

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama semakin ketat dan kompleks. Dalam laporan tahunan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang dipublikasikan pada 27 Februari 2023, kondisi persaingan usaha di Indonesia pada tahun 2022 mengalami peningkatan. Terdapat kenaikan Indeks Persaingan Usaha (IPU) pada tahun 2021 nilai IPU hanya mencapai 4,81 poin artinya persaingan dikategorikan sedikit tinggi sedangkan pada tahun 2022 meningkat menjadi 4,87 poin dalam skala 7. Nilai IPU dikur berdasarkan struktur, perilaku, kinerja, regulasi, *demand*, *supply* dan kelembagaan. Peningkatan indeks persaingan usaha yang semakin tinggi dapat dinilai positif bagi perkembangan ekonomi Indonesia.¹

Hal tersebut menunjukkan persaingan usaha semakin meningkat. Munculnya suatu persaingan menjadikan setiap pengusaha menerapkan strategi agar dapat meningkatkan profitabilitas dan mampu bertahan. Semakin ketatnya persaingan usaha pelaku bisnis dituntut untuk dapat mengembangkan usahanya supaya dapat berkembang. Pengembangan usaha membutuhkan suatu perencanaan strategi yang tepat agar pelaku usaha dapat melihat kekuatan atau potensi yang dimiliki untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Akan tetapi dalam mengembangkan suatu usaha memiliki tantangan yang perlu dihadapi seperti masalah permodalan,

¹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, “CEDS FEB Unpad Simpulkan Indeks Persaingan Usaha untuk Tahun 2022 Mengalami Peningkatan” <https://kppu.go.id/siaran-pers/> Diakses pada tanggal 20 Maret 2023 Pukul 10.05 WIB.

kemampuan sumber daya manusia dalam mengikuti perkembangan teknologi dan tumbuhnya para pesaing baru yang memiliki produk sejenis.

Pengembangan usaha perlu dilakukan untuk menciptakan inovasi, membangun serta mempertahankan suatu bisnis. Perkembangan zaman menciptakan banyak ide-ide baru yang berdampak dengan munculnya kompetitor yang sejenis sehingga persaingan semakin ketat. Oleh karena itu suatu usaha harus menentukan sebuah strategi atau langkah yang tepat agar tetap bertahan.²

Suatu usaha harus dapat menemukan jati diri dan kemampuan dalam organisasinya agar kelemahan dan ancaman bisa diminimalisir sehingga tujuan suatu usaha dapat tercapai. Hal tersebut yang mendasari pentingnya analisis kekuatan yang dimiliki suatu usaha untuk mengetahui potensi dan kekurangan yang dimiliki sehingga dapat membantu suatu usaha dalam mengembangkan usahanya dan menjadi nilai tambah diantara banyaknya persaingan dengan kompetitor yang sejenis, selain itu analisis kekuatan dapat memperkuat kompetensi inti yang dimiliki. Kekuatan merupakan suatu kondisi yang dimana suatu usaha mampu melakukan semua tugasnya dengan baik. Kekuatan yang dimiliki suatu usaha dapat berasal dari sumber daya yang digunakan, kapabilitas dan kompetensi inti yang dimiliki suatu usaha.³

Kekuatan dapat dikatakan sebagai kompetensi khusus yang terdapat pada suatu usaha yang memiliki keunggulan komparatif oleh unit usaha

² Priyo Handoko, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan* (Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2019),1.

³ Asih Handayani dan Aris Eddy Sarwono, *Manajemen Strategis* (Surakarta: UNISRI Press, 2021), 76.

dipasaran. Hal tersebut dikarenakan suatu usaha memiliki sumber, keterampilan, produk andalan dan lain-lain yang membuat lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar. Apabila dalam suatu usaha memiliki keunggulan produk ataupun hal lain daripada para kompetitor maka hal itu dapat menarik konsumen untuk menikmati produk yang dimiliki.⁴

Salah satu jenis usaha yang populer pada saat ini yaitu kedai kopi atau *coffee shop*. Menurut KBBI, kedai kopi terbagi menjadi dua kata yaitu kedai yang berarti warung atau tempat berjualan (makanan, minuman dan sebagainya) sedangkan kopi adalah minuman yang bahannya berasal dari serbuk kopi.⁵ Jadi pengertian kedai kopi adalah sebuah tempat yang menjual minuman seperti kopi atau teh serta makanan ringan seperti gorengan, kue-kue dan sebagainya.

Perkembangan kedai kopi di Indonesia dapat dilihat dari semakin banyaknya kedai kopi baru. Menurut Ketua Apkrindo (Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia) Jawa Timur, Tjahjono Haryono mengatakan bahwa kondisi pengusaha *coffee shop* dan resto akan lebih baik dari tahun 2019, dimana 2019 hingga sekarang pertumbuhan bisnis *food* dan *beverage* (F&B) mengalami pertumbuhan yang signifikan. Menurutnya, potensi industri *coffee shop* di Jawa Timur masih sangat besar untuk kedepannya, tren pertumbuhan *coffee shop* yang berbasis kopi meningkat 16-18 % per tahun. Beliau juga mengatakan bahwa sekitar 30% anggota dari Apkrindo menggeluti dunia bisnis *coffee shop*, oleh karena itu beliau juga

⁴ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: PT. Bumi Askara, 2015), 172.

⁵ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed. 3, cet. 3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 458.

menghimbau untuk tetap berinovasi karena jumlah pebisnis semakin banyak.⁶

Keberadaan kedai kopi yang sedang menjamur di kalangan masyarakat memiliki berbagai jenis konsep yang berbeda serta ciri khas yang menjadi daya tarik pengunjung. Salah satunya dengan konsep *outdoor* yang bernuansa alam, jauh dari suasana kota, tenang dan sejuk. Konsep *outdoor* ini sangat cocok untuk mengisi *weekend* atau menepi dari keriuhan kota. Salah satu kedai kopi yang memiliki konsep *outdoor* berada di sisi barat Kabupaten Kediri, yaitu berada di kaki Gunung Wilis. Hamparan sawah, pohon pinus dan pohon karet di sepanjang jalan kedai kopi menambah suasana sejuk bagi para pengunjung yang ingin menuju lokasi tersebut.

Salah satu kedai kopi yang berada di kaki Gunung Wilis adalah Kedai Kopi 66. Kedai Kopi 66 adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang *coffee shop* atau kafe, tepatnya berada di daerah Dusun. Plapar, Desa Selopanggung, Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Pemanfaatan kawasan pegunungan sangat cocok untuk membuka usaha seperti Kedai Kopi 66. Konsumen dapat merasakan udara segar yang dihasilkan pohon-pohon pinus di sepanjang jalan. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai kekuatan yang dimiliki Kedai Kopi 66 untuk menjadi daya tarik konsumen, meskipun lokasi yang dijangkau jauh dari perkotaan.

⁶ Peni Widarti, *Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun*, Bisnis.com, 2019, <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun> Diakses pada tanggal 29 Maret 2023 pukul 10.05 WIB.

Tidak hanya Kedai Kopi 66 saja banyak sekali usaha kedai kopi lainnya yang sejenis seperti Wanus dan View Forest Cafe.

Tabel 1.1 Pesaing Kedai Kopi 66

No.	Pembeda	Nama Kedai		
		Kedai Kopi 66	Wanus (Warung Pinus)	View Forest Cafe
1.	Tempat lokasi	Dsn. Plapar, Ds. Sleopanggung, Kec. Semen, Kab. Kediri	Dsn. Tanggul Sunnah, Ds. Selopanggung, Kec.Semen, Kab. Kediri	Dsn. Tanggul Sunnah, Ds. Selopanggung, Kec. Semen, Kab. Kediri.
2.	Tahun berdiri	2018	2019	2019
3.	Hari & Jam buka	Senin-Minggu 09.00 – 00.00 WIB	Senin – Minggu 08.00 – 20.00	Senin – Jumat 09.00 – 17.00 Sabtu– Minggu 09.00 – 20.00
4.	Jarak dari Balai Kota Kediri	17 km	18 km	18 km
5.	Luas	± 2,5 hektar	2 hektar	1 hektar
6.	Harga	Rp 5.000 – Rp 20.000	Rp 5.000 – Rp 15.000	Rp 4.000 – Rp 12.000
7.	Produk	Makanan: Roti Bakar, Jagung Bakar, Salad Buah, Dimsum, Sosis Bakar, Cireng, Pisang Goreng, Ketan, Rujak Buah, Aneka Nasi + Lauk, Bakso, Paket Gorengan, Sate Ayam, Mie Instan, Tahu Lontong, Tradisitional Food.	Makanan: Kentang, Sosis, Roti Mantau, Tahu Crispy, Mie Goreng. Mie Kuah, Nasi Goreng Telur, Nasi Goreng Tiwul, Pop Mie.	Makanan: Tahu Crispy, Nasi Goreng Jawa, Nasi Goreng Tiwul, Kentang Goreng Mie Rebus, Nasi Ayam Lalapan, Roti, Nugget, Sosis.
		Minuman : Aneka Jus Buah, Aneka Jenis Kopi, Milo, Leci	Minuman: Lecy Mockalate, Orange Squash, Strowberry	Minuman: Kopi Susu View Forest, Aneka Jenis

		Tea, Lemon Tea, Thai Tea, Teh Susu, Aneka Milkshake, Minuman soda, Jamu, Es Dawet, Herbal Drink,	Mockalate, Lecy Tea, Teh Tarik, Sogem, Aneka Milkshake, Aneka kopi, Jahe Susu, Josua.	Kopi, Minuman Rosela, Greentea, Coffee Beer, Milo, Secang.
8.	Jumlah Karyawan	11 karyawan	6 karyawan	6 karyawan
9.	Fasilitas	a. Tempat duduk outdoor b. Mushola c. Kamar mandi d. <i>Live music</i> setiap sabtu. e. <i>Camping ground</i> f. Spot foto g. Area parkir h. Tempat grill i. Wifi	a. Tempat duduk outdoor b. <i>Bean bag</i> c. <i>Hammock</i> d. Spot foto e. Kamar mandi f. Wifi g. Area parkir	a. Tempat duduk outdoor b. Wifi c. Spot foto d. Kamar mandi e. Area parkir
10.	Media pemasaran	Instagram dengan followers 11,8 ribu orang dan <i>word of mouth</i>	Instagram dengan followers 5.157 orang dan <i>word of mouth</i>	Instagram dengan followers 698 orang dan <i>word of mouth</i>

Sumber : data telah diolah⁷

Berdasarkan tabel 1.1 di atas maka dapat diketahui bahwa Kedai Kopi 66 memiliki banyak keunggulan dari pada kedai kopi lainnya. Keunggulan yang dimiliki Kedai Kopi 66 yaitu mempunyai berbagai menu makanan dan minuman yang lengkap dengan harga terjangkau. Kedai Kopi 66 melayani pengunjung hingga pukul 00.00 WIB. Kedai Kopi 66 memanfaatkan kawasan pegunungan agar pengunjung dapat menikmati keindahan hutan pinus di waktu pagi hingga malam hari. Kedai Kopi 66 memiliki konsep yang sederhana dan natural sehingga dapat menarik

⁷ Observasi, tanggal 13 Desember 2022.

konsumen untuk berkunjung meskipun jauh dari pusat kota. Usaha Kedai Kopi 66 sudah berdiri sejak tahun 2018 dengan lahan seluas \pm 2,5 hektar pemilik usaha memanfaatkan pepohonan pinus untuk dijadikan spot foto bagi para pengunjung.

Alasan penulis memilih Kedai Kopi 66 sebagai tempat penelitian yaitu Kedai Kopi 66 merupakan pelopor kedai kopi hutan pinus di Ds. Selopanggung, Kec. Semen, Kab. Kediri yang mengambil konsep *outdoor* di bawah pohon-pohon pinus, membuat suasana menjadi sejuk dan asri. Sehingga banyak pengusaha lain yang sejenis dengan Kedai Kopi 66, adanya kompetitor yang sejenis membuat persaingan usaha semakin ketat yang berdampak pada pengembangan usaha Kedai Kopi 66. Oleh karena itu memerlukan analisis *strenght* yang dimiliki Kedai Kopi 66 untuk mengetahui potensi yang dimiliki agar Kedai Kopi 66 tetap menjadi tujuan utama para konsumen. Analisis *strenght* dapat dimanfaatkan untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki agar suatu usaha terus berkembang.⁸ Berikut ini adalah *strenght* yang dimiliki oleh Kedai Kopi 66 Selopanggung

Tabel 1.2
***Strenght* Kedai Kopi 66 Selopanggung**

No.	<i>Strenght</i>	Keterangan
1.	Sumber Daya	a. Alam : lahan hutan pinus sebagai tempat ngopi berkonsep outdoor dan memanfaatkan hasil perkebunan masyarakat Selopanggung untuk bahan baku menu makanan dan minuman.

⁸ Mellissa A. Schilling, *Manajemen Strategis Inovasi Teknologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 227.

		b. Manusia : berasal dari masyarakat Selopanggung yang tidak melanjutkan pendidikan.
2.	Kapabilitas	Memiliki pelayanan yang ramah dan cepat.
3.	Kompetensi Inti	a. Memiliki manajemen yang tertata b. Menu makanan dan minuman yang lengkap c. Memiliki suasana alam yang sejuk dan asri d. Memiliki dua pusat oleh-oleh

Sumber: data diolah⁹

Berdasarkan tabel 1.2 di atas memaparkan data bahwa Kedai Kopi 66 memiliki *strenght* yang berasal dari sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti. *Strenght* yang berasal dari sumber daya alam salah satu contohnya yaitu dengan memanfaatkan lahan hutan pinus sebagai sarana tempat ngopi yang bernuansa alam. Pemanfaatan sumber daya alam tersebut memunculkan beberapa kompetitor sehingga suatu usaha harus memiliki *strenght* atau kekuatan lain yang dapat dijadikan sebagai sumber keunggulan kompetitif yang tahan lama. *Strenght* yang dimiliki Kedai Kopi 66 hampir sama dengan kompetitor yang memanfaatkan suasana alam hutan pinus untuk menarik konsumen.

Strenght yang dimiliki oleh suatu usaha sangat berdampak pada pengembangan usaha. Pengembangan suatu usaha dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu omset penjualan, pertumbuhan pelanggan, volume produksi, peningkatan tenaga kerja dan ekspansi usaha. Pengembangan usaha Kedai Kopi 66 dilihat berdasarkan omset penjualan pada tahun 2022 yaitu sebagai berikut:

⁹ Wawancara, Pemilik Kedai Kopi 66, Bapak Ansen Niekhalies Subangun (Selopanggung Kab. Kediri, Rabu 14 Juni 2023).

Tabel 1.3
Omset Penjualan Kedai Kopi 66 Tahun 2022

Bulan	Omset Penjualan
Januari	Rp 27.654.000
Februari	Rp 26.466.000
Maret	Rp 26.896.000
April	Rp 27.733.000
Mei	Rp 43.346.000
Juni	Rp 36.269.000
Juli	Rp 35.487.000
Agustus	Rp 39.533.000
September	Rp 30.212.000
Oktober	Rp 26.123.000
November	Rp 25.222.000
Desember	Rp 27.771.000
Jumlah	Rp 372.712.000

Sumber: data diolah¹⁰

Berdasarkan tabel 1.3 memamparkan omset penjualan pada bulan Januari sampai Desember tahun 2022. Dalam penjualan Kedai Kopi 66 omset yang didapatkan tidak menentu atau mengalami naik turun setiap bulannya. Pada data di atas diantara 12 bulan lainnya pada bulan Januari, Februari, Maret, April, Oktober, November dan Desember, omset penjualan hanya sebesar Rp 25.222.000 hingga Rp 27.771.000. Padahal pada awal dan akhir tahun adalah musim liburan yang biasanya tempat ngopi seperti cafe mendapatkan omset yang lebih tinggi, namun pada Kedai Kopi 66 justru lebih rendah. Selanjutnya pada bulan Mei hingga September omset penjualan mulai meningkat, meskipun juga mengalami naik turun. Sehingga pengembangan usaha Kedai Kopi 66 harus dilakukan lebih serius lagi supaya lebih maju lagi dengan memanfaatkan *strenght* yang dimiliki. Selain itu pengembangan usaha dapat dilihat dari pertumbuhan pengunjunng.

¹⁰ Wawancara, Pemilik Kedai Kopi 66, Bapak Ansen Niekhalies Subangun (Selopanggung Kab. Kediri, Rabu 14 Juni 2023).

Tabel 1.4
Pertumbuhan Pengunjung Kedai Kopi 66 Tahun 2022

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	2.232
Februari	1.820
Maret	2.108
April	2.340
Mei	3.472
Juni	2.880
Juli	2.821
Agustus	3.038
September	2.520
Oktober	1.922
November	1.680
Desember	2.280
Jumlah	29.113

Sumber: data diolah¹¹

Berdasarkan tabel 1.4 memaparkan data bawah jumlah pengunjung Kedai Kopi 66 pada tahun 2022 mengalami naik turun disetiap bulannya. Selama 1 tahun bulan yang jumlah pengunjungnya paling banyak adalah Mei sebanyak 3.472 dan paling rendah adalah di bulan November sebanyak 1.680. Selain itu pengembangan usaha juga dapat dilihat berdasarkan volume produksi yang semakin meningkat atau menurun. Volume produksi Kedai Kopi 66 sangat bergantung pada pertumbuhan pelanggan, karena Kedai Kopi 66 adalah suatu usaha yang bertugas untuk melayani keinginan konsumen. Selanjutnya pengembangan usaha berdasarkan dari peningkatan tenaga kerja, Kedai Kopi 66 memanfaatkan tenaga kerja yang berasal dari masyarakat Selopanggung. Peningkatan tenaga kerja dilakukan ketika Kedai Kopi 66 semakin ramai pengunjung, sehingga agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal Kedai Kopi 66 merekrut beberapa karyawan.

¹¹ Wawancara, Pemilik Kedai Kopi 66, Bapak Ansen Niekhalies Subangun (Selopanggung Kab. Kediri, Rabu 14 Juni 2023).

Tidak hanya itu pengembangan usaha pada Kedai Kopi 66 dapat dilihat dari segi ekspansi usaha, ekspansi usaha pada dasarnya tidak hanya membuka atau menambah cabang baru melainkan dapat dilakukan dengan cara memperluas lahan dan memperbanyak fasilitas. Ekspansi usaha yang dilakukan untuk mengembangkan usaha Kedai Kopi 66 adalah dengan memperluas lahan dan melengkapi fasilitas bagi pengunjung.

Dalam praktik kehidupan sehari-hari kegiatan bisnis merupakan suatu aktivitas dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Bisnis dapat dilakukan dengan menghalalkan segala cara agar mendapatkan profitabilitas. Sehingga seringkali mengabaikan nilai-nilai ke-Islaman dalam mengembangkan usahanya. Hal tersebut tidak sejalan dengan tujuan *maqashid al-syariah*, yaitu untuk mencapai kemaslahatan bagi umat manusia dan mencegah kemudharatan dalam aktivitas ekonomi. Kemaslahatan bagi umat manusia berlaku untuk sepanjang waktu maka ketidaktahuan akan *maqashid al-syariah* dapat membuat sebagian manusia untuk melakukan aktivitas yang dilarang oleh ajaran agama.¹²

Penerapan ajaran Islam dalam bisnis bertujuan agar setiap umat manusia terdorong untuk mencapai *maslahat* baik dalam mendapatkan keuntungan, kebahagiaan dan kesejahteraan dalam hidupnya. Dalam *maqashid al-syariah* terdiri dari lima aspek yaitu pemeliharaan agama (*muhafazah al-din*), pemeliharaan jiwa (*muhafazah al-nafs*), pemeliharaan akal (*muhafazah al-aql*), pemeliharaan keturunan (*muhafazah al-nasl*) dan pemeliharaan harta (*muhafazah al-mal*). Kelima aspek tersebut bertujuan

¹² Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashid al-Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 43.

untuk mencari ridha Allah SWT, menciptakan keadilan dan kesejateraan dalam berbisnis serta bermanfaat untuk orang lain.¹³

Kelima aspek tersebut merupakan unsur primer yang harus dipenuhi, namun masih banyak para pengusaha kurang memperhatikan unsur *maqashid al-syariah* termasuk Kedai Kopi 66. Salah satu unsur *maqashid al-syariah* yang belum diterapkan pada Kedai Kopi 66 yaitu pemeliharaan keturunan (*muhafazah al-nasl*). Pemeliharaan keturunan dalam Islam hukumnya adalah wajib karena berhubungan dengan generasi penerus yang harus berasal dari hubungan yang jelas. Pemeliharaan keturunan dapat dilakukan dengan cara menghindari atau menjauhi segala sesuatu yang berhubungan atau merujuk kepada perbuatan zina. Pada Kedai Kopi 66 terdapat fasilitas *camping ground* yang dapat digunakan pengunjung untuk menikmati suasana alamnya. Oleh karena itu membutuhkan sebuah peraturan atau penjagaan terhadap pengunjung yang ingin melakukan aktivitas camping. Hal tersebut bertujuan untuk mencegah hal-hal yang mengarah pada perbuatan zina. Namun pada Kedai Kopi 66 masih belum memiliki aturan yang jelas dan tidak ada yang mengawasi kegiatan camping. Sehingga pemeliharaan keturunan (*muhafazh al-nasl*) pada Kedai Kopi 66 belum diterapkan.

Berdasarkan konteks penelitian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam dengan judul “**Analisis Strengh dalam Pengembangan Usaha Pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Ditinjau dari *Maqashid al-Syariah***”

¹³ Ibid., 44.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan di atas maka fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana analisis *strenght* dalam pengembangan usaha pada Kedai Kopi 66 Selopanggung ?
2. Bagaimana analisis *strenght* dalam pengembangan usaha pada Kedai Kopi 66 Selopanggung ditinjau dari *Maqashid al-Syariah*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui analisis *strenght* dalam pengembangan usaha pada Kedai Kopi 66 Selopanggung.
2. Untuk mengetahui analisis *strenght* dalam pengembangan usaha pada Kedai Kopi 66 Selopanggung ditinjau dari *Maqashid al-Syariah*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai kekuatan yang dimiliki oleh seorang pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya serta ditinjau dari *maqashid al-syariah*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan motivasi, memperluas pengetahuan dan pengalaman mengenai analisis *strenght* dalam

pengembangan usaha pada Kedai Kopi 66 di Selopanggung ditinjau dari *maqashid al-syariah*.

b. Bagi Akademis

Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya dan memberikan wawasan kepada pembaca tentang analisis *strenght* dalam pengembangan usaha yang ditinjau dari *maqashid al-syariah*.

c. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alternatif strategi dalam mengembangkan usaha melalui analisis *strenght* pada Kedai Kopi 66 yang ditinjau dari *maqashid al-syariah*.

E. Penelitian Terdahulu

1. Pihkrih Ikmatul Prawangsa (2022) dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis SWOT Untuk Pengembangan Alpukad (Studi Kasus Pada Bisnis Tabulampot Indonesia Desa Jambu Kayen Kidul Kab. Kediri)*”. Dapat disimpulkan bahwa faktor internal kekuatan (*strength*) dalam bisnis Tabulampot Alpukad Indonesia Desa Jambu adalah produk berkualitas unggul, menciptakan brand, *packaging* produk yang baik, mempunyai 2 cabang, pembibitan diproduksi sendiri. Sedangkan faktor internal kelemahan (*weakness*) adalah tidak dapat dipastikan menghasilkan buah berukuran jumbo atau unggul dan pemerintah belum memberikan dukungan terhadap usaha Tabulampot. Untuk faktor eksternal yaitu peluang antara lain pendapatan masyarakat meningkat dan kemajuan teknologi. Sedangkan faktor eksternal

ancaman yaitu pesaing bisnis yang sama, daya tawar konsumen yang membandingkan harga, perubahan cuaca.¹⁴

Penelitian Phikrih Ikmatul Prawangsa mempunyai persamaan dengan penelitian penulis yaitu menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian. Sedangkan perbedaannya pada penelitian penulis hanya fokus pada salah satu faktor-faktor dari analisis SWOT yaitu kekuatan serta ditinjau dari sisi syariahnya.

2. Milu Tri Cahyani (2019) dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor Internal Dalam Pengembangan Usaha Bubur Ayam Kalektoran H. Zaenal Kota Tasikmalaya*”. Dapat disimpulkan bahwa usaha bubur ayam Kalektoran H. Zaenal perlu melakukan sebuah perencanaan agar usaha yang dikelola keluarga tidak terputus. Selain itu juga membutuhkan perbaikan dalam pengembangan sumber daya manusia, peralatan dan perlengkapan produksi serta sistem pencatatan keuangan. Sehingga dari analisis tersebut maka perlu dilakukan strategi stabilitas dengan fokus strategi adalah penyempurnaan fungsi usaha dan kinerja dilakukan secara bertahap.¹⁵

Persamaan penelitian Milu Tri Cahyani dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui faktor-faktor internal dalam pengembangan usaha. Sedangkan perbedaannya

¹⁴ Phikrih Ikmatul Prawangsa, “Analisis SWOT Untuk Pengembangan Alpukad Studi Kasus Pada Bisnis Tabulampor Indonesia Desa Jambu Kayen Kidul Kab. Kediri”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2022).

¹⁵ Milu Tri Cahyani, “Analisis Faktor-Faktor Internal dalam Pengembangan Usaha Bubur Ayam H. Zaenal Kota Tasikmalaya”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi, 2019).

terdapat pada teknik analisis data menggunakan IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan tidak ditinjau dari sisi syariahnya.

3. Nurul Khamidah (2019) dalam skripsinya yang berjudul “*Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis SWOT Dalam Prespektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprei Lukis Bali Mustika*”. Dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan perusahaan sedang tidak stabil. Dalam prespektif Islam proses penentuan strategi pengembangan bisnis berlandaskan pada kaidah - kaidah agama Islam. Sedangkan berdasarkan faktor internal perusahaan ini memiliki kekuatan yaitu memiliki produk yang inovasi dan kualitas. Adapun kelemahannya yaitu barang yang diproduksi tidak tahan air dan lokasi yang kurang terjangkau. Sedangkan dalam faktor eksternal yang berupa peluang yaitu perkembangan teknologi yang semakin meningkat dan dapat memberikan lapangan pekerjaan. Untuk ancaman yang harus dihadapi yaitu pesaing yang memiliki produk yang serupa dan model produk yang ditiru. Strategi yang digunakan meliputi memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar, meningkatkan dan mempertahankan produk berkualitas, membangun mitra kerja dengan pihak yang menggunakan peralatan usaha yang lebih modern.¹⁶

Persamaan penelitian Nurul Khamidah dengan penulis yaitu menggunakan metode kualitatif dalam menentukan strategi pengembangan usaha. Untuk perbedaannya yaitu dalam strategi

¹⁶ Nurul Khamidah, “Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis SWOT Dalam Prespektif Ekonomo Islam Pada Usaha Sprei Lukis Bali “Mustika” Di Kabupaten Batang”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019).

pengembangan usaha dilihat dari prespektif ekonomi syariah sedangkan penulis ditinjau dari *maqashid al-syariah*.

4. Rizky Nurul Amalia (2018) dalam judul skripsinya “*Implementasi Konsep Maqashid Syariah Pada Strategi Pengembangan UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*”. Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT terhadap pelaku usaha sektor perdagangan memiliki kekuatan yaitu tekad, kemauan dan motivasi diri yang kuat. Kelemahannya yaitu kualitas SDM dan akses permodalan. Peluangnya yaitu meningkatnya kebutuhan masyarakat, perkembangan toko retail modern sebagai percontohan. Sedangkan ancaman yaitu persaingan, persyaratan perbankan yang rumit. Sehingga menghasilkan strategi seperti pengembangan sumber daya manusia, pemberian bantuan berupa manajemen permodalan dan keuangan dan peningkatan akses layanan informasi. Untuk penerapan *maqashid al-syariah* di sektor perdagangan sudah memenuhi keempat unsur dan hanya satu yang belum terpenuhi yaitu belum adanya program yang dikeluarkan untuk pemeliharaan keturunan.¹⁷

Persamaan penelitian Rizky Nur Amalia dengan penelitian ini yaitu menggunakan *maqashid al-syariah* untuk menentukan strategi pengembangan usaha. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian yaitu UMKM pada sektor perdagangan di Kabupaten Sleman.

¹⁷ Rizky Nurul Amalia, “Implementasi Konsep Maqashid Syariah Pada Strategi Pengembangan UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

5. Risda Pratiwi (2018) dalam judul skripsinya “*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*”. Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT faktor internal yang mempengaruhi strategi usaha rengginang dari segi kekuatan yaitu harga terjangkau, kualitas bahan baku yang baik serta fasilitas yang lengkap. Sedangkan faktor internal dari segi kelemahan yaitu strategi pemasaran yang sederhana dan kurang terorganisir dan belum bergabung di pameran. Selain itu faktor eksternal dari segi peluang adalah meningkatnya ekonomi masyarakat, permintaan pasar dan jumlah distributor, sedangkan dari segi ancaman menurunnya daya beli masyarakat, adanya perubahan cuaca yang tidak menentu dan bahan baku mahal.¹⁸

Persamaan penelitian Risda Pratiwi dengan penulis yaitu menggunakan metode kualitatif dalam menentukan strategi pengembangan usaha. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian penulis terdapat tinjauan dari *maqashid al-syariah* dalam melakukan pengembangan usaha.

¹⁸ Risda Pratiwi, “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”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sumatera Utara, 2018).