tetapi juga dari aspek etika dan kebermanfaatan bagi masyarakat luas.

Islam mengajarkan pentingnya kualitas dalam setiap transaksi dan produk yang dihasilkan. Surah Al-Mulk ayat 15 menyatakan:

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.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ
وَالِيهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dia (Allah) yang menjadikan bumi itu untukmu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah rizki yang diberikan-Nya. Alangkah baiknya apa yang Dia ciptakan!” (QS. Al-Mulk: 15)

Ayat ini menunjukkan bahwa setiap ciptaan Allah di dunia ini termasuk produk dan jasa yang ditawarkan oleh manusia harus memiliki kualitas yang baik dan bermanfaat. Dalam konteks bisnis, kualitas yang tinggi akan mendatangkan keuntungan tidak hanya dalam bentuk materi, tetapi juga dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

d. Tidak Menggunakan Cara-Cara Curang untuk Memenangkan Persaingan

Dalam Islam, berbisnis harus dilandasi dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan integritas. Oleh karena itu, tidak dibenarkan untuk menggunakan cara-cara curang atau tidak etis dalam upaya memenangkan persaingan di pasar. Cara-cara curang dalam bisnis seperti penipuan, manipulasi harga, atau menggunakan informasi yang menyesatkan bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya transaksi yang adil dan jujur.

Surah Al-Baqarah ayat 188 mengingatkan umat Islam untuk menghindari segala bentuk ketidakjujuran dalam transaksi:

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.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَآ إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui. (Al-Baqarah: 188)

Ayat ini secara eksplisit melarang praktik yang merugikan orang lain, seperti penipuan atau penggelapan informasi yang bisa mendistorsi persaingan. Dalam dunia bisnis, persaingan yang sehat hanya bisa tercipta apabila setiap pelaku usaha berkomitmen untuk tidak menggunakan cara curang demi memenangkan persaingan. Tindakan seperti memalsukan produk, menyebarkan fitnah tentang kompetitor, atau menetapkan harga yang tidak realistis untuk menyingkirkan pesaing jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel II.4
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian (tahun) / Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Haris Abi Afifi (Skripsi: 2022), “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Jasa Transportasi Online (Studi pada U Street Lampung)”	Jasa transportasi online U Street Lampung berada pada kuadran I yaitu strategi SO atau strategi pertumbuhan yang agresif. Pada posisi ini artinya perusahaan pada posisi yang sangat menguntungkan dikarenakan U Street memiliki segmen pasar tertentu yang menjadi	Sama-sama membahas strategi pengembangan usaha pada usaha jasa transportasi.	Objek penelitiannya berbeda dan penelitian ini tidak menggunakan perspektif ekonomi syariah.

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.

No	Penelitian (tahun) / Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	Ibram Adika Trio Fasya (Skripsi: 2023), "Strategi Pengembangan Usaha dalam Menghadapi Persaingan Penjualan Ayam Potong Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam"	Strategi yang dapat dilakukan oleh peternakan ayam ini yaitu dengan memiliki peluang yang cukup baik serta kelemahan yang harus diminimalisirkan maka strategi yang tepat harus dilakukan yaitu dengan memanfaatkan strategi WO (<i>Weakness of Opportunity</i>) supaya usaha bisa lebih berkembang. Strategi ini memiliki total bobot skor 4,30 yang mana usaha ini mampu untuk menggunakan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem pemasaran ayam adalah pelaku usaha ayam potong sudah memiliki kepribadian yang baik dan spiritual (takwa).	Sama-sama membahas strategi pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan dengan perspektif ekonomi islam.	Objek penelitiannya berbeda, yaitu pada penjualan ayam potong sedangkan penulis meneliti pada PT. Indah Karya Madani Pekanbaru
3	Risda Pratiwi (Skripsi: 2018), "Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis Swot (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. Uul Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)"	Hasil penelitian ditunjukkan dari diagram cartesius bahwa perusahaan berada pada kuadran I, yaitu progresif, yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi pengembangan usaha yang digunakan adalah dengan memproduksi rengginang pulut yang berkualitas, menjual	Sama-sama membahas strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT	Objek penelitian Risda pada usaha rengginang pulut, sedangkan penulis objek penelitiannya pada PT Indah Karya Madani yakni perusahaan jasa transportasi

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.

No	Penelitian (tahun) / Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Nurul Khamidah (Skripsi: 2019), "Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis Swot dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprei Lukis Bali Mustika di Kabupaten Batang"	Analisis strategi pengembangan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam yang diterapkan pada usaha tersebut sesuai dengan perspektif ekonomi Islam atau berpedoman pada kitab suci Al-Qur'an dan sabda Rasulullah SAW namun dalam analisis menggunakan matriks SWOT bahwa formulasi strategi yang tepat untuk mengatasi terjadinya fluktuatif pada usaha sprei lukis Bali "Mustika" di Kabupaten Batang adalah meningkatkan strategi pengembangan untuk semua jenis produk yang ditawarkan kepada pelanggan, menerapkan strategi penentuan harga yang tepat, menentukan tempat yang strategis serta menerapkan strategi promosi yang efektif sesuai perkembangan zaman sekarang.	Sama-sama membahas strategi pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT dan menggunakan perspektif ekonomi islam.	Objek penelitian ini pada usaha sprei lukis Bali Mustika sedangkan penulis objek penelitiannya pada PT Indah Karya Madani yakni perusahaan jasa transportasi
5	Sameeroh Yohtae (Skripsi: 2023), "Evaluasi Analisis Swot dalam Menetapkan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Perspektif Ekonomi Islam di Pratistha Harsa Purwokerto"	Strategi yang dapat digunakan Pasar Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto berdasarkan matriks SWOT dalam pengembangan bisnis kuliner ada beberapa strategi yang dapat digunakan diantaranya yaitu produk, promosi, harga, pelayanan, dan penjualan. Jika dilihat dari perspektif ekonomi Islam strategi yang digunakan oleh para penjual di Pasar	Sama-sama membahas strategi pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT dan menggunakan perspektif ekonomi islam.	Objek penelitian Sameeroh Yohtae yaitu usaha kuliner, sedangkan penulis objek penelitiannya pada PT Indah Karya Madani yakni perusahaan jasa transportasi

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.

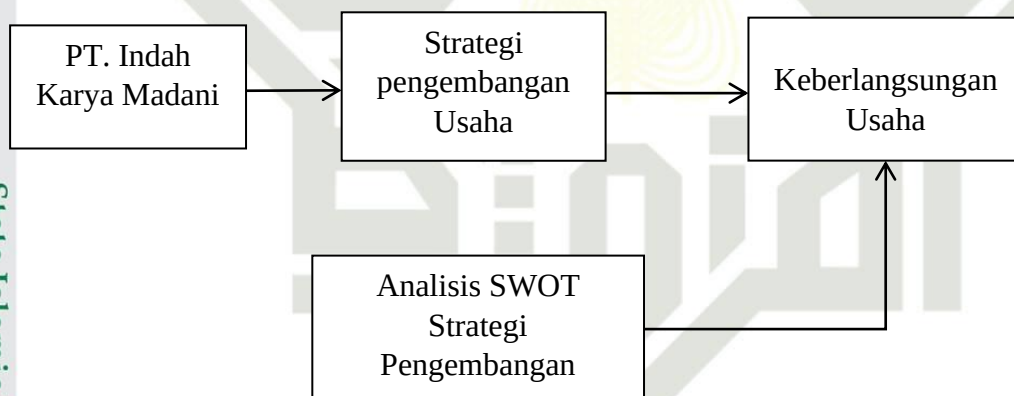
No	Penelitian (tahun) / Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Pratistha Harsa Purwokerto pada dasarnya telah memenuhi aspek kehalalan dari harga, layanan, dan produk yang dijual di pasar tersebut.		

Sumber: Data Olahan Peneliti

Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan teori dengan aplikasi penelitian. Adapun kerangka teoritis penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar II.2 Kerangka Teoritis



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

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan (*field research*) dimana data lapangan dijadikan sebagai fokus utama penelitian. Dari segi sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu suatu prosedur yang menghasilkan data yang bersifat deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.³⁴

Metode dalam penelitian ini adalah *mix methods*. *Mix methods* atau sering disebut dengan penelitian campuran ini merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif. Tujuannya adalah untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih objektif, komprehensif, valid, dan *realible*. Hal itu mencakup landasan filosofi penggunaan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan mengkombinasikan kedua pendekatan dalam penelitian ini.³⁵

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Indah Karya Madani di jalan SM. Amin/Arengka II ruko 40 No. 05 Pekanbaru. Lokasi ini dipilih sebagai fokus penelitian karena PT Indah Karya Madani merupakan salah satu perusahaan

³⁴Sugiono, “Memahami Penelitian Kualitatif”, (Bandung: Alfabeta, 2012), Cet.Ke-3, H.30

³⁵Mu'alifah, “Analisis SWOT Kinerja Karyawan dan Minat Nasabah dalam Peningkatan Kualitas Pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah Asri Tulungagung”, (Skripsi: IAIN Tulungagung, 2015), h. 47.

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.

yang memiliki sejarah panjang dalam melayani angkutan penumpang dan barang di wilayah Provinsi Riau. Berdiri sejak 1981, perusahaan ini mengalami penurunan jumlah penumpang yang signifikan karena persaingan yang semakin ketat dari perusahaan transportasi lain, sehingga diperlukan analisis mendalam mengenai strategi pengembangan usaha untuk menjaga daya saingnya.

Selain itu, dengan letaknya yang strategis dan dekat dengan beberapa pusat kegiatan ekonomi dan pendidikan di Pekanbaru, PT Indah Karya Madani memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan layanan dengan mengoptimalkan pasar penumpang di sekitarnya. Oleh karena itu, analisis terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan di lokasi ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna dalam merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan dinamika persaingan yang ada.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian adalah individu yang berfungsi sebagai sumber informasi, memberikan keterangan mengenai fakta atau pendapat yang relevan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.³⁶ Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah manajer, kasir, *driver* dan penumpang PT. Indah Karya Madani Pekanbaru.

Objek adalah fokus ilmiah yang dituju untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal yang objektif, valid dan reliabel

³⁶Tatang M Amirin, “Menyusun Rencana Penelitian”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1988), h. 135.

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.

terkait variabel tertentu. Dalam penelitian ini, objeknya adalah analisis strategi pengembangan usaha dalam persaingan bisnis.

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara yang akan dijawab oleh informan yaitu manajer, kasir, *driver* dan penumpang PT. Indah Karya Madani Pekanbaru untuk mengetahui strategi pengembangan usaha dalam persaingan bisnis pada PT. Indah Karya Madani Pekanbaru.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti catatan, buku, majalah, laporan keuangan, publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari sumber sekunder ini tidak perlu diolah lebih lanjut karena bersifat langsung memberikan informasi kepada pengumpul data.³⁷

E. Informan Penelitian

Informan adalah individu yang memberikan informasi atau data yang relevan dan bermanfaat untuk tujuan penelitian. Informan ini dipilih berdasarkan pengetahuan, pengalaman, atau posisi mereka yang dapat memberikan wawasan mendalam terkait topik yang diteliti. Terdiri dari dua yaitu *key informan* dan

³⁷Wiratna Sujarweni, “*Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 89.

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.

informan pendukung. Adapun *key informan* adalah individu yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mendalam terkait topik penelitian.

Dalam penelitian ini, *key informan* adalah manajer PT Indah Karya Madani, yang memiliki wawasan langsung mengenai strategi pengembangan usaha dan tantangan persaingan di sektor transportasi. Sedangkan informan pendukung adalah individu yang memberikan data tambahan untuk mendukung informasi dari *key informan*. Informan pendukung dalam penelitian ini mencakup seorang kasir, tiga orang sopir, dan lima orang penumpang PT Indah Karya Madani.

F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik Pengumpulan data merupakan metode untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan guna menjawab rumusan masalah penelitian. Secara umum, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi berdasarkan apa yang dilihat selama berlangsungnya penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden dalam bentuk tanya jawab secara tatap muka. Wawancara tidak hanya menangkap pemahaman atau ide, tetapi juga dapat menangkap

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.

perasaan, pengalaman, emosi, motif yang dimiliki oleh responden yang bersangkutan.

3. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan seperangkat pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada informan, yaitu seorang manajer, seorang kasir, tiga orang sopir, dan lima orang penumpang. Kuisisioner pada penelitian ini digunakan untuk menilai kondisi perusahaan dan tingkat kepentingan penanganan faktor-faktor SWOT saat ini.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan tertulis yang berfungsi sebagai sumber informasi mengenai berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu tertentu. Bahkan, literatur yang relevan juga termasuk dalam kategori dokumen yang mendukung penelitian.³⁸

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun dan mengorganisir data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya, sehingga data tersebut lebih mudah dipahami, dan hasilnya dapat disampaikan kepada orang lain.³⁹ Semua data dan informasi yang terkumpul dengan kebutuhan pemecahan rumusan masalah kemudian dianalisis menggunakan SWOT. Analisis SWOT dimaksudkan untuk mengidentifikasi

³⁸W. Gulo, “*Metodologi Penelitian*”, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), h. 79-83.

³⁹Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet. Ke-19, h. 224.

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.

faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi, sehingga strategi kebijakan dapat dirumuskan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) adalah suatu metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu kegiatan atau organisasi. Berikut ini adalah penjelasan mengenai analisis SWOT:

1. *Strength* (kekuatan) merupakan kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan.
2. *Weakness* (kelemahan) merupakan kondisi internal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai suatu objektif yang diinginkan.
3. *Opportunity* (peluang) merupakan kondisi eksternal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektifnya.
4. *Threats* (ancaman) merupakan kondisi eksternal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektifnya.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat kumpul data yaitu pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Mengelompokkan data yang telah didapat untuk diproses.
- b. Melakukan analisis SWOT.
- c. Memasukkan ke dalam matriks 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.

- d. Menganalisis strategi-strategi dari matriks SWOT.
- e. Merekomendasikan strategi yang telah dibuat kepada pihak pengelola.

1.) Tahapan dalam analisis SWOT

a. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* perusahaan. Tahapannya adalah :

- 1) Tentukan faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
- 3) Berikan rating 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor yang menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan *ratingnya* untuk mendapatkan skor.

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.

- 5) Jumlahkan total *score* masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matriks IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

b. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (responsangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
5. Kalikan masing-masing, bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
6. Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan total *score* perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

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.

Sudah tentu bahwa dalam *EFAS matrix*, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Setelah hasil pemberian skor yang tersebut diperoleh, dapat dibuat grafik *positioning*, dimana sumbu vertikal menunjukkan total skor aspek eksternal dan sumbu horizontal menunjukkan total skor aspek internal. Angka koordinat kedua aspek tersebut menunjukkan posisi yang bersangkutan. Dengan menggunakan matriks diagram analisis SWOT maka dapat digambarkan secara jelas mengenai ancaman dan peluang yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.



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

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh sumbu $X = 0,3$ dan $Y = 0,14$. Garis lurus pada diagram diatas menunjukkan titik koordinat pada posisi Kuadran I sehingga cocok menggunakan strategi SO. Yaitu dengan meningkatkan kualitas armada dan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan, membuat program loyalitas pelanggan, menambahkan rute pariwisata.
2. Dalam perspektif ekonomi syariah, PT Indah Karya Madani menjalankan persaingan yang sehat sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Perusahaan mengutamakan kejujuran, adil, inovasi, dan tanpa menggunakan cara curang untuk memenangkan persaingan. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong persaingan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga menjaga keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan bagi semua pihak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini.

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. Bagi PT. Indah Karya Madani

PT. Indah Karya Madani disarankan untuk dapat menerapkan beberapa strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT, yang dirancang untuk memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan, mengatasi kelemahan internal, memanfaatkan peluang, serta mengantisipasi ancaman yang ada dalam usaha transportasi. Implementasi strategi-strategi ini diharapkan dapat membantu perusahaan berkembang lebih baik dan menghadapi persaingan dengan lebih efektif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang meneliti topik serupa, disarankan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam, seperti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan data empiris yang lebih terukur terkait kepuasan pelanggan ataupun kinerja operasional PT. Indah Karya Madani.



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.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Diyanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka: Jakarta.
- Fahmi, Irham. (2015). *Manajemen Risiko Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: CV Alfabeta.
- Fahmi, Irham. (2015). *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- M Amirin, Tatang. (1988). *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, Fredy. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti, (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Cet. 3). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (cet. 19) Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Jurnal

- Afridhal, Muhammad. (2017). "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen", *Jurnal S. Pertanian*, Vol. 3.
- Hofifah, Siti. (2020). "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam". *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* Volume 3 Nomor 2.

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.

Moch Choiril Anwar, Meinarini Catur Utami. (2012). “Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar”. *Jurnal Sistem Informasi*, p-ISSN 1979-0767, h. 3.

Silvia Rahmawati dan Sutantri, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri,” *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, Volume 1, No. 2, (2019), h. 95.

Suparwo, Adi et., al. (2018). “Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Baju Bayi Indra Collection”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.1 No.2 No. E-ISSN: 2614-6711, h. 208-214.

Skripsi

Dwiningsih, Leni Retno. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha Toko Ayu Accessories Desa Sobontoro Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi: IAIN Tulungagung.

Hidayati, Ulfa. (2018). *Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam Persepektif Ekonomi Islam di Desa Jatinegoro Kecamatan Pringsewu*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Ikmal, Raja. (2021). *Pelaksanaan Pengawasan Lalu Lintas Angkutan Jalan oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru*. Skripsi: Universitas Islam Riau.

Istiqomah, Suci. (2022). *Analisis manajemen operasi jasa pada PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru*. Skripsi: Universitas Islam Riau.

Khamidah, Nurul. (2019). *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis Swot Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprei Lukis Bali “Mustika” Di Kabupaten Batang*. Skripsi: UIN Wali Songo.

Mu'alifah. (2015). *Analisis SWOT Kinerja Karyawan dan Minat Nasabah dalam Peningkatan Kualitas Pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah Asri Tulungagung*. Skripsi: IAIN Tulungagung

Rahmania, Nur Lailul. (2023). *Strategi Bersaing Pasar Tradisional di Era Digital*. Skripsi: IAIN Ponorogo.

Sulistyowati, Eko. (2006). *Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Bis Pariwisata Bimo Transport Yogyakarta*. Skripsi: Universitas Islam Indonesia.

Trio Fasya, Ibram Adika. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha dalam Menghadapi Persaingan Penjualan Ayam Potong Ditinjau dari*

Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Wita, Putri. (2019). *Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi: IAIN METRO



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.

Lampiran 2

Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian



Gambar 1 minibus PT Indah Karya Madani



Gambar 2 wawancara dengan kasir



Gambar 3 wawancara dengan *driver*



Gambar 4 wawancara dengan penumpang



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004 Telp/Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id, Email: fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5886/2024
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 14 Juni 2024

Kepada Yth.
Pimpinan PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : NOVA MELIZA
NIM : 12020521432
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : PT. Indah Karya Madani di Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :
Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Persaingan Bisnis pada Usaha PT. Indah
Karya Madani di Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



Dr. Zulkifli, M. Ag
NIP.19741006 200501 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

- Hal
1. l
- 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.



PT. INDAH KARYA MADANI PEKANBARU
Pekanbaru: Jl. SM. Amin Arengka II, ruko 40 no 05

Hal : Balasan
Kepada YTH : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN SUSKA RIAU

Di Tempat

Dengan Hormat

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indra Saputra
Jabatan : Pimpinan

Menerangkan bahwa,

Nama : Nova Meliza
NIM : 12020521432
Mahasiswa : UIN SUSKA RIAU

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul:

“Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Usaha PT Indah Karya Madani di Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 15 Agustus 2024

Hormat kami

Indra Saputra