# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Konteks Penelitian

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner menunjukkan dinamika yang semakin kompetitif, terutama pada produk makanan siap saji yang diminati berbagai kalangan. Salah satu produk yang mengalami pertumbuhan pesat adalah dimsum, baik di perkotaan maupun di wilayah kabupaten. Dalam penelitiannya, Sudaya, dkk. menjelaskan bahwa Dimsum berasal dari bahasa Kantonis yang berarti makanan kecil, sedangkan dalam bahasa Mandarin disebut *dianxin*, yang bermakna "sedikit dari hati".[2] Dimsum merupakan makanan asal Tiongkok yang kini populer dan digemari di Indonesia, serta sering dipilih sebagai alternatif makanan ringan untuk dikonsumsi di sela aktivitas masyarakat yang padat.[3] Tren kuliner ini kemudian berkembang pesat karena meningkatnya minat terhadap kuliner bercita rasa oriental yang turut mendorong perkembangan usaha dimsum, sebagaimana terlihat pada UMKM Dimsum Ratu Tulungagung di Kabupaten Tulungagung yang memproduksi dan memasarkan dimsum dengan segmentasi pasar yang luas.

---

[2] I Dewa Gede Mahadita Sudaya, Amoga Lelo Octaviano, and Anis Raharjo, "Makanan Dimsum Dalam Karya Food Photography," *Retina Jurnal Fotografi* 2, no. 1 (2022): 70–79, https://doi.org/10.59997/rjf.v2i1.1299.

[3] Dedin Finatsiyatull Rosida and Fetty Tri Anggraeny, "Bhakti Inovasi Bagi Masyarakat Dalam Edukasi Manfaat Dan Diversifikasi Olahan Dimsum Innovation Service to Society in Education on The Benefits and Diversification of Processed Dimsum," *DIANDRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2023): 52–58.

Dimsum Ratu Tulungagung merupakan UMKM kuliner yang secara aktif melakukan berbagai upaya pengembangan usaha untuk meningkatkan omzet dan mempertahankan daya saing di tengah meningkatnya jumlah pelaku usaha sejenis. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM khususnya Dimsum Ratu Tulungagung, tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga strategi pengelolaan usaha yang tepat, baik dari sisi internal maupun eksternal. Dalam konteks ini, strategi pengembangan usaha menjadi faktor penting dalam menentukan keberlanjutan UMKM, khususnya dalam menghadapi perubahan selera konsumen, fluktuasi permintaan pasar, serta tekanan kompetitif dari usaha sejenis.

Dimsum Ratu Tulungagung menjadi salah satu usaha kuliner yang menunjukkan perkembangan dinamis sejak didirikan pada Agustus 2019 oleh *owner* yaitu Nurul Muslikah, seorang pelaku usaha dengan pengalaman panjang di bidang *marketing*. Berawal dari dapur rumah dengan modal pribadi dan dukungan keluarga, usaha yang berlokasi di Jl. MT. Haryono No. 52A, Tulungagung ini tumbuh berkat kekuatan *branding* dan komunikasi personal. Perkembangan tersebut mendorong Dimsum Ratu Tulungagung membuka tiga *outlet* di lokasi strategis yaitu di depan Crown Victoria Hotel, Afa Ada Grosera Botoran, dan Pujasera Timur Masjid Agung Aloon-Aloon Tulungagung sehingga memperluas jangkauan pasar dan mengukuhkan posisinya sebagai *brand* dimsum lokal yang mudah diakses konsumen menengah ke atas.[4]

[4] Wawancara dengan Nurul Muslikah selaku pemilik Dimsum Ratu Tulungagung, Tanggal 2 November 2025

Dinamika pertumbuhan tersebut tidak hanya mencerminkan keberhasilan strategi internal usaha, tetapi juga menunjukkan bagaimana UMKM lokal dapat berkembang selaras dengan iklim kebijakan dan dukungan eksternal yang lebih luas dalam ekosistem pengembangan UMKM.

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) berperan penting sebagai instrumen peningkatan daya beli masyarakat sekaligus penyangga dalam menghadapi krisis ekonomi. Patricia Evelyn Laksmana, dalam penelitiannya memaparkan bahwa pengembangan UMKM dinilai strategis karena mencakup hampir seluruh sektor usaha dan memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan kelompok berpenghasilan rendah. Dengan demikian, pengembangan UMKM yang berorientasi ke depan dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis serta pasar memiliki dampak signifikan dalam jangka panjang.[5]

Pemasaran memiliki peran strategis dalam keberhasilan UMKM sebagai sarana utama untuk menjaga dan meningkatkan penjualan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga perencanaan pemasaran yang tepat menjadi

[5] Patricia Evelyn Laksmana, Henny Setyowati, dan Rizky Pramudito, "*Strategi Pengembangan UMKM Kota Batu Jawa Timur Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan,"* Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi 8, no. 2 (2024): 569–585, diakses Oktober 2025, https://ijmea.web.id/index.php/ijmea/article/view/455.

kunci keberlanjutan usaha.[6] Peran ini sejalan dengan karakteristik UMKM sebagai usaha produktif yang dijalankan secara mandiri oleh individu atau kelompok, yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga bertujuan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha, keluarga, dan lingkungan sekitarnya.

UMKM berperan sebagai pilar utama karena kemampuannya menyerap tenaga kerja, mendistribusikan kesejahteraan, serta menjaga stabilitas ekonomi melalui aktivitas produksi, penjualan, dan konsumsi. Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023 menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja melalui lebih dari 65,5 juta unit usaha, sehingga menjadikannya sektor strategis dalam menggerakkan ekonomi dan menekan kemiskinan.[7] Sejalan dengan itu, berbagai kajian, termasuk yang dikemukakan oleh Aprieni et al., menegaskan bahwa UMKM tidak hanya berkontribusi besar terhadap PDB, tetapi juga berfungsi sebagai penopang stabilitas ekonomi nasional dan penyedia lapangan kerja bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.[8] Peran tersebut juga tercermin pada skala mikro, seperti pada UMKM Dimsum Ratu Tulungagung, yang melalui aktivitas produksi, penjualan, dan pencapaian omzet turut mendukung keberlanjutan ekonomi lokal sekaligus memperkuat stabilitas ekonomi secara lebih luas.

---

[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] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, "Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi," accessed October 14, 2025, https://www.ekon.go.id.

[8] Aprieni, Farida R. Meilantika, Lastriana Sihotang & Febrina V. Rachma S., "UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 2 No. 4 (2024)

Pencapaian omzet Dimsum Ratu Tulungagung pada periode Mei hingga Oktober 2025 menunjukkan dinamika yang fluktuatif dan belum konsisten antarbulan.

**Tabel 1.1 Data Omzet Dimsum Ratu Tulungagung Bulan Mei - Oktober 2025**[9]

| No | Bulan | Omzet |
|---|---|---|
| 1 | Mei - 2025 | Rp. 160.360.000 |
| 2 | Juni - 2025 | Rp. 155.439.000 |
| 3 | Juli – 2025 | Rp. 165.243.500 |
| 4 | Agustus – 2025 | Rp. 187.714.500 |
| 5 | September – 2025 | Rp. 154.350.000 |
| 6 | Oktober – 2025 | Rp. 158.053.000 |

Sumber: *Laporan Omzet Dimsum Ratu Tulungagung Bulan Mei - Oktober 2025 (data diolah peneliti)*

Berdasarkan data omzet tersebut, capaian penjualan mengalami kenaikan pada bulan Juli dan mencapai titik tertinggi pada bulan Agustus, namun kembali menurun pada bulan September dan Oktober. Pola ini menunjukkan bahwa meskipun aktivitas produksi dan penjualan berlangsung setiap hari dengan volume yang relatif besar, capaian omzet belum membentuk tren pertumbuhan yang stabil dan berkelanjutan. Jika diakumulasikan dalam estimasi penjualan tahunan, omzet Dimsum Ratu Tulungagung diperkirakan berada pada rentang lebih dari Rp300.000.000 hingga kurang dari Rp2.500.000.000 per tahun, sehingga berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6 tentang

[9] Laporan Omzet Dimsum Ratu Tulungagung bulan Mei - Oktober. Wawancara dengan Wida selaku karyawan Dimsum Ratu Tulungagung. Tanggal 2 November 2025.

UMKM[10], usaha ini termasuk dalam kategori usaha kecil berdasarkan hasil penjualan tahunan. Kondisi tersebut sejalan dengan keterangan pemilik usaha yang menyatakan bahwa adanya penurunan ringan dalam omzet yang kerap dipengaruhi oleh intensitas promosi serta keterlibatan aktif pemilik dalam kegiatan pemasaran.[11] Dengan demikian, fluktuasi omzet yang terjadi di tengah potensi pasar yang masih terbuka mencerminkan adanya kesenjangan antara kapasitas usaha dan pengelolaan strategi pengembangan yang terstruktur. Situasi ini menunjukkan bahwa keberhasilan penjualan harian belum sepenuhnya diikuti oleh perumusan strategi usaha yang sistematis untuk menjaga konsistensi pertumbuhan omzet dan memperkuat daya saing usaha.

Omzet sering digunakan sebagai indikator awal untuk menilai skala usaha, tingkat permintaan pasar, serta keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM. Peningkatan omzet mencerminkan adanya pertumbuhan volume penjualan dan penerimaan pasar yang positif, sedangkan kestabilan omzet menunjukkan kemampuan usaha dalam menjaga keberlangsungan operasional di tengah persaingan dan perubahan kondisi ekonomi. Dalam kajian UMKM oleh Philip Kotler & Kevin Lane Keller, omzet juga berfungsi sebagai dasar evaluasi kinerja usaha karena berkaitan langsung dengan kemampuan pengusaha dalam mengelola produksi, pemasaran, dan

[10] Tomy Sun Siagian dan Dhea Agusty Ningrum, *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Usaha Mikro Kecil Menengah* (Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hal 34.

[11] Wawancara dengan Nurul Muslikah selaku pemilik Dimsum Ratu Tulungagung, Tanggal 2 November 2025

manajemen keuangan secara efisien.[12] Dengan demikian, peningkatan omzet tidak hanya ditentukan oleh efektivitas strategi bisnis, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana usaha dikelola berdasarkan nilai-nilai yang mampu membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan keberlanjutan usaha. Dalam konteks ini, penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam menjadi salah satu landasan penting dalam mendukung pengembangan usaha Dimsum Ratu Tulungagung.

Penerapan nilai-nilai ekonomi Islam menjadi dasar pengelolaan Dimsum Ratu Tulungagung, sehingga strategi usaha tidak hanya berorientasi pada pencapaian ekonomi, tetapi juga pada praktik operasional yang etis dan bertanggung jawab. Daya saing dipahami sebagai upaya menciptakan nilai unggul yang *halal–thayyib*, dijalankan secara amanah, *ihsan*, dan *tawazun* antara kepentingan bisnis serta tanggung jawab sosial. Nilai-nilai tersebut tercermin dalam pengelolaan produk dan pelayanan, sehingga membentuk citra usaha yang tidak semata berorientasi pada profit, tetapi juga pada pencapaian keberkahan (*barakah*) dan kesejahteraan (*maslahah*). Meskipun penerapannya masih bersifat praktis dan belum dirumuskan secara sistematis dalam strategi pengembangan usaha, sehingga perlu dikaji lebih lanjut untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha.

Aktivitas ekonomi dalam Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kemaslahatan dan tanggung jawab sosial. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran M. Quraish Shihab yang menegaskan

[12] Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 27–29. https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000003295

bahwa aktivitas ekonomi dalam Islam harus diarahkan pada pencapaian *maslahah*, di mana keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari peningkatan omzet, tetapi juga dari keadilan, kejujuran, kualitas pelayanan, loyalitas konsumen, dan dampak sosial yang dihasilkan.[13] Sejalan dengan itu, penelitian Pratiwi et al. menunjukkan bahwa jaminan halal dan konsistensi kualitas berbasis syariah mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjadi sumber keunggulan bersaing bagi UMKM pangan halal.[14] Namun demikian, penerapan nilai-nilai ekonomi Islam pada Dimsum Ratu Tulungagung masih bersifat praktik moral dan etis yang berjalan secara alami dan parsial, belum terintegrasi secara sistematis dalam kerangka strategi pengembangan usaha. Kondisi inilah yang menunjukkan adanya celah ilmiah untuk mengkaji bagaimana nilai-nilai ekonomi Islam dapat dipadukan dengan analisis strategi usaha secara terstruktur, sehingga diperlukan alat analisis yang mampu memetakan kondisi internal dan eksternal usaha sebagai dasar perumusan strategi pengembangan yang berorientasi pada peningkatan omzet dan penguatan daya saing Dimsum Ratu Tulungagung secara berkelanjutan.

Untuk menentukan arah pengembangan usaha secara lebih terstruktur, penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai alat utama dalam perencanaan strategis. Menurut Zianah Safitri, et al, Analisis SWOT berfungsi

---

[13] M. Quraish Shihab, "Etika Bisnis dalam Perspektif Al-Qur'an," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 8, No. 2 (2016): 145–160, https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad

[14] Della Rista Pratiwi, Zanuba Fristya, dan Auria Dwi Putri, "The Role of Halal Certification in Enhancing Competitiveness and Social Trust: A Study on the Culinary Industry in Surabaya," Asean Journal of Halal Study, 2, no. 1 (2025): 1–15, https://journal.unesa.ac.id/index.php/ajhs/article/view/42353.

untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha sehingga pelaku UMKM dapat merumuskan strategi yang lebih terarah dan responsif terhadap dinamika lingkungan bisnis.[15] Kemudian Yudiaris mengatakan bahwa Kombinasi faktor internal dan eksternal tersebut menjadi dasar penyusunan strategi SO, WO, ST, dan WT yang memungkinkan usaha memaksimalkan kekuatan, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, serta mengantisipasi ancaman.[16] Dalam praktiknya, SWOT berperan sebagai alat diagnosis strategis yang menghasilkan alternatif kebijakan yang aplikatif, realistis, dan adaptif, baik untuk perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang sebagaimana pernyataan oleh Jannah et al. Pemetaan faktor internal dan eksternal dilakukan melalui matriks IFAS dan EFAS, yang memungkinkan strategi pengembangan disusun secara sistematis dan berbasis kondisi riil usaha, sehingga relevan untuk diterapkan dalam konteks pengembangan UMKM.

Relevansi penelitian ini semakin tampak ketika dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Rusman Maulana menemukan bahwa pengembangan UMKM kuliner halal di Kediri sangat ditentukan oleh inovasi produk dan strategi digital marketing, tetapi penelitian tersebut belum mengintegrasikan kerangka ekonomi Islam.[17] Sementara itu, penelitian oleh Dian Anggreni Br

---

[15] Siti Zianah, Etika Wendi, Putri Salsabila Viona, dan Indah Noviyanti, *"Analisis SWOT terhadap pengembangan strategi bisnis pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk,"* Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis 2, no. 3 (2024): 140–153, accessed January 15, 2025, https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967

[16] Yudiaris, I. G. *"Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam menghadapi persaingan bisnis pada CV. Puri Lautan Mutiara,"* Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha 5, no. 1 (2021): 40–64, accessed January 15, 2025, https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view

[17] Rusman Maulana. "Strategi Pengembangan Usaha UMKM dengan Analisis SWOT." Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini 2, no. 3 (2025): 223–235. https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i3.664.

Tarigan dan Dicky Perwira Ompusungu membahas penerapan nilai ekonomi Islam pada UMKM pangan halal di Jawa Timur dan menemukan bahwa prinsip kejujuran dan kehalalan meningkatkan loyalitas pelanggan, namun penelitian tersebut tidak mengaitkannya dengan analisis SWOT atau strategi peningkatan daya saing.[18] Dari sinilah muncul *research gap*: belum ada kajian yang mengintegrasikan analisis SWOT (IFAS–EFAS) dengan prinsip ekonomi Islam secara komprehensif pada UMKM kuliner, khususnya di Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan memadukan analisis strategis dan nilai syariah untuk meningkatkan omzet.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting karena tidak hanya memberi gambaran empiris tentang kondisi riil Dimsum Ratu Tulungagung, tetapi juga merumuskan strategi pengembangan usaha yang relevan, aplikatif, dan etis. Hasil penelitian diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan keilmuan di bidang manajemen UMKM, ekonomi Islam, dan proses penyusunan strategi berbasis SWOT, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha kuliner halal di Indonesia.

Sehingga dari hasil paparan diatas peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam tentang upaya yang dilakukan untuk mengembangkan bisnisnya melalui sebuah penelitian yang berjudul ***"Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Omzet pada Dimsum Ratu Tulungagung dalam Perspektif Ekonomi Islam".***

---

[18] Dian Anggreni Br Tarigan dan Dicky Perwira Ompusungu, "Strategi Pengembangan UMKM Melalui Analisis SWOT (Studi pada Usaha UMKM Gorengan di Lokasi Wisata Juma Bakal Desa Dokan)," *Advances in Social Humanities Research* 1, no. 2 (2023): 81–86, https://ashurjournal.com/index.php/ASHUR/article/view/22

## B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan usaha Dimsum Ratu Tulungagung dalam meningkatkan omzet. Fokus kajian diarahkan pada bagaimana Dimsum Ratu Tulungagung yang bergerak di bidang kuliner dimsum di Jl. MT. Haryono No. 52A, Kabupaten Tulungagung merancang dan menerapkan strategi pengembangan usaha berdasarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan, serta bagaimana strategi tersebut diintegrasikan dengan prinsip dan nilai ekonomi Islam. Melalui fokus ini, penelitian berupaya memahami praktik pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pemilik dan pengelola Dimsum Ratu Tulungagung dalam menjaga keberlanjutan usaha dan meningkatkan kinerja penjualan.

Berdasarkan konteks penelitian di atas, fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan omzet Dimsum Ratu Tulungagung berdasarkan hasil analisis SWOT?
2. Bagaimana penerapan prinsip dan nilai ekonomi Islam dalam operasional Dimsum Ratu Tulungagung untuk mendukung strategi pengembangan usaha?
3. Bagaimana integrasi analisis SWOT dengan perspektif ekonomi Islam dapat menghasilkan strategi pengembangan usaha yang relevan dan berkelanjutan bagi Dimsum Ratu Tulungagung?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil fokus penelitian diatas maka memiliki tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat dalam meningkatkan omzet Dimsum Ratu Tulungagung berdasarkan hasil analisis SWOT.
2. Untuk mendeskripsikan penerapan prinsip dan nilai ekonomi Islam dalam operasional Dimsum Ratu Tulungagung sebagai dasar pendukung strategi pengembangan usaha.
3. Untuk mengintegrasikan analisis SWOT dengan perspektif ekonomi Islam guna menghasilkan strategi pengembangan usaha yang relevan, kompetitif, dan berkelanjutan bagi Dimsum Ratu Tulungagung.

## D. Identifikasi Penelitian dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diidentifikasikan beberapa permasalahan utama yang melatarbelakangi penelitian ini. Secara internal, usaha masih menghadapi keterbatasan dalam pencatatan keuangan yang belum terdigitalisasi, keterbatasan jumlah sumber daya manusia, serta tingginya ketergantungan operasional pada pemilik usaha sehingga menghambat efektivitas manajemen. Secara eksternal, Dimsum Ratu Tulungagung berada dalam persaingan ketat dengan pelaku usaha sejenis seperti Dimsum Ketandan yang telah memiliki pasar loyal, sehingga berdampak pada tantangan dalam mempertahankan posisi dan daya saing usaha. Selain itu, belum terdapat perumusan strategi pengembangan yang sistematis berbasis analisis SWOT yang dimutakhirkan dalam bentuk matriks IFAS dan EFAS untuk meningkatkan omzet dan meningkatkan daya saing usaha. Di sisi lain, praktik ekonomi Islam seperti *halal-thayyib*, amanah, *ihsan*, menjaga prinsip *tawazun* dan *maslahah* sebenarnya telah diterapkan dalam operasional, namun belum terintegrasi secara menyeluruh ke dalam kerangka strategi pengembangan usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya

kebutuhan untuk mengkaji secara komprehensif bagaimana analisis SWOT dapat dipadukan dengan prinsip ekonomi Islam guna menghasilkan strategi pengembangan yang relevan, terukur, dan berkelanjutan bagi Dimsum Ratu Tulungagung.

Berdasarkan pada permasahan yang telah dipaparkan diatas, batasan masalah digunakan untuk menghindari kesimpangsiuran dalam pembahasan dan dapat lebih terarah serta fokus dalam membahas dan menganalisis permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini membahas secara deskriptif mengenai strategi pengembangan Dimsum Ratu Tulungagung yang berlokasi di Jl. MT. Haryono No. 52A, Kelurahan Kepatihan, Tulungagung, dengan menggunakan analisis SWOT yang dirumuskan melalui matriks IFAS dan EFAS sebagai alat utama dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal.
2. Penelitian ini hanya menyoroti aspek peningkatan omzet berdasarkan kondisi aktual yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini tidak melakukan analisis finansial prediktif maupun *benchmarking* komprehensif, tetapi tetap menggunakan informasi dari kompetitor sebagai data pembanding terbatas untuk memahami kondisi persaingan usaha kuliner di Tulungagung
3. Pembahasan ekonomi Islam difokuskan pada penerapan prinsip-prinsip *halal-thayyib*, amanah, *ihsan, tawazun*, dan *maslahah* yang relevan dengan operasional dan strategi bisnis, sehingga penelitian ini tidak membahas seluruh

konsep ekonomi Islam secara luas, melainkan hanya aspek yang berkaitan langsung dengan praktik pengelolaan usaha Dimsum Ratu Tulungagung.

## E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari tujuan di atas, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut.

### 1. Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan mampu sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang sesuai dengan mata kuliah Ekonomi Syariah, khususnya bagi pengembangan dan peningkatan penjualan Dimsum Ratu Tulungagung.

### 2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sarana bagi peneliti untuk mengaplikasikan teori ekonomi syariah dan manajemen usaha ke dalam praktik nyata UMKM. Selain itu, penelitian ini memperluas pemahaman peneliti mengenai strategi pengembangan usaha dan peningkatan omzet UMKM kuliner dalam perspektif ekonomi Islam.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pembanding bagi akademisi, khususnya mahasiswa dan dosen, dalam mengkaji strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi Islam. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai rujukan dalam pembelajaran dan penelitian kualitatif terkait UMKM, strategi usaha, serta penerapan nilai-nilai syariah dalam praktik bisnis.

c. Bagi Dimsum Ratu Tulungagung

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi strategis bagi Dimsum Ratu Tulungagung dalam mengembangkan usahanya, khususnya dalam upaya meningkatkan omzet. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemilik usaha dalam menyusun strategi pengembangan yang lebih terarah, berkelanjutan, dan selaras dengan prinsip ekonomi Islam.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan dasar bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa, baik terkait strategi pengembangan UMKM, analisis SWOT, maupun penerapan ekonomi Islam dalam usaha kuliner. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan objek, pendekatan, atau metode yang berbeda untuk memperkaya khazanah keilmuan.

## F. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

a. Strategi

Strategi merupakan rencana jangka panjang yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki serta penyesuaian terhadap lingkungan internal dan eksternal. Dalam konteks usaha, strategi berfungsi sebagai pedoman utama dalam pengambilan keputusan untuk mempertahankan dan meningkatkan

keunggulan bersaing.[19] Dalam penelitian ini, strategi dimaknai sebagai cara yang digunakan oleh Dimsum Ratu Tulungagung dalam mengelola, mengarahkan, dan mengembangkan usahanya agar mampu meningkatkan omzet dan memperkuat daya saing di tengah persaingan usaha kuliner.

b. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah proses berkelanjutan yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan kinerja usaha melalui perbaikan manajemen, inovasi produk, perluasan pasar, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia. Pengembangan usaha bertujuan menciptakan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.[20] Dalam konteks penelitian ini, pengembangan usaha merujuk pada upaya yang dilakukan Dimsum Ratu Tulungagung untuk meningkatkan kinerja usaha, memperluas peluang pasar, serta menjaga keberlanjutan bisnis.

c. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan skala tertentu, yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan.[21] Dalam penelitian ini, UMKM yang dimaksud adalah UMKM kuliner yang bergerak di

---

[19] Michael E. Porter, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (New York: Free Press, 1980). https://books.google.com/books?id=H9ReAAAAIAA

[20] Iskandar Wiryokusumo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012 ).

[21] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008

bidang pengolahan dan penjualan makanan siap saji, yang kemudian UMKM dimaknai secara khusus sebagai usaha kuliner skala kecil yang bergerak di bidang produksi dan penjualan dimsum, yaitu Dimsum Ratu Tulungagung.

d. Omzet

Omzet adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.Omzet digunakan sebagai salah satu indikator utama untuk menilai tingkat pertumbuhan dan kinerja usaha.[22] Dalam penelitian ini, omzet dipahami sebagai indikator kinerja usaha Dimsum Ratu Tulungagung yang mencerminkan tingkat penjualan dan keberhasilan strategi pengembangan usaha yang diterapkan.

e. SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan dengan memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), serta meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal suatu usaha.[23] Dalam penelitian ini, analisis SWOT dipahami sebagai alat analisis strategis untuk merumuskan strategi pengembangan Dimsum Ratu

[22] Swastha, Basu. Manajemen Pemasaran Modern. (Yogyakarta: Liberty, 1993).

[23] Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,2004) ,hal. 5

Tulungagung dalam meningkatkan omzet berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal yang diintegrasikan dengan perspektif ekonomi Islam.

f. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam, seperti keadilan, keseimbangan, kejujuran, larangan riba, dan pencapaian kemaslahatan. Dalam konteks usaha, ekonomi Islam menekankan bahwa aktivitas bisnis tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menciptakan keberkahan dan manfaat sosial.[24] Ekonomi Islam dalam penelitian ini dipahami sebagai seperangkat prinsip dan nilai yang menjadi pedoman dalam operasional dan strategi bisnis UMKM, yang difokuskan pada penerapan konsep *halal-thayyib*, amanah, *ihsan, tawazun*, dan *maslahah*.

g. Dimsum Ratu Tulungagung

Dimsum Ratu Tulungagung adalah usaha mikro kecil menengah di bidang kuliner yang bergerak dalam produksi dan penjualan dimsum, berlokasi di Jl. MT. Haryono No. 52A, Kabupaten Tulungagung. UMKM ini dikelola secara mandiri.[25] Dalam penelitian ini, Dimsum Ratu Tulungagung menjadi objek penelitian yang dikaji terkait strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan omzet berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

---

[24] Muhammad Akram Khan, *Islamic Economics: Theory and Practice* (Leicester: The Islamic Foundation, 1994). https://archive.org/details/islamiceconomicstheoryandpractice

[25] Hasil observasi dan wawancara awal dengan pemilik Dimsum Ratu Tulungagung, 2025.

**2. Definisi Operasional**

Penegasan istilah secara operasional bertujuan memberikan pemahaman yang jelas serta menghindari perbedaan penafsiran oleh pembaca. Penegasan operasional pada penelitian yang berjudul *"Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Omzet pada Dimsum Ratu Tulungagung dalam Perspektif Ekonomi Islam"* berfokus pada bagaimana strategi pengembangan usaha, omzet dan prinsip ekonomi Islam diterapkan secara nyata pada UMKM Dimsum Ratu Tulungagung. Strategi pengembangan diartikan sebagai tindakan yang dilakukan pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usaha, seperti aktivitas promosi, pengembangan layanan, dan pengelolaan operasional yang diarahkan pada peningkatan omzet. Omzet dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai total penjualan bulanan yang diperoleh dari data laporan omzet Dimsum Ratu Tulungagung periode Mei - Oktober 2025, yang bersumber dari hasil wawancara dengan Wida selaku karyawan operasional serta dokumentasi laporan penjualan usaha. Analisis SWOT dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai alat analisis strategis untuk mengidentifikasi faktor internal yang meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta faktor eksternal yang meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (*threats*) pada Dimsum Ratu Tulungagung, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan omzet dalam perspektif ekonomi Islam. Sementara itu, praktik ekonomi Islam dioperasionalkan melalui

penggunaan bahan *halal–thayyib*, pelaksanaan usaha secara amanah dan *ihsan*, menjaga prinsip *tawazun*, serta membangun citra usaha yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga keberkahan (*barakah*) dan kemaslahatan (*maslahah*) masyarakat.

## G. Sistematika Pembahasan

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

### 1. Bagian Awal

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pernyataan keaslian, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

### 2. Bagian Utama (Isi)

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

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, dan penegasan istilah.

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 pengrmbangan usaha untuk meningkatkan penjualan produk.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini tentang peneliti 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 engumpulan 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 Dimsum Ratu Kabupaten Tulungagung, visi dan misi, tujuan, 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 pengembangan usaha Dimsum Ratu Tulungagung.

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 Dimsum Ratu Tulungagung.

**3. Bagian Akhir**

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