

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang terus meningkat tentunya diiringi dengan persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha. UMKM merupakan usaha yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan diri sendiri maupun kelompoknya.²

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan salah satu sektor usaha yang memegang peranan penting dalam mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat dan menjadi tulang punggung yang dapat membantu perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan bagi para pengangguran, UMKM dapat memberikan sumbangan pendapatan karena banyaknya pelaku UMKM, yang berasal dari latar belakang manapun. UMKM memiliki keunggulan dalam memanfaatkan sumber daya alam, seperti perkebunan, peternakan, usaha pertanian tanaman pangan, perikanan, perdagangan, dan rumah makan.

Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2023 sebesar 61%, atau senilai dengan Rp9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian

² Fani, dkk., "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dihuntau Pombewe Kabupaten Sigi", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol. 2 No. 1 (2024), hal. 178-184

Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha.³ Hal ini menunjukkan bahwa UMKM telah terbukti mampu mendukung pertumbuhan ekonomi nasional karena mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB nasional dan penyerapan tenaga kerja. Sektor ini tidak bisa dianggap kecil atau remeh, namun dapat dilihat sebagai potensi yang besar bagi perekonomian Indonesia.

Dalam setiap masa krisis, UMKM menjadi penyangga atau *buffer* yang tangguh dan dapat pulih dengan kecepatan yang baik. Oleh karena itu, pengembangan UMKM merupakan syarat mutlak yang harus terus dijaga untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia yang lebih tinggi. Hal ini dibuktikan dengan Data Badan Pusat Statistik yang menunjukkan bahwa pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998, jumlah UMKM tidak mengalami penurunan, tetapi justru terus meningkat, bahkan mampu menyerap hingga 116 juta tenaga kerja pada tahun 2018 dan 119 juta tenaga kerja pada tahun 2019.⁴ Pada tahun 2019, jumlah perusahaan/pengusaha di Indonesia mencapai 65.471.134 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyumbang sebanyak 65.465.497 unit atau sebesar 99,99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau sebesar 5.637 unit, merupakan Usaha Besar (UB).

³ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, "Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi" dalam <https://www.ekon.go.id>, diakses 29 September 2024

⁴ Soni Gustika dan Karona Cahya Susena, "UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa", SN-EMBA (2022), hal. 101-108

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan aktif dalam mengembangkan suatu daerah/wilayah sehingga dapat meningkatkan usahanya dan meminimalisir angka kemiskinan di suatu daerah. Suatu usaha dapat dikatakan berkembang dengan baik apabila proses bisnisnya berjalan lancar dengan memaksimalkan tenaga kerja dalam produktivitas yang dijalankannya. Selain itu, usaha kecil menengah juga memerlukan strategi agar dapat mencapai suatu target sehingga segala sesuatunya akan terkendali dengan baik. Dengan menggunakan strategi, maka suatu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) akan dapat berkembang sesuai dengan harapan. Pengembangan organisasi merupakan suatu upaya terencana yang dikaitkan dengan peningkatan kreativitas, keterampilan, pemecahan masalah, pembelajaran dan pengembangan manusia dalam organisasi. Selain itu, dapat juga mengubah tujuan dan strategi, teknologi, desain pekerjaan, struktur, proses dan orang.

Pengembangan UMKM merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, peran pemerintah dan masyarakat sangat penting dalam meningkatkan pengembangan UMKM.

Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai instrumen peningkatan daya beli masyarakat pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM sangat strategis dalam menggerakkan

perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya meliputi hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok berpendapatan rendah. Oleh karena itu, pengembangan dengan fokus ke masa depan berdampak signifikan dalam jangka panjang, minimal dalam kurun waktu lima tahun, serta melibatkan pemikiran proaktif terhadap perubahan lingkungan bisnis dan pasar.⁵

Di Indonesia, berbagai program dan kegiatan dilaksanakan oleh pemerintah pusat dan daerah dalam rangka pengembangan UMKM. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyatakan bahwa pemerintah pusat dan daerah bersama-sama memberdayakan dan mengembangkan UMKM yang ada. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional.

Dampak Pandemi Covid-19 telah mendorong terjadinya pergeseran pola konsumsi barang dan jasa dari offline menjadi online. Potensi ekonomi digital di Indonesia sangat terbuka lebar, dengan jumlah penduduk terbanyak ke-4 di dunia dan perkembangan jaringan internet yang telah mencapai 196,7 juta jiwa, hal tersebut menjadi momentum untuk mengembangkan percepatan transformasi digital dalam memasarkan produk UMKM.

⁵ Patricia Evelyn Laksana, dkk., “Strategi Pengembangan UMKM Kota Batu Jawa Timur menuju Pertumbuhan Berkelanjutan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 8 No. 2 (2024), hal 569-585

Pemasaran mempunyai peranan yang berguna dalam mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran sangat berfungsi dalam mewujudkan rencana-rencana usaha. Hal ini dapat dicoba apabila perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dikelolanya. Dengan melakukan pemasaran yang tepat dan tepat sasaran maka posisi atau peranan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Dalam situasi ini, usaha yang telah dibangun harus menghadapi persaingan tersebut atau dengan pilihan lain keluar dari kancah persaingan. Oleh karena itu, pemasaran perlu mendapat perhatian serius dari para pelaku UMKM terutama dalam menentukan pemasaran harus benar-benar matang agar pemasaran yang dilakukan nantinya mampu menembus pasar di tengah persaingan yang tinggi.⁶

Dalam melakukan usaha bisnis di dalam islam ada batasan yang diperbolehkan (Halal) dan yang tidak diperbolehkan (Haram). Heri Kusworo mengatakan bahwa banyak pelaku UMKM di Kota Bekasi terjebak pinjaman online (pinjol) dan rentenir⁷. Pada November tahun 2021, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengadakan Ijtima' Ulama yang dalam salah satu poinnya membahas pinjol.⁸ Dalam ketentuan hukum yang dirilis, MUI dengan tegas menyatakan bahwa pada dasarnya transaksi pinjam-meminjam merupakan akad tolong-menolong (akad) antara satu dengan

⁶ Muslimin, dkk., "Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kec. Konda)", *Sultra Journal Economic and Business*, Vol. 3 No. 2 (2022), hal. 132-149

⁷ Achmad Nasrudin Yahya, "Banyak Pegiat UMKM Terjerat Pinjol, Heri Koswara Janji Berikan Modal dan Pelatihan" dalam <https://megapolitan.kompas.com>, diakses 13 Oktober 2024

⁸ Majelis Ulama Indonesia, "Apa Hukum Pinjol Menurut Islam? Begini Penjelasan Fatwa MUI" dalam <https://mui.or.id>, diakses 13 Oktober 2024

yang lain. Ijtima' Ulama MUI dengan tegas mengharamkan segala bentuk akad pinjam-meminjam yang mencari keuntungan, baik secara online maupun offline, karena termasuk riba. Sesuai dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah : 275

طُ الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا

Artinya: “dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Q.S. Al-Baqarah : 275)⁹

Ayat di atas dengan tegas menyerukan kepada umat Islam bahwa jual beli (bisnis) dibolehkan oleh Allah, baik berupa jual beli barang maupun jasa dengan pengertian bahwa jual beli itu melibatkan penyerahan barang atau jasa dari penjual dengan penggantian yang setimpal dari pembeli. Akan tetapi, Allah mengharamkan riba. Sebab, dalam riba tidak ada penyeimbang secara langsung.

Dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29, Allah juga berfirman:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha, dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian”. (Q.S. An-Nisa : 29)¹⁰

⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2019), hal. 70

¹⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2019), hal. 125

Ayat di atas menjelaskan bahwa Islam memperbolehkan jual beli yang benar dan tidak bertentangan dengan syariat Islam yaitu jual beli yang terhindar dari unsur riba, jual beli juga harus didasari rasa suka antara masing-masing pihak, lantaran jual beli adalah perwujudan berdasarkan interaksi antara sesama manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Islam memandang setiap umatnya berhak memiliki strategi atau keinginan agar bisnisnya berhasil, namun dalam menjalankan rencana atau strategi bisnis harus memperhatikan dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Islam juga menganjurkan umatnya untuk bekerja dan berperan aktif dalam menjalankan kegiatan di bidang ekonomi, perkebunan, pertanian, perdagangan, industri, dan periklanan. Islam memandang bekerja bukan hanya sebagai pemenuhan kebutuhan hidup, tetapi juga sebagai kewajiban agama, sehingga perlu memperhatikan proses dan cara kerja yang dapat berdampak pada hasil yang diperoleh, karena bisnis Islam menolak mengambil keuntungan yang tidak didasarkan pada pendapatan halal dari bisnisnya.

Sektor UMKM merupakan sektor yang penting di Provinsi Jawa Timur. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Andromeda Qomariah mengatakan bahwa kontribusi UMKM terhadap kinerja perekonomian Jawa Timur pada tahun 2023 sangat tinggi, yakni mencapai 58,36 persen.¹¹ Capaian tersebut meningkat signifikan dibanding tahun 2020 dan tahun 2021. Pada tahun 2020 kontribusinya mencapai 57,25 persen dan pada 2021

¹¹ Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, "Kontribusi UMKM pada Kinerja Ekonomi Jatim Meningkat 58,36 Persen" dalam <https://kominfo.jatimprov.go.id>, diakses 29 September 2024

meningkat menjadi 57,71 persen. Penyerapan tenaga kerja juga cukup besar, yakni mencapai 96,3 persen.

Kabupaten Jombang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah sebesar 1.159,50 km². Kegiatan ekonomi masyarakat Kabupaten Jombang meliputi sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perdagangan, UMKM, dan lain sebagainya. Sektor UMKM sendiri berjumlah 13.128 unit pada tahun 2023.¹² Salah satu jenis UMKM yang terdapat di Kabupaten Jombang adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Banyaknya perusahaan yang terjun di bidang kuliner, mendorong terciptanya persaingan dalam bidang tersebut. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu bertahan dan bersaing dengan produk-produk dari pengusaha lainnya.

Pesatnya perkembangan UMKM tidak lepas dari berbagai tantangan yang mendesak untuk segera diatasi. Tantangan tersebut antara lain keterbatasan kemampuan sumber daya manusia terutama dalam bidang manajemen dan pembukuan, keterbatasan dalam penyaluran atau pemasaran produk karena produsen lebih fokus pada proses produksi, keterbatasan dalam membangun kepercayaan dengan konsumen, minimnya monitoring dan evaluasi baik dari pemerintah maupun produsen sendiri, keterbatasan dalam pengembangan usaha karena minimnya sumber pembiayaan.¹³

¹² Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jombang, “Jumlah usaha mikro” dalam <https://sambang.jombangkab.go.id> diakses pada 29 September 2024

¹³ Syamsiah Muhsin, “Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 1 No. 2 (2022), hal. 67-78

Peran Ekonomi Syariah penting terhadap pengembangan UMKM, karena sistem ekonomi syariah merupakan salah satu cara untuk mengaplikasikan aktivitas usaha yang berlandaskan prinsip-prinsip Syariah, dimana perkembangan ekonomi syariah yang bertambah marak ini merupakan gambaran kerinduan umat Islam ketika menjalankan bisnis secara Islami, Beratnya persaingan antara pebisnis mengakibatkan adanya persaingan yang tidak sehat demi memperoleh keuntungan yang besar ataupun banyak dalam kegiatan peningkatan usahanya.

Pemahaman suatu produksi dalam Islam memiliki arti sebagai bentuk usaha dan pengembangan faktor-faktor sumber yang diperbolehkan untuk mendapatkan suatu keuntungan atau manfaat dari hasil produksi yang dijalankan dengan tujuan kesejahteraan masyarakat, menopang eksistensi serta ketinggian derajat manusia. Ada yang mengatakan bahwa produksi adalah usaha mengembangkan sumber daya alam agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia.¹⁴

Di dalam ekonomi Islam, menjalankan aktifitas jual beli harus dengan aturan Islam yang mengutamakan keadilan bersama tanpa ada yang merasa terzalimi, baik dari pihak pelaku UMKM maupun pihak pembeli. Dalam menjalankan pengembangan usaha, salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Jombang yaitu Berkah Fried Chicken diharapkan untuk mampu mengelola dan mengembangkan UMKM secara profesional sesuai peraturan ekonomi Islam agar terhindar dari sistem penjualan kapitalis.

¹⁴ Emi Suwarni, Kristina Sedyastuti, and A Haidar Mirza, "Opportunities and Obstacles of Micro Business Development in the Digital Economic Era," *Ikraith Ekonomika* 2, no. 3 (2019), hal. 29–34

Berkah Fried Chicken merupakan usaha kuliner siap saji dengan produk unggulannya adalah fried chicken. Usaha ini menawarkan pembelian produk fried chicken saja maupun paket fried chicken lengkap dengan nasi serta sambalnya. Konsumen dapat membeli produk ini dengan membeli langsung di outletnya. Selain Berkah Fried Chicken, terdapat beberapa usaha fried chicken di Kabupaten Jombang, seperti Hisana Fried Chicken, Hits Chicken, Ali Fried Chicken, Chicken Winners Patimura, Krezz Wafa Fried Chicken. Usaha-usaha tersebut tidak hanya menawarkan fried chicken saja, tetapi tersedia beberapa menu seperti kentang goreng dan berbagai minuman. Adanya menu yang bervariasi membuat konsumen tertarik untuk membeli produk usaha tersebut karena konsumen dapat memilih menu yang lain. Selain itu, usaha-usaha fried chicken di atas juga menawarkan pembelian melalui gofood maupun grabfood, sementara Berkah Fried Chicken belum tersedia dalam layanan antar pesan makanan.

Berbagai inovasi yang dilakukan oleh sesama pelaku usaha menimbulkan persaingan semakin ketat. Hal ini dirasakan oleh Berkah Fried Chicken dimana usahanya tidak selalu ramai dikunjungi oleh konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen lebih memilih mengunjungi restoran lain dengan produk unggulan yang sama. Berdasarkan wawancara salah satu konsumen yang bernama Bu Heni mengatakan bahwa beliau terkadang membeli fried chicken di Berkah Fried Chicken, tetapi terkadang membeli fried chicken di restoran lain karena menawarkan berbagai menu dan minuman serta juga dapat dikonsumsi secara *dine in*, sementara di Berkah Fried Chicken hanya menawarkan menu fried chicken dan tidak

menawarkan *dine in*. Konsumen lain yang bernama Bu Iva dalam wawancaranya mengatakan bahwa beliau lebih suka memesan makanan melalui layanan pesan antar makanan, seperti gofood maupun grabfood, sementara Berkah Fried Chicken belum tersedia di layanan pesan antar makanan. Oleh karena itu, Berkah Fried Chicken perlu melakukan inovasi untuk melebarkan sayapnya supaya lebih dikenal oleh konsumen dan dapat menarik perhatian konsumen.

Selain inovasi, hal yang tidak kalah penting adalah modal. Menurut Alma, sumber permodalan digolongkan menjadi 2 (dua), yaitu permodalan sendiri dan permodalan asing.¹⁵ Permodalan asing mencakup dana pinjaman dari kerabat, teman, bank swasta maupun bank asing. Permodalan dari dana pinjaman dengan mensyaratkan tambahan sejumlah uang dari pokok pinjaman merupakan riba, sedangkan riba adalah dosa besar. Oleh karena itu, Pak Darmadi selaku pemilik dari Berkah Fried Chicken memilih untuk mendirikan usaha tersebut dengan modal sendiri. Berdasarkan wawancaranya beliau mengatakan bahwa memberi nafkah untuk keluarga harus berasal dari yang halal karena akan menjadi pertanggungjawaban di hadapan Allah Swt kelak. Menurut Pak Darmadi, mendirikan usaha dari modal sendiri juga menjadi tantangan dalam menjalankan usaha. Harga bahan baku, seperti ayam, tepung, minyak goreng yang mengalami fluktuasi tetapi tidak diiringi dengan hasil penjualan yang meningkat signifikan menjadi salah satu faktor kendala dalam Berkah Fried Chicken.

¹⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 249

Urgensi adanya penelitian ini kian dibutuhkan sebab dalam mengembangkan bisnisnya, pemilik Berkah Fried Chicken tetap mengedepankan nilai-nilai keislaman. Sehingga menarik untuk dikaji, sudah sejauh mana penerapan nilai-nilai keislaman tersebut, mulai dari permodalan, kualitas produknya, sumber dayanya, dan unsur-unsur lainnya.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada UMKM Berkah Fried Chicken Kabupaten Jombang dalam Perspektif Ekonomi Islam**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Berkah *Fried Chicken* Kabupaten Jombang?
2. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM Berkah *Fried Chicken* dalam mengembangkan usaha yang dijalankan?
3. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengembangan strategi UMKM Berkah *Fried Chicken*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Berkah *Fried Chicken* kabupaten Jombang
2. Untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi UMKM Berkah *Fried Chicken* Kabupaten Jombang dalam mengembangkan usaha yang di jalankan.

3. Untuk mendeskripsikan penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengembangan strategi UMKM Berkah *Fried Chicken*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini di harapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan mampu sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang sesuai dengan mata kuliah Ekonomi Syariah, khususnya bagi pengembangan dan peningkatan penjualan UMKM Berkah *Fried Chicken* Kabupaten Jombang

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan saran dan pertimbangan untuk pembuatan langkah kebijakan, maupun strategi yang berkaitan dengan strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh UMKM dalam perspektif ekonomi islam.

E. Penegasan Istilah

- a. Definisi Konseptual

1. Strategi

Strategi direncanakan untuk penyesuaian dengan lingkungan dalam maupun luar. Strategi merupakan sebuah pilihan yang ingin

dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut.¹⁶

2. Pengembangan

Pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuannya, sebagai bekal untuk selanjutnya atas prakarsa sendiri menambah, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.¹⁷

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.¹⁸

¹⁶ Mawardi, dkk., "Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus UMKM Karya Salungka Bima Kecamatan Woha)", *Economics Science and Administration*, Vol. 1 No. 2 (2024), hal. 22-36

¹⁷ Mawardi, dkk., "Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus UMKM Karya Salungka Bima Kecamatan Woha)", *Economics Science and Administration*, Vol. 1 No. 2 (2024), hal. 22-36

¹⁸ Tulus T.H Tambunan, *UMKM Di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hal. 16

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini. Adapun sistematika penulisan skripsi dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

1. Bagian awal

Terdiri dari halaman sampul luar, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan daftar abstrak.

2. Bagian Utama (Inti)

Terdiri dari beberapa bab dan masing-masing bab memiliki penjabaran masing-masing, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini terdiri dari Latar belakang masalah, Fokus penelitian, Tujuan penelitian, Batasan masalah, Kegunaan manfaat, Penegasan Istilah, dan Sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI, bab ini berisi penjelasan-penjelasan keputusan yang berfungsi sebagai acuan teoritik dalam melakukan penelitian, di dalamnya dijelaskan mengenai strategi berbagai daftar ilmu dan rujukan terkait strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan produk.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini tentang penulis memberikan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi peneliti dan subyek penelitian, metode pengumpulan data yang terdiri dari sumber dan jenis data (kata-kata dan tindakan, sumber tertulis, foto), metode

pengumpulan data (*Observasi*, *Interview* (Wawancara), dan dokumentasi), analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB IV HASIL PENELITIAN, bab ini menguraikan tentang pertama, sejarah berdirinya UMKM Berkah Fried Chicken Jombang, Visi, Misi, Tujuan, Keadaan, Lokasi, Keadaan produk yang diteliti, *Owner* dan Karyawan, Sarana dan Prasarana, Kedua, laporan hasil penelitian berupa paparan data dan analisisnya.

BAB V PEMBAHASAN, Bab ini berisi tentang temuan penelitian yang merupakan pembahasan terhadap hasil penelitian yaitu terkait dengan strategi pemasaran usaha UMKM Berkah Fried Chicken Jombang.

BAB VI PENUTUP, bab ini terdiri atas kesimpulan terhadap pembahasan data-data yang telah dianalisis dan saran sebagai bahan pertimbangan dan menjadikan sumbangan pemikiran bagi lembaga atau instansi khususnya di UMKM Berkah Fried Chicken Jombang.

Bagian akhir akan memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi proposal, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.