

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pengembangan pembangunan ekonomi nasional merupakan salah satu hasrat yang harus dicapai dalam suatu negara. Hal tersebut membuka peluang besar untuk para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Pada beberapa dekade terakhir, peluang bisnis dalam mendirikan usaha sangatlah berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan penopang perekonomian masyarakat. Pada saat terjadinya COVID-19 hampir 80 persen usaha-usaha yang dikategorikan sudah besar mengalami kerugian bahkan kebangkrutan dan saat itu yang dapat bertahan yaitu Usaha-usaha mikro kecil dan menengah dengan segala keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki.

Perkembangan zaman yang semakin cepat dan pesat menjadikan kebutuhan hidup yang semakin meningkat. Hal ini mendorong masyarakat untuk lebih berfikir untuk meningkatkan taraf hidup agar dapat bertahan dimasa-masa sulit. tidak lain dengan berwirausaha. Wirausaha adalah suatu proses dimana menerapkan kreatifitas dan inovasi dalam menemukan persoalan dan membuka peluang untuk memperbaiki kehidupan. Memperbaiki kehidupan tidaklah menjadi

kesulitan bagi sebagian orang, bisa saja memulainya dengan usaha rumahan (*home industry*).²

Home industry merupakan usaha rumahan dengan penjualan produk barang atau juga perusahaan kecil. Karena dipusatkan pengolahannya dengan segala kegiatan dipusatkan di rumah dan termasuk usaha kecil menengah. Usaha kecil dan menengah (UKM) ini secara jelas dimuat dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 milyar.³ Kriterianya jelas harus warga negara Indonesia, berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentuk badan usaha perorangan, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum. Home industry dapat berarti industri rumah tangga, karena termasuk dalam kategori usaha kecil dan menengah yang dikelola keluarga.

Indonesia dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) dari masa ke masa mengalami peningkatan. Selain berperan sebagai pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM berperan dalam pendistribusian dari beberapa hasil pembangunan, dan sebagai penggerak pertumbuhan dari berbagai aktivitas ekonomi nasional. UKM di Indonesia menganut cakupan yang luas pada seluruh sektor perekonomian. UKM juga merupakan penyedia utama pembuka lapangan

² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006), hlm. 17

³ Ferra Pujiyanti, *Perpajakan dan UKM*, (Jakarta: Lembar Pustaka Indonesia, 2015), hlm. 6

kerja dan memberikan kontribusi yang positif pada perekonomian. Tidak hanya UKM saja, tetapi mulai dari Usaha mikro hingga menengah telain memberikan pengaruhnya di Indonesia Ini.

Sofjan Assauri menyebutkan dalam setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu tetap hidup dan berkembang, tujuan ini dapat dicapai melalui usaha-usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba pada perusahaan. Usaha ini pun dapat dilakukan apabila suatu perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan pada penjualannya, melalui ini dapat mencari dan menemukan pelanggan baru, bahkan dapat menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila dalam melakukan pemasaran strategi yang dipakai mampu dalam menggunakan kesempatan atau peluang pada pemasaran produk atau jasa, sehingga posisi atau kedudukan suatu perusahaan dalam pasar tetap bertahan dan meningkat.⁴

Sebuah perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan dalam persaingan pemasaran. Hal tersebut dapat mengenali bagaimana kondisi sebuah usaha, sehingga dapat meminimalisir ancaman. Oleh karena itu seorang pengusaha dalam menentukan strategi bersaing dan mengambil keputusan harus mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaannya. Banyak perusahaan ketika menggunakan analisis SWOT dapat mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strength*), kelemahan

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Kossel dan Strategi*. (Jakarta: Rajawali Pers. 2015), hlm. 115

(*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang merupakan hal yang penting bagi perusahaan terhadap lingkungan usaha dan potensi dalam sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi dalam mewujudkan misi dan visinya.

Analisis SWOT adalah suatu cara dalam mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis yang berada dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*weaknesses*), dan ancaman (*threats*).⁵ Analisis SWOT memiliki dua faktor internal dan eksternal. Dimana faktor internal mencakup faktor kekuatan dan kelemahan yang berada dalam organisasi, bisnis, atau sebuah perusahaan/usaha. Sedangkan faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman dalam faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh suatu perusahaan.

Melakukan suatu usaha hendaknya kita sebagai umat Muslim selalu mengutamakan keimanan dalam melakukan suatu hal. Keimanan adalah hal utama yang menjadi kekuatan untuk mengerjakan sesuatu yang kita inginkan. Modal keimanan mewujudkan kemampuan berpikir dan mempunyai kesempatan untuk melakukan hal yang positif. Kelemahan manusia yang belum mempunyai ilmu yang cukup, menjadikan suatu tantangan tersendiri dalam kehidupan antara lain berdasarkan pada pola kehidupan yang sudah dipenuhi dengan pola pikir yang

⁵ *Ibid.*, hlm. 15

materialistis dengan mendahulukan kehidupan duniawi. Motif mencari keuntungan sering kali menjadikan seseorang untuk berbuat sesuka hati dan melanggar aturan agama Islam. Sebagian besar manusia beranggapan bahwa saat menjalankan bisnis dituntut untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Oleh karena itu, banyak sekali yang menghalalkan berbagai macam cara agar memperoleh keuntungan yang diharapkan. Para pelaku bisnis memiliki kecenderungan untuk melakukan tabrakan kepentingan, bahkan saling membunuh, sehingga pelaku bisnis yang kuat lebih mendominasi, sedangkan yang lemah terperosok disudut-sudut ruang bisnis⁶. Sehingga terjadi ketidakadilan dan merugikan orang lain. Selain itu tindakan yang serakah lambat laun akan mendapatkan balasan kerugian terhadap bisnisnya. Oleh karena itu, ajaran Islam menjadi dasar cara mengembangkan usaha diantaranya yaitu⁷: *Pertama*. Niat yang baik merupakan pondasi dari amal perbuatan. Jika niatnya baik dalam usaha maka amalnya juga baik, sebaliknya jika niatnya buruk, maka amalnya akan buruk. *Kedua*. Memiliki akhlak yang baik, pada posisi ini seseorang yang berakhlak dalam membangun kegiatan ekonomi yang menjadi tujuan utamanya yaitu dakwah, sebagai penyempurna akhlak.

⁶Muhammad dkk, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Jogyakarta: BPFE. 2005), hlm. 67

⁷Hilma Yuniar dan Deden Gandana, Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*. Vol. 1 No. 1 (2022), hlm. 30

Dalam ajaran islam yang harus dipahami yaitu, mengenai praktik-praktik bisnis yang seharusnya dilakukan oleh setiap manusia. Bisnis yang sesuai dengan ajaran islam dalam bentuknya tidak dibatasi oleh jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, akan tetapi dibatasi dengan cara memperoleh dan pendayagunaan harta dengan aturan halal dan haram⁸. Karena itulah seorang Muslim yang akan menjadi pelaku bisnis harus memahami hukum-hukum dan aturan Islam. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al- Baqarah (2) : 188.⁹

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”.

Ketika berbisnis, Rasulullah selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka dapat diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak. Selain itu bentuk keadilan dalam bisnis adalah bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba karena riba mengakibatkan eksploitasi dari yang kaya kepada yang miskin. Pentingnya strategi

⁸Fakhry Zam-zam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. (Sleman : Penerbit Deepublish, 2020), hlm. 12

⁹ Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Depok: PT Insan Media Pustaka, 2019), hlm. 42

pengembangan bisnis islam untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana usaha yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produknya sesuai dengan prinsip-prinsip islam. ¹⁰.

Menerapkan etika bisnis Islam terdapat prinsip-prinsip yang menjadi rujukan dan harus ada pada para pelaku bisnis muslim dalam menjalankan aktivitas bisnisnya agar sesuai dengan apa yang Tuhan ridhai dan perintahkan. Prinsip tersebut juga menjadi acuan dan ukuran apakah pebisnis tersebut sudah menerapkan etika bisnis Islam atau belum. Menurut Abdul Aziz terdapat 5 prinsip etika bisnis Islam diantaranya yaitu prinsip tauhid (*unity*), prinsip keseimbangan (*equilibrium*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*), dan prinsip kebajikan (*benevolence*).¹¹ Dalam penerapan etika bisnis Islam, pebisnis tidak hanya semata-mata untuk mencari keuntungan duniawi, melainkan untuk meraih maslahat dan kebahagiaan di akhirat kelak. Sehingga kegiatan bisnis dengan menerapkan etika bisnis Islam merupakan salah satu ikhtiar seorang muslim untuk meraih ridha Tuhan.

Dengan analisis SWOT perusahaan dapat menjalankan rencananya dengan baik. Perusahaan dapat memilih strategi apa yang cocok digunakan dalam menganalisis perusahaannya. Dalam faktor internal dan eksternal banyak metode yang dapat diaplikasikan, seperti menggunakan matrik SPACE, matrik BGC,

¹⁰Norva Dewi. *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 1 (2015), hlm. 38

¹¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 47

matrik IE, dan matriks IFAS EFAS. Dalam penelitian ini menggunakan matriks IFAS dan EFAS.

Matriks IFAS dan EFAS ini nantinya dapat dianalisis dengan hasil skor yang telah diolah sebelumnya. Pada perusahaan-perusahaan yang memiliki usaha dapat menerapkan dengan metode ini, bukan tidak mungkin jika usaha-usaha kecil menengah menerapkan metode ini, seperti warung nasi goreng Pak Dobles di Desa Panggungrejo, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung.

Warung nasi goreng Pak Dobles ini merupakan usaha yang bergerak pada bidang industri makanan yang bertempat di D Desa Panggungrejo, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung. Dimana produk yang dihasilkan warung nasi goreng Pak Dobles ini berupa aneka masakan nasi goreng dengan berbagai variasi. Apabila warung nasi goreng Pak Dobles memiliki berbagai kekuatan dalam usahanya, maka hal ini dapat menjadi peluang perusahaan untuk mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang lama, dimana setiap harinya akan semakin besar. Jika pelanggan bertambah maka omzet penjualan setiap hari akan naik

Tabel 1.1 Data Omzet Penjualan 2022-2025

Tahun	Omzet	Rata-rata Perbulan
2022	Rp 194.400.000	Rp 16.200.000
2023	Rp 298.800.000	Rp 24.900.000
2024	Rp 410.400.000	Rp 34.200.000
2025	Rp 110.880.000	Rp 22.176.000

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Data yang ada dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa omzet penjualan Warung Nasi Goreng Pak Dobles mengalami kenaikan pada tahun 2022 hingga 2025. Pada tahun 2022 omzet penjualan mendapat omzet yang paling sedikit diantara tahun-tahun yang lain, karena dampak dari COVID-19.

Omzet penjualan adalah seluruh jumlah penjualan yang ada pada barang ataupun jasa dalam beberapa kurun waktu tertentu, yang penghitungannya didasarkan pada jumlah uang yang didapat. Meningkatnya omzet penjualan produk merupakan strategi yang harus diambil.¹² Pasalnya jika produk yang dijual sesuai dengan harapan konsumen, maka tidak heran pelanggan akan bertambah. dan anggapan terhadap produk yang dijual di Warung Nasi Goreng Pak Dobles ini akan semakin dikenal masyarakat luas.

Pengenalan produk secara luas ini, tentunya memiliki kendala dari berbagai faktor, salah satunya yaitu semakin banyaknya pesaing dalam berbagai usaha, khususnya makanan dengan bidang nasi goreng sejenis. Keadaan ini tentunya akan mempengaruhi omzet penjualan pada Warung Nasi Goreng Pak Dobles sendiri. Persaingan antar usahawan tentunya harus ekstra melakukan perbaikan mutu dan pelayanan agar dapat bersaing dengan usaha lainnya. Berikut pesaing dibidang usaha sejenis yang ada di Tulungagung:

¹² Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, (Yogyakarta: ANDI, 2015), hlm. 289

Tabel 1.2 Data Pesaing dari Usaha Sejenis di Tulungagung

No.	Nama Pemilik/ Usaha	Produk	Alamat
1	Nasi Goreng Mas Jalu	Nasi goreng, Mie goreng, Mie Rebus	Jl. KH Wachid Hasyim No.27. Ds. Kauman. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
2	Nasi Goreng cikrak "OGES KANE"	Nasi goreng, Bakmie goreng, Bihun goreng, Kwetiau	Ds. Batangsaren. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
3	Nasi goreng Mbak Iya	Nasi goreng, Mie goreng, Mie Rebus	Ds. Balerejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
4	Nasi goreng areng POM Ngemplak	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng, Mie kuah	Jl. KHR Abdul Fattah No.34. Ds. Botoran, Kec. Kauman. Kabupaten Tulungagung
5	Nasi goreng Pak Bagio	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng, Mie godog, Krengsengan	Jl. KHR Abdul Fattah No.36, Ds. Batangsaren. Kec. Kauman, Kab. Tulungagung
6	Nasi Goreng Pak Taji	Nasi goreng, Mie goreng, Mie godog	Ds. Panggungrejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
7	Nasi goreng Si Mbah	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng, Mie godog	Ds. Panggungrejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
8	Nasi Goreng 99 Cak Gondrong	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng, Mie godog, Sop Ayam, Krengsengan	Ds. Panggungrejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
9	Nasi Goreng Citra Rasa	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng, Mie godog, Sop Ayam, Krengsengan	Ds. Panggungrejo. Kec. Kauman, Kab. Tulungagung
10	Nasi goreng Bu Yanah	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng, Mie godog	Ds. Panggungrejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
11	Nasi goreng Pak Dobles	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng, Mie godog, Sop Ayam, Krengsengan	Ds. Panggungrejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
12	Warung Dalem Pak Geng	Nasi goreng, Nasi Mawut, Mie Goreng, Mie Kuah, Soup, Capcay, Capcay Mie, Tamie Capcay, Koloke, Fuyunghay	Ds. Panggungrejo. Kec. Kauman, Kab. Tulungagung
13	Nasi goreng KPK	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng, Mie godog	Jl. Arjuna No.15. Sidorejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung
14	Depot Cinta Rasa	Nasi Goreng, Mie Goreng, Mie kuah	Jl. Semeru. Ds. Sidorejo. Kec. Kauman, Kab. Tulungagung.

Lanjutan tabel 1.2 Data Pesaing dari Usaha Sejenis di Tulungagung

No.	Nama Pemilik Usaha	Produk	Alamat
15	Nasi Goreng dan Mie Pak Bambang	Nasi Goreng, Bakmie, Capjay, Sop Capjay	Ds. Sidorejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung.
16	Warung Satrio	Nasi goreng, Mie goreng, Mie godog	Jl. Jayeng Kusuma No.17. Ds. Sidorejo. Kec. Kauman. Kab. Tulungagung.
17	Nasi goreng Pak Sur	Nasi goreng, Nasi mawut, Mie goreng,	Jl. Argopuro No.29. Morungan. Ds. Bolorjo. Kec. Kauman.

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Salah satu ciri khas warung nasi goreng Pak Dobles adalah dengan bumbu yang kuat dan ukuran yang besar dengan harga yang relatif murah, sehingga ketika konsumen akan mengonsumsi nasi goreng pak Dobles ini, maka sekali makan akan terasa lebih kenyang dan puas daripada usaha nasi goreng sejenis yang ada di Tulungagung. Selain itu nasi goreng pak Dobles sendiri memiliki berbagai varian harga, agar konsumen dapat memilih harga yang disesuaikan dengan budget saat membeli. Berikut daftar harga yang ada di warung nasi goreng Pak Dobles Desa Panggungrejo, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung:

Tabel 1.3 Data Harga Nasi Goreng Pak Dobles

Menu	Harga
Nasi Goreng Super Jumbo	Rp. 20.000
Nasi Goreng Mawut Super Jumbo	Rp. 20.000
Nasi Goreng Pedas Jumbo	Rp. 15.000
Nasi Goreng Pedas Medium	Rp. 10.000

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Varian harga yang ada di warung nasi goreng pak Dobles ini menentukan atau tidaknya pengaruh terhadap penjualan, jika harga semakin murah maka pembeli akan semakin banyak. selain itu harga merupakan suatu penentu bagi penjualan produk dan menentukan posisi persaingan penjualan di pasarnya. Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi usaha dan menentukan kemampuan bersaing dalam mempengaruhi konsumen.

Maka dari itu, peneliti memilih warung nasi goreng Pak Dobles Desa Panggungrejo, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung sebagai objek penelitian. alasannya yaitu pertama, usaha ini belum pernah di jadikan sebagai objek penelitian, padahal jika dilakukan penelitian dapat menjadi daftar baru dalam keilmuan khususnya pada variabel-variabel terkait dan sebagai tambahan wawasan serta pengetahuan baru. Kedua, jika melihat omzet penjualan dari tahun ke tahun merupakan penghasilan yang sangat luar biasa di warung nasi goreng Pak Dobles ini, jika dalam pengelolaan produksinya bagus . maka dapat menghasilkan dampak yang luar biasa. Baik dari sumber daya usahanya, karyawan dan masyarakat luas, serta untuk negara. Dampak positif ini salah satunya dapat menambah omzet penjualan semakin tinggi, memberikan lapangan kerja untuk seluruh masyarakat di sekitar dan meningkatkan derajat bagi perekonomian dan menyejahterakan masyarakat sekitar, dan dapat memberikan kontribusi bagi negara. serta mengurangi daftar kemiskinan dan pengangguran bagi negara.

Dari uraian konteks penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang analisis SWOT dalam meningkatkan

omzet penjualan pada UKM, sehingga peneliti mengambil judul mengenai “Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Omzet Penjualan Ditinjau dalam Etika Bisnis Islam Pada Warung Makan Pak Dobles Kauaman Tulungagung”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana analisis swot dalam menentukan strategi bisnis guna meningkatkan Omzet penjualan Pada warung makan Pak Dobles?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bisnis Pada warung makan Pak Dobles?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui analisis swot dalam menentukan strategi bisnis guna meningkatkan pendapatan jualan Pada warung makan Pak Dobles.
2. Untuk Mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bisnis Pada warung makan Pak Dobles.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Peneliti mengharapkan dengan adanya pembahasan mengenai penelitian ini akan mengembangkan disiplin ilmu pengetahuan mengenai

perekonomian, terutama pada usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan omzet penjualan produk dengan pendekatan analisis SWOT.

2. Secara Praktis

a. Bagi pemilik Warung Nasi Goreng Pak Dobles

Hasil pemikiran ini sebagai sumbangsih pemikiran yang diharapkan dapat membantu usaha dagang warung nasi goreng Pak Dobles. Dalam mengembangkan usahanya dengan analisis kekuatan dan kelemahan yang ada pada kondisi eksternal maupun internal. Sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan yaitu strategi yang sesuai dengan kekuatan yang dimiliki perusahaan.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini sebagai sumbangsih kepada kepustakaan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan terutama bagi mahasiswa fakultas ekonomi bisnis islam dalam hal manajemen strategi.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti-peneliti selanjutnya terutama yang berkaitan dengan analisis SWOT, serta menjadi acuan secara mendalam yang berkaitan dengan tema yang relevan.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman serta dapat mewujudkan kesatuan pandangan dan pemikiran, perlu adanya penegasan istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).¹³

b. Strategi Bisnis

Konsep strategi merupakan sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap pengusaha dalam segala macam bidang usaha. Pimpinan suatu organisasi setiap hari berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatankekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan,

¹³ Thamrin Abdullah & Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers. 2016), hlm. 2

peraturan, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat inkremental atau senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan di masa depan. Strategi bisnis adalah tindakan yang dilakukan atas dasar pengambilan keputusan untuk mencapai target dan tujuan bisnisnya. Dengan kata lain, strategi bisnis adalah aksi dan proses mendukung aktivitas bisnisnya sehingga mendapatkan keuntungan.¹⁴

c. Omzet Penjualan

Menurut swastha Memberikan pengertian omzet Penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barangbarang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu atau dalam satu proses akuntansi.²⁰ Menurut Chaniago memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu.¹⁵

Omzet penjualan mencerminkan total pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan dari aktivitas bisnis intinya, dan ini adalah salah satu

¹⁴ Thomas Sumarsan, *Sistem Pengendalian Manajemen*, (Jakarta Barat: Indeks Permata Puri Media, 2013), hlm. 60

¹⁵ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2023) hlm.

metrik utama untuk mengukur kinerja keuangan suatu bisnis. Omzet penjualan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti penjualan produk fisik, jasa, lisensi, royalti, atau penjualan digital. Ini mencakup semua transaksi yang menghasilkan pendapatan untuk perusahaan, baik kepada pelanggan individu, bisnis, atau pihak lain yang mungkin membeli produk atau layanan perusahaan.

d. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam dapat didefinisikan sebagai penggunaan akhlak dalam setiap kegiatan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, oleh karena itu tidak perlu lagi dikhawatirkan kebenarannya.¹⁶ Sehingga yang dimaksud etika bisnis Islam adalah aturan-aturan yang ditegakkan di dalam perusahaan, mencakup semua bidang bisnis yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadist.

2. Definisi Operasional

Dilihat dari unsur operasional penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana menerapkan analisis SWOT untuk menentukan strategi bisnis dan mempengaruhi volume penjualan di Warung Nasi Goreng Pak Dobles.

¹⁶ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 171