

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGEMBANGAN USAHA UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bayu Berkah Bahari di Kota Depok)

Risti Pandhi

Risti.pandhi292@gmail.com
Universitas IBN Khaldun Bogor

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan (kondisi internal), serta peluang dan ancaman (kondisi eksternal) terhadap pengembangan usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari, dan memformulasikan langkah yang tepat untuk pengembangan usaha dalam rangka peningkatan pendapatan Rumah Makan Bayu Berkah Bahari di Depok. Dalam studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis SWOT. Jumlah responden yaitu pemilik usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari di Depok dengan menggunakan metode wawancara. Faktor kekuatan dan faktor peluang berpengaruh besar dan menyeluruh terhadap perkembangan usaha Rumah Makan. Faktor kelemahan dan faktor ancaman tidak berpengaruh secara menyeluruh terhadap perkembangan usaha Rumah makan. Diagram Analisis SWOT berada di titik koordinat I yaitu 0,63 : 0,44 yang artinya langkah yang harus dilakukan menggunakan Growth Oriented Strategy. Oleh karena itu, langkah strategis perusahaan adalah mengkonsep sedekah, menambah permodalan, penentuan lokasi yang strategis, menambah varian produk makanan, dan mengikuti acara seminar pelatihan wirausaha.

Etika Bisnis Islam Menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, konsumen masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan, namun banyak para pelaku usaha/bisnis yang tidak lagi mementingkan aturan-aturan Islam dalam berbisnis, dalam artian hanya mengejar keuntungan duniawi semata. Mengabaikan etika-etika bisnis yang seharusnya mereka terapkan. Namun demikian, Rumah Makan Bayu Berkah Bahari hadir dengan nuansa Islami, menggunakan konsep syariah dilihat dari beberapa aspek memerhatikan halalnya bahan pokok rumah makan. Kualitas menu makanan yang disajikan untuk konsumen. Asal-usul dzat bahan pokok rumah makan. Pengelolaan dan penyajian kepada konsumen sangat diperhatikan kepuasaannya. Kemudian RM. Bayu Berkah Bahari menerapkan fresh food, bukannya hanya menerapkan fresh food saja, mereka memprioritaskan pelayanan yang baik, serta tempat yang nyaman dan bersih untuk konsumen.

Kata Kunci: Faktor internal, faktor eksternal, pengembangan usaha, etika bisnis Islam.

Pendahuluan

Usaha kecil menengah (UKM) ialah satu motor penggerak perekonomian dinegara kita, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan ‘tulang punggung’ perekonomian Indonesia. Usaha kecil menengah (UKM) yang ada dinegara kita menyumbang sekitar 60% dari PBD (Product Domestic Bruto) dan juga memberikan kesempatan kerja pada banyak masyarakat kita. jadi, bisnis UKM (Usaha Kecil Menengah) di Indonesia akan terus berkembang dan memberikan peluang usaha bagi mereka yang menyukai dunia wirausaha.¹

Bisnis kuliner adalah suatu usaha yang diyakini sebagai salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki prospek cukup bagus kedepannya, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Alasannya karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan kita. bisnis kuliner ini punya banyak kategori, mulai dari makanan ringan (cemilan) minuman, hingga makanan pokok. Semua kategori dibisnis kuliner ini punya potensi yang sangat bagus, tergantung cara kita dalam memasarkannya. Namun tak sedikit usaha yang mengalami gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan jumlah pelanggannya.²

Keberadaan rumah makan sebagai salah satu pilihan usaha bagi masyarakat sangat mudah ditemui. Kemudahan memasuki pasar rumah makan mengakibatkan persaingan antara rumah makan dalam memperebutkan konsumen semakin ketat. Dampak negatif persaingan adalah semakin tipisnya margin usaha rumah makan serta rendahnya tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen terutama ditinjau dari aspek kehalalan dan keamanan pangan. Terpenting, mereka mampu menghasilkan lezatan dengan biaya murah dan mengutamakan kehalalannya.

Etika bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka

¹Ferra Pujiyanti, *Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Dalam Sekejap Otodidak Tanpa Guru Khusus Untuk Perpajakan & UKM*, Lembaga Pustaka Indonesia, 2015, h.68.

²Ferra Pujiyanti, *Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan.....*, h.82.

panjang, yaitu bertanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT.³

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti perlu mengkaji lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha terhadap peningkatan penjualan. Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana langkah untuk pengembangan usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari?

Tinjauan Pustaka

1. Usaha Kecil Menengah

Berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008, usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua setengah milyar rupiah) dan milik warga Negara Indonesia.⁴

Berdasarkan intruksi Presiden Nomor 10 tahun 1999 yang dimaksud usaha menengah adalah:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Milik warga negara Indonesia.
 - c. Berdiri sendiri dan bukan termasuk anak perusahaan baik langsung maupun tidak langsung.
 - d. Berbentuk usaha perseorangan yaitu badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum.
- #### 2. Produk dan Produksi

Produk adalah barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

³Fahrudin Sukarno, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. AL Azhar Freshzone Publishing. 2013. h.19.

⁴Taufiqur Rachman, Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan, jurnal ilmiah mahasiswa FEB vol 2, 2014, h.2.

Ibn Kholdun mendefinisikan kegiatan produksi sebagai aktivitas manusia yang diorganisir secara social dan internasional. Tujuan produksi adalah mencari penghidupan dan tata cara memperoleh sarana kehidupan. Dengan menekan kerja sama social dan antar Negara, kegiatan produksi dapat berjalan maksimal sehingga terjadi pemerataan hasil dan pemenuhan kebutuhan hidup manusia.⁵

3. Pendapatan

Pengertian pendapatan menurut Abdurachman menyatakan bahwa pendapatan adalah uang, barang-barang, materi, atau jasa yang diterima selama jangka waktu tertentu, biasanya merupakan hasil dari pemakaian capital, pemberian jenis-jenis perseorangan atau keduanya. Yang termasuk pendapatan adalah upah, gaji, sewa tanah, deviden, pembayaran, bunga dan gaji tahunan.⁶

Pendapatan diartikan sebagai suatu aliran uang atau daya beli yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas. Dalam pengertian pembukuan pendapatan diartikan sebagai pendapatan sebuah perusahaan atau individu.⁷

Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis SWOT yaitu menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*Strength, Weakness, Oppurtunities, dan Threats*) untuk mengetahui pengembangan usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari di kota Depok. Dengan menggunakan responden yaitu pemilikusaha, dengan teknik wawancara.

Hasil Penelitian

1. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap pengembangan usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari untuk peningkatan pendapatan.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari berbagai sumber dan informan yang diambil melalui wawancara dengan pemilik usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari. Diperoleh hasil beberapa faktor dari

⁵Fahrudin Sukarno, *Etika Produksi...*, h.63.

⁶Taufiqur Rachman, Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan, jurnal ilmiah mahasiswa FEB vol 2, 2014, h.2.

⁷Fahrudin Sukarno. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. AL Azhar Freshzone Publishing. 2013, h.16.

kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Adapun faktor-faktor tersebut yaitu :

a. Kekuatan

Yang menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha Rumah Bayu Berkah Bahari di Depok meliputi:

- 1) Memiliki jiwa entrepreneur yang tinggi.
- 2) Kualitas produk yang terjamin.
- 3) Mengkonsep program sedekah.
- 4) Mengusai bidang pelayanan terhadap konsumen.
- 5) Motivasi kerja yang tinggi.

b. Kelemahan

Yang menjadi kelemahan dalam pengembangan usaha Rumah Bayu Berkah Bahari di Depok meliputi :

- 1) Penerapan pola manajerial yang kurang terorganisir.
- 2) Belum memiliki pengalaman usaha di bidang kuliner atau makanan.
- 3) Permodalan yang relatif rendah.
- 4) Manajemen perusahaan masih sederhana.
- 5) Belum memiliki SIUP dari Dinas Perdagangan Kota Depok.

c. Peluang

Yang menjadi peluang dalam pengembangan usaha Rumah Bayu Berkah Bahari di Depok meliputi:

- 1) Adanya lembaga keuangan seperti Bank, koperasi dalam penyaluran modal usaha.
- 2) Pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi.
- 3) Lokasi usaha yang strategis.
- 4) Adanya pelatihan dan seminar wirausaha.
- 5) Minat masyarakat akan produk modern tinggi.

d. Ancaman

Yang menjadi ancaman dalam pengembangan usaha Rumah Bayu Berkah Bahari di Depok meliputi:

- 1) Adanya pesaing diusaha yang sejenis.
- 2) Banyak pesaing yang memproduksi yang sama dan memiliki potensi kualitas produk yang lebih baik.
- 3) Kurang adanya perhatian khusus dari pemerintah daerah terhadap UKM.
- 4) Kenaikan biaya operasional (bahan baku dan BBM) yang sering tidak terduga.

5) Biaya sewa tempat semakin naik.

2. Analisis IFAS dan EFAS

Setelah diperoleh faktor-faktor analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman maka selanjutnya faktor-faktor tersebut diolah menggunakan analisis IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)⁸ yang ditunjukkan dengan tabel berikut:

Tabel 1. IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki jiwa entrepreneurship yang tinggi	0,21	4	0,84
2	Kualitas produk yang terjamin	0,23	4	0,92
3	Mengkonsep program sedekah	0,22	4	0,88
4	Megusai bidang pelayanan terhadap konsumen	0,17	3	0,51
5	Motivasi kerja yang tinggi	0,16	3	0,48
total		0,99		3,63
No	Kelamahan	Bobot	Rating	Skor
1	Penerapan manajerial yang kurang terorganisir	0,14	3	0,42
2	Belum berpengalaman usaha di bidang kuliner atau makanan	0,19	2	0,38
3	Permodalan yang relatif rendah	0,24	2	0,42
4	Manajemen perusahaan masih sederhana	0,23	3	0,69
5	Belum memiliki SIUP dari Dinas Perdagangan Kota Depok	0,13	3	0,39
total		0,93		2,36

Tabel 2. EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya lembaga keuangan seperti Bank, koperasi dalam penyaluran bantuan kredit permodalan	0,18	3	0,54
2	Pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi	0,17	3	0,51
3	Lokasi usaha yang strategis	0,23	4	0,93
4	Adanya pelatihan dan seminar	0,22	4	0,88

⁸Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, h.19-20.

	wirausaha			
5	Minat masyarakat akan produk modern tinggi	0,19	3	0,57
Total		0,99		3,39
No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya pesaing di usaha yang sejenis	0,26	3	0,78
2	Banyak pesaing yang memproduksi yang sama dan memiliki potensi kualitas produk yang lebih baik	0,11	2	0,22
3	Kurang perhatian khusus dari pemerintah daerah akan pengembangan UKM	0,19	2	0,38
4	Kenaikan biaya operasional usaha (bahan baku dan BBM) yang tidak terduga	0,16	2	0,32
5	Biaya sewa tempat yang semakin naik	0,27	3	0,81
total		0,99		2,51

Dari hasil pengolahan data IFAS dan EFAS maka total perolehan total skor tiap-tiap faktor adalah:

1. Total skor untuk faktor kekuatan: 3,63.
 2. Total skor untuk faktor kelemahan: 2,36.
 3. Total skor untuk faktor peluang: 3,39.
 4. Total skor untuk faktor ancaman: 2,51.
3. Pengembangan usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari di Depok

Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan pada Pelaku Usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari dengan pendekatan matriks SWOT diperoleh total skor untuk setiap faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari pelaku usaha kerajinan khas daerah sebagai berikut:

1) Faktor Kekuatan

Total bobot dari faktor kekuatan pada pelaku usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari adalah 3,63. Angka ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki usaha berpengaruh sangat besar terhadap pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan yang mereka jalankan. Ini juga dibuktikan dari rating setiap jawaban pertanyaan yang diajukan untuk faktor kekuatan yang dominan pada rating 4 dengan rata-rata 3,7 yang berarti faktor tersebut memiliki pengaruh yang sangat besar.

2) Faktor Kelemahan

Total bobot dari faktor kelemahan pada pelaku usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari adalah 2,36. Angka ini menunjukkan bahwa faktor kelemahan yang dimiliki perusahaan tidak berpengaruh secara keseluruhan terhadap usaha yang mereka jalankan, meskipun ada berbagai kelemahan khususnya dari pihak owner Rumah Makan Bayu Berkah Bahari sendiri. Ini juga dibuktikan dari rata-rata rating jawaban pertanyaan yang diajukan untuk faktor kelemahan adalah 2,4. Hal ini berarti faktor kelemahan tidak berpengaruh secara menyeluruh terhadap usaha yang dijalankan ini.

3) Faktor Peluang

Total bobot dari faktor peluang pada pelaku usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari adalah 3,39. Angka ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki Rumah Makan Bayu Berkah Bahari berpengaruh sangat besar terhadap pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini dibuktikan dari rating setiap jawaban pertanyaan yang diajukan untuk faktor peluang berada pada rating 3 dan 4 dengan skor rata-rata 3,4. Hal ini berarti faktor peluang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pedagang dan membuat usaha ini dapat bertahan hingga saat ini.

4) Faktor Ancaman

Total bobot dari faktor ancaman pada pelaku usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari adalah 2,51. Angka ini menunjukkan bahwa faktor ancaman yang dimiliki pedagang berpengaruh terhadap usaha mereka, tetapi pengaruh yang ditimbulkan tidak secara keseluruhan. Ini terlihat dari rating setiap jawaban pertanyaan yang diajukan untuk faktor ancaman dominan pada rating 2 dengan skor rata-rata 1,8. Artinya faktor ancaman ini tidak besar pengaruhnya terhadap pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan.

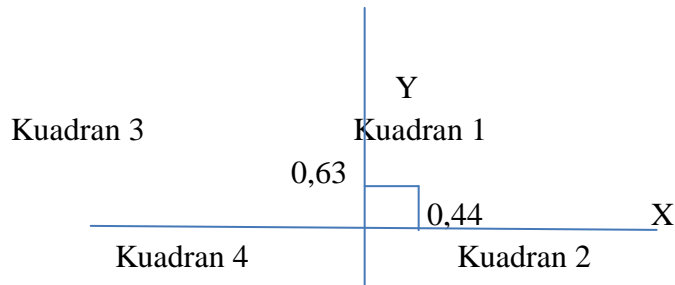
Kemudian total skor tersebut dimasukkan dalam rumus analisis SWOT dengan pendekatan SWOT yaitu sumbu X merupakan faktor internal, sedangkan sumbu Y merupakan faktor eksternal, maka diperoleh nilai sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai titik koordinat (X)} &= (\text{kekuatan-kelemahan}) : 2 \\
 &= (3,63 - 2,36) : 2 \\
 &= 1,27 : 2 \\
 &= 0,63
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai titik koordinat (Y)} &= (\text{peluang} - \text{ancaman}) : 2 \\
 &= (3,39 - 2,51) : 2 \\
 &= 0,88 : 2 \\
 &= 0,44
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas diperoleh letak koordinat 0,63 : 0,44 sehingga ketika digambarkan dalam matrik kuadran SWOT sebagai berikut :

Gambar 1. Diagram Analisis SWOT⁹



Kuadran 1

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi divertivikasi (produk/pasar).

Kuadran 3

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fakos strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4

⁹Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, h.19-20.

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Pada matrix kuadran diperoleh titik koordinat pelaku usaha Rumah Bayu Berkah Bahari di Depok dengan sumbu matriks kuadran (0,63 : 0,44). Posisi pelaku usaha Rumah Makan ini berada pada kuadran I pada matriks kuadran SWOT. Faktor strategis yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha kebab ini yaitu adanya lembaga keuangan dibidang penyaluran pinjaman usaha dengan nilai skor 0,88; kemudian lokasi yang cukup strategis karena berada dipusat keramaian dengan nilai skor 0,93; minat masyarakat Bangkalan terhadap makanan modern seperti kebab memiliki nilai skor 0,57; pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi yaitu dengan nilai skor 0,51; serta adanya pelatihan dan seminar wirausaha dengan nilai skor 0,51.

Dengan kondisi seperti ini pelaku usaha disarankan untuk melakukan strategi GrowthOriented Strategy, dimana dalam strategi ini pelaku usaha diharapkan agar bisa mempertahankan keadaan usaha yang sudah mulai berkembang dengan tetap menawarkan produk-produk yang unik dan juga harga yang terjangkau serta saling bekerjasama dengan pihak pemerintah dan pengelola untuk bersama-sama memajukan usahakecil menengah yaitu Rumah Makan Bayu Berkah Bahari.. Hal ini sesuai dengan pernyataan Freddy Rangkuti, bahwa strategi agresif adalah strategi yang tepat untuk wilayah yang berada di kuadran 1. Kondisi ini sangat menguntungkan bagi suatu wilayah tersebut, karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Table 3 : Faktor SWOT Terbesar Usaha Rumah Makan Bayu Berkah

Kekuatan	kelemahan	Peluang	Ancaman
Kualitas produk yang terjamin	Permodalan yang relatif rendah	Adanya pelatihan dan seminar wirausaha dalam penyaluran ide kreatif dalam dunia bisnis	Adanya pesaing di usaha yang sejenis
Mengkosep sedekah sehingga diberi kesuksesan	Manajemen perusahaan masih sederhana	Lokasi usaha yang strategis	Harga biaya sewa tempat yang semakin naik
Memiliki jiwa	Belum		

entrepreneurship yang tinggi	berpengalaman usaha di bidang kuliner atau makanan		
------------------------------	--	--	--

Dari penjelasan diatas, maka strategi langkah yang tepat untuk pengembangan usaha Rumah Bayu Berkah Bahari agar pendapatan makin meningkat adalah sebagai berikut:

1) Mengkonsep sedekah

Suatu usaha tidak akan sukses apabila hanya mengendalikan aspek bisnisnya saja. Suatu usaha memiliki dua aspek yaitu internal dan eksternal, dari segi internal salah satu aspeknya adalah sedekah yang merupakan amal ibadah yang sangat dianjurkan dan banyak manfaatnya dalam menjalankan bisnis.

2) Menambah permodalan

Menambah modal bisa dilakukan dengan cara bermitra atau dana pinjaman dari lembaga keuangan. Hal ini penting dilakukan agar mampu meningkatkan jumlah produksi, bahkan bisa menambah jumlah unit bisnis sehingga nantinya Rumah Bayu Berkah Bahari ini bisa menjadi produk *franchise*.

3) Penentuan lokasi

Peletakan usaha dalam hal menentukan lokasi harus benar-benar tepat dan strategis agar meminimalisir pesaing usaha yang sama dalam hal bisnis kuliner. Maka memilih tempat yang ramai dan banyak dilalui orang adalah salah satu faktor yang harus digaris bawahi dalam penentuan lokasi.

4) Menambah varian produk Rumah Makan Bayu Berkah Bahari

Dalam hal ini pelaku usaha harus mampu menciptakan varian baru dari produk Rumah Makan Bayu Berkah Bahari tanpa mengurangi ciri khas dari usaha ini sehingga masyarakat tidak bosan dalam memilih menu.

5) Mengikuti acara seminar dan pelatihan wirausaha

Dengan adanya seminar atau pelatihan wirausaha akan senantiasa meningkatkan jiwa pengusaha sehingga mampu mengatasi masalah yang ada, dalam menjalankan bisnis.

6) Implementasi etika bisnis Islam dalam pengembangan usaha Rumah Makan Bayu Berkah dalam meningkatkan pendapatan.

Implementasi etika bisnis Islam yang sudah dilakukan pemilik usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari dengan cukup baik. Hal ini terbukti dalam memerhatikan *halal*nya bahan pokok rumah makan.

Kualitas menu makanan yang disajikan untuk konsumen. Asal-usul dzat bahan pokok rumah makan. Pengelolaan dan penyajian kepada konsumen sangat diperhatikan kepuasaannya. Kemudian RM. Bayu Berkah Bahari menerapkan fresh food, bukannya hanya menerapkan fresh food saja, mereka memprioritaskan pelayanan yang baik, serta tempat yang nyaman dan bersih untuk konsumen.

Pelaku bisnis yang baik adalah mereka yang juga memikirkan kepentingan orang lain, terutama pelanggan. Bukan hanya mengejar keuntungan materi semata, tetapi mengabaikan keselamatan orang lain. Tapi, kembali lagi kepada para pelaku bisnis itu sendiri, apakah mereka sudah siap jika kelak nantinya semua yang mereka lakukan diminta pertanggung jawaban Nya.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis SWOT, metode pengambilan data menggunakan metode wawancara dengan pemilik usaha Rumah Makan Bayu Berkah Bahari.
2. Hasil dari analisis SWOT terhadap pengembangan usaha kebab yaitu:
 - a. Faktor Kekuatan Total bobot dari faktor kekuatan adalah 3,63. Rating yang dominan yaitu 4 dengan rata-rata 3,7 yang berarti faktor tersebut memiliki pengaruh yang sangat besar.
 - b. Faktor Kelemahan Total bobot dari faktor kelemahan adalah 2,36. Rating rata-rata pada faktor ini adalah 2,4. Hal ini berarti faktor kelemahan tidak berpengaruh secara menyeluruh terhadap usaha yang dijalankan ini.
 - c. Faktor Peluang Total bobot dari faktor peluang adalah 3,39. Rating dominan yaitu 3 dan 4 dengan rata-rata 3,4. Artinya faktor ini mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pengembangan usaha.
 - d. Faktor Ancaman Total bobot dari faktor ancaman adalah 2,51. Rating dominan yaitu 2 dengan rata-rata 1,8. Artinya tidak besar pengaruhnya terhadap pengembangan usaha.
3. Diagram Analisis SWOT diperoleh titik koordinat pada sumbu kuadran I yaitu 0,63 : 0,44, artinya langkah yang harus dilakukan menggunakan Growth Oriented Strategy.

4. Langkah strategis yang dilakukan oleh pemilik Rumah Makan Bayu Berkah Bahari adalah:
 - a. Mengkonsep sedekah.
 - b. Menambah permodalan.
 - c. Penentuan lokasi yang strategis.
 - d. Menambah varian produk makanan.
 - e. Mengikuti acara seminar dan pelatihan wirausaha.
5. Implementasi etika bisnis Islam dalam pengembangan usaha Rumah Makan Bayu Berkah memerhatikan :
 - a. Halalnya bahan pokok rumah makan.
 - b. Kualitas menu makanan yang disajikan untuk konsumen.
 - c. Asal-usul dzat bahan pokok rumah makan.
 - d. Pengelolaan dan penyajian kepada konsumen.
 - e. Menerapkan *fresh food*.
 - f. Memprioritaskan pelayanan yang baik.
 - g. Tempat yang nyaman dan bersih untuk konsumen.

Daftar Pustaka

- Anoraga, Pandji, *Manajemen Bisnis*, PT. Rineka Cipta, 2009.
- Badroen, Faisal, Suhendra, Arief Mufraeni, Ahmad D. Bashori, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius, 2000.
- Cooper, Donald, dan William Emory, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Elida Elfi Barus, Nuriani, *Implementasi Etika Bisnis Islam*, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, vol 2, 2016.
- Edwin, Maustafa Nasution, Budi Setyanyo, Nurul Huda, Muhammad arief Mufraeni, Bey Sapta Utama, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Fahrudin Sukarno, Etika Produksi Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, vol 1, 2010.
- Fuad, Christine, nurlela, Sugiarto, Paulus, *Pengantar Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research I*, Yogyakarta : Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, 1984.
- Handoko, Hani, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Oprasi*, BPFE-Yogjakarta, 2011.

Jaidan Jauhari, Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-COMMERCE, *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, VOL. 2, NO. 1, April 2010.

Keraf, Sonny, *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, Penerbit Kanisius, 1991.

Muhadjir, Noeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta, Reka Sarasin, 2002.

Muhammad Zilal Hamzah, Zulkarnain, Analisis Potensi Wilayah Untuk Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Kecamatan Kebon Jeruk-Jakarta Barat, *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, vol.5, no.2, 2010.

Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2012.

Nazir, M, *Metode Penelitian*. Bogor: Ghaliar Indonesia, 2010.

Paujiyanti, Ferra, *Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Dalam Sekejap Otodidak Tanpa Guru Khusus Untuk Perpajakan & UKM*, Lembaga Pustaka Indonesia, 2015.

Putra, Nusa, *Penelitian Kualitatif : Proses dan Aplikasi*, Jakarta, PT. Indeks, 2011.

Pitma Pertiwi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja Di Daerah Istimewah Yogyakarta*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia, Ekonomi Islam, PT. RajaGrafindo Persada, 2008.

Rewoldt, Scott, Warshaw, *Strategi Produk Dalam Pemasaran*, Bina Aksara, 1988 .

Rangkuti Freddy, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Sukarno, Fahrudin, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Al Azhar Freshzone Publishing, 2013.

Sukarno, Fahrudin, *Etika Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, AL Azhar Press, 2010.

Sadono, Sukirno, *Mikroekonomi: Teori Pengantar, Edisi Ketiga*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Sudaryono, *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*, CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2017.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, Bandung: Alfabeta, 2011.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 2004.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Taufiqur Rachman, Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan, *jurnal ilmiah mahasiswa FEB* vol 2, 2014.
- Tanjung, Hendri, dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Gramata Publishing, 2013.

