

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada UMKM Onde-Onde Ubi Ungu Bu Menik Kabupaten Jombang Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Ekonomi Islam” ini ditulis oleh Mohamad Zainul Abidin, NIM. 1860402223196, pembimbing Sofarul Mubarak, M.H.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, UMKM, Analisis SWOT, Ekonomi Islam

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik di Kabupaten Jombang dalam meningkatkan penjualan perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam kondisi usaha, strategi yang diterapkan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangannya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang diterapkan meliputi aspek pemasaran, inovasi produk, pengelolaan keuangan, sumber daya manusia (SDM), dan pemanfaatan teknologi. Pada aspek pemasaran, UMKM telah mengombinasikan metode konvensional dan digital, meskipun pemanfaatannya belum optimal. Dari sisi produk, inovasi dilakukan melalui variasi rasa dan penggunaan bahan baku lokal berupa ubi ungu sebagai keunggulan kompetitif. Pengelolaan keuangan masih bersifat sederhana, sementara pengelolaan SDM mengedepankan pendekatan kekeluargaan yang mampu meningkatkan loyalitas karyawan. Selain itu, pemanfaatan teknologi sudah mulai diterapkan melalui media sosial dan sistem pembayaran digital.

Analisis faktor internal dan eksternal menggunakan pendekatan SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada keunikan produk, kualitas yang terjaga, serta loyalitas pelanggan. Sementara itu, kelemahan utama meliputi keterbatasan pemasaran digital, manajemen keuangan yang belum sistematis, dan keterbatasan kapasitas SDM. Peluang yang dimiliki antara lain meningkatnya minat terhadap produk kuliner lokal dan dukungan pemerintah, sedangkan ancaman berasal dari persaingan usaha dan perubahan preferensi konsumen.

Dari perspektif ekonomi Islam, UMKM ini telah menerapkan nilai-nilai kejujuran, amanah, keadilan, serta prinsip halal dalam aktivitas usahanya. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang direkomendasikan menekankan pada penguatan digitalisasi, peningkatan kapasitas SDM, pengelolaan keuangan berbasis syariah, serta inovasi produk yang berorientasi pada kemaslahatan. Dengan strategi yang terintegrasi dan sesuai prinsip syariah, UMKM diharapkan mampu meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha.

ABSTRACT

The thesis entitled “Development Strategy of Micro, Small and Medium Enterprises in Bu Menik Purple Sweet Potato Onde-Onde UMKM, Jombang Regency in Increasing Sales from an Islamic Economic Perspective” was written by Mohamad Zainul Abidin, NIM. 1860402223196, with supervisor Sofarul Mubarak, M.H.

Keywords: Development Strategy, MSMEs, SWOT Analysis, Islamic Economics

This study aims to analyze the development strategy of Bu Menik's Purple Sweet Potato Onde-onde Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Jombang Regency to increase sales from an Islamic economic perspective. This study uses a qualitative approach with descriptive methods, which aims to understand in-depth the business conditions, strategies implemented, and factors influencing its development. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation.

The results indicate that the implemented development strategy encompasses Marketing, product innovation, financial management, human resources (HR), and technology utilization. In terms of Marketing, the MSME has combined conventional and digital methods, although its utilization has not been optimal. Product innovations include flavor variations and the use of local raw materials, such as purple sweet potatoes, as a competitive advantage. Financial management remains simple, while human resource management prioritizes a family-like approach that fosters employee loyalty. Furthermore, technology has begun to be utilized through social media and digital payment systems.

Analysis of internal and external factors using a SWOT approach indicates that key strengths lie in product uniqueness, maintained quality, and customer loyalty. Meanwhile, key weaknesses include limited digital Marketing, unsystematic financial management, and limited human resource capacity. Opportunities include growing interest in local culinary products and government support, while threats stem from business competition and changing consumer preferences.

From an Islamic economic perspective, this MSME has implemented the values of honesty, trustworthiness, justice, and halal principles in its business activities. Therefore, the recommended development strategy emphasizes strengthening digitalization, enhancing human resource capacity, Sharia-based financial management, and product innovation oriented toward the welfare of the community. With an integrated strategy in accordance with Sharia principles, the MSME is expected to increase sales and business sustainability.