



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT SINJAI SELATAN**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

ROSITA

NIM. 190303092

Pembimbing:

- 1. Harmilawati, S.S., S.Pd., M.Pd**
- 2. Indirwan, S.Pd.I., M.Pd.I**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (EKOS)
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD
DAHLAN (UIAD) SINJAI
TAHUN 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Rosita
Nim : 190303092
Program Studi : Ekonomi Syariah (Ekos)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiat atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perUndang-Undangan yang berlaku.

Sinjai, 26 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Rosita
NIM. 190303092

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sinjai Selatan ditulis Oleh Rosita Nomor Induk Mahasiswa 190303092 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam UIAD Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Sabtu tanggal 12 Agustus 2023 M bertepatan dengan 25 Muharram 1445 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.	Ketua	(.....)
Dr. Suriati, M.Sos.I	Sekretaris	(.....)
Abd. Muhaemin Nabir, S.E.,M.Ak.Ak	Penguji I	(.....)
Andi Alauddin, S.H.,M.H.	Penguji II	(.....)
Harmilawati, S.S.,S.Pd.,M.Pd.	Pembimbing I	(.....)
Dr. Indirwan, S.Pd.I.,M.Pd.I.	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui,
Dekan FEHI UIAD Sinjai



Abd. Muhaemin Nabir, S.E.,M.Ak, Ak.
NBM. 1213397

ABSTRAK

ROSITA, Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sinjai Selatan. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam UIAD Sinjai, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis kuliner pada masyarakat Sinjai Selatan. (2) Untuk mengetahui kendala dalam pengembangan usaha bisnis kuliner masyarakat Sinjai Selatan. Subjek dari penelitian ini adalah warung Mas Rozak, bakso raksasa, bakso Mas Asri, dan kedai Lesehan Baruttung.

Jenis penelitian ini adalah penelitian fenomenologi dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek dari penelitian ini adalah warung Mas Rozak, bakso raksasa, bakso Mas Asri, dan kedai Lesehan Baruttung. Objek penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan. Adapun teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis datanya pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan, Pertama, strategi pengembangan bisnis kuliner pada masyarakat Sinjai Selatan merupakan wilayah yang banyak dikenal dalam kalangan masyarakat yang ada di Sinjai, dengan menerapkan atau mengutamakan pengembangan usaha kulinernya dan mempunyai strategi pengembangan yaitu Produk dan layanan, harga, promosi dan tempat. Kedua, Kendala dalam pengembangan usaha bisnis kuliner masyarakat Sinjai Selatan yaitu Lokasi usaha dan tekanan dari luar (pesaing). Dalam hal ini strategi pengembangan bisnis kuliner di Sinjai Selatan sudah mampu mengembangkan mengembangkan usaha untuk meningkatkan pendapatan.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan, Pendapatan.

ABSTRACT

ROSITA, Culinary Business Development Strategy to Increase the Income of the South Sinjai Community. Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Law Islamic University of Ahmad Dahlan Sinjai, 2023.

This research aims to (1) To find out the culinary business development strategy in the South Sinjai community. (2) To find out the obstacles in developing the culinary business of the South Sinjai community. The subjects of this research were Mas Rozak stall, giant meatballs, Mas Asri meatballs, and Lesehan Barutting stall.

This type of research is phenomenological research using a qualitative approach. The subjects of this research were Mas Rozak stall, giant meatballs, Mas Asri meatballs, and Lesehan Barutting stall. The object of this research is the culinary business development strategy in increasing the income of the people of South Sinjai. The data collection techniques are observation, interviews and documentation.

Data analysis techniques include data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research show, First, the culinary business development strategy in the South Sinjai community is an area that is widely known among the people in Sinjai, by implementing or prioritizing the development of culinary businesses and having a development strategy, namely products and services, prices, promotions and places. Second, the obstacles in developing the culinary business of the South Sinjai community are the location of the business and pressure from outside (Competitors). In this case, the culinary business development strategy in South Sinjai has been able to develop businesses to increase income.

Keywords: *Strategy, Development, Revenue.*

المستخلص

رسميًا، استراتيجية تطوير أعمال الطهي لزيادة دخل مجتمع سنجائي الجنوبية. قسم الاقتصادية الشرعية، كلية الاقتصادية و أحكام الإسلامية، جامعة أحمد دحلان الإسلامية سنجائي، ٢٠٢٣.

يهدف هذا البحث إلى (١) معرفة استراتيجية تطوير أعمال الطهي في مجتمع سنجائي الجنوبية. (٢) لمعرفة العقبات التي تعترض تطوير أعمال الطهي لمجتمع سنجائي الجنوبية. موضوعات هذا البحث هي كشك ماس روزاك، وكرات اللحم العملاقة، وكرات لحم ماس عصري، وكشك ليسهان باروتونج. هذا النوع من البحث هو بحث ظاهري يستخدم منهجًا نوعيًا. موضوعات هذا البحث هي كشك ماس روزاك، وكرات اللحم العملاقة، وكرات لحم ماس عصري، وكشك ليسهان باروتونج. الهدف من هذا البحث هو استراتيجية تطوير أعمال الطهي في زيادة دخل سكان سنجائي الجنوبية. تقنيات جمع البيانات هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. وتشمل تقنيات تحليل البيانات جمع البيانات، والحد من البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج. تظهر نتائج هذا البحث، أولاً، أن استراتيجية تطوير أعمال الطهي في مجتمع سنجائي الجنوبية هي منطقة معروفة على نطاق واسع بين الناس في سنجائي، من خلال تنفيذ أو إعطاء الأولوية لتطوير أعمال الطهي والحصول على استراتيجية تطوير، أي المنتجات والخدمات والأسعار والعروض الترويجية والأماكن. ثانيًا، تتمثل العوائق التي تحول دون تطوير أعمال الطهي في مجتمع سنجائي الجنوبية في موقع العمل والضغط من الخارج (المنافسون). وفي هذه الحالة، تمكنت استراتيجية تطوير أعمال الطهي في سنجائي الجنوبية من تطوير الأعمال التجارية لزيادة الدخل.

الكلمات الأساسية: الإستراتيجية، التنمية، الإيرادات.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَ بِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَالصَّلَاةَ وَالسَّلَامَ عَلَى أَصْرَفِ
الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَ عَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَا بَعْدُ

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan nikmat, karunia dan hidayah-Nya hingga penelitian ini terselesaikan, dengan judul "Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sinjai Selatan". Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw. Tak lupa peneliti ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua yang telah mengorbankan waktu, tenaga serta doa yang tak pernah terputus.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk ujian skripsi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Penelitian ini berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sinjai Selatan".

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah

memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis melaksanakan studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua orangtua tercinta yang telah mendidik dan membesarkan;
2. Bapak Dr. Firdaus, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.;
3. Bapak Dr. Ismail, M.Pd. selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai;
4. Bapak Dr. Rahmatullah, M.A. selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai;
5. Bapak Dr. Muh. Anis, M. Hum. selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai;
6. Bapak Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam;
7. Bapak Salam, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah;
8. Ibu Harmilawati, S.S., S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing I dan Bapak Indirwan, S. Pd.I., M.Pd.I selaku Pembimbing II;
9. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai;

10. Seluruh Pegawai dan jajaran Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai yang telah membantu kelancaran Akademik;
11. Kepala dan Staf Perpustakaan Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai;
12. Camat Sinjai Selatan yang telah memberikan izin untuk meneliti di Kecamatan Sinjai Selatan
13. Teman-teman Mahasiswa Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga peneliti selesai studi;

Kesempurnaan hanya milik Allah Swt, begitu pula pada skripsi penelitian yang masih jauh dari sempurna ini. Oleh karena itu, peneliti menerima saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak. Semoga proposal ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi almamater beserta para pembaca pada umumnya. Wassalamualaikum wr.wb.

Sinjai, 16 Juli 2023

ROSITA
NIM. 190303092

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	Xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Pustaka	8
B. Hasil Penelitian Relevan.....	39

BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Definisi Operasional	45
C. Tempat dan Waktu Penelitian	46
D. Subjek dan Objek Penelitian	46
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Instrument Penelitian.....	49
G. Keabsahan Data	50
H. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
A. Gambaran Umum.	54
B. Hasil Penelitian.....	62
C. Pembahasan	75
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel. 1. Data Pengusaha Kuliner.....	4
Tabel. 2. Jumlah Penduduk.....	59
Tabel. 3. Mata Pencaharian.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gapura Sinjai Selatan	56
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Observasi.....	96
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	98
Lampiran 3 Kisi-kisi Instrumen.	107
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.	108
Lampiran 5 Surat Keputusan.....	109
Lampiran 6 Surat keterangan Hasil Penelitian.....	111
Lampiran 7 Dokumentasi.....	112
Lampiran 5 Biodata Penulis.....	116

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kuliner merupakan sesuatu hal urusan dapur yang berkaitan dengan keahlian masak memasak. Indonesia merupakan salah satu Negara yang terkenal dengan bidang kulinernya, makanan dan minuman Indonesia banyak macamnya, karena Indonesia terdiri dari berbagai macam adat dan suku, dan juga Indonesia kaya dengan bumbu-bumbu masaknya yang khas. Selain itu Indonesia juga terdapat banyak restoran-restoran makanan dan minuman mancanegara.

Semakin maju perkembangan zaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia juga berubah, terutama dalam kebutuhan primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman. Disisi lain jumlah penduduk Indonesia yang setiap bulan terus meningkat. Hal ini menyebabkan kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap pangan terus meningkat pula. hal demikian terlihat pada sensus penduduk yang terus meningkat dari tahun 2009 berjumlah 239,3 juta jiwa yang terus mengalami kenaikan mencapai 266,91 juta jiwa saat tahun

2019. Rata-rata peningkatan jumlah kenaikan penduduk dari tahun 2009 sampai 2022 sebesar 1,29% pertahun. Perkembangan jaman yang semakin pesat dan diikuti teknologi yang semakin berkembang membuat bisnis kuliner saat ini tidak berjalan seperti bisnis tradisional pada masa yang lampau. Persaingan yang semakin ketat membuat banyak perusahaan menyadari pentingnya untuk mengembangkan bisnisnya sehingga tidak tertinggal dari perusahaan pesaingnya. Perkembangan zaman yang cukup pesat ini juga membuat konsumen menginginkan suatu produk maupun layanan yang berkualitas dan berbeda dengan produk dan layanan lainnya (Samir, 2011).

Banyaknya yang memilih jalur usaha kuliner menimbulkan peningkatan persaingan. Hal ini tentunya akan menimbulkan adanya persaingan bisnis yang sangat ketat, sehingga menjadikan bisnis ini berada pada posisi yang banyak disukai masyarakat. Siapa pun yang siap untuk bersaing dengan berbagai inovasi, improvisasi dan kreatifitas, dialah yang akan memenangkan persaingan itu. Secara umum ada satu sisi eskatologis yang tidak boleh dilewatkan, khususnya bagi para pengusaha. Selain harus cermat dalam bersaing, harus lebih cermat dalam mengkaji

aspek-aspek syari'at dalam aktivitas bisnis yang dijalankan (Faiza, 2015).

Penjelasan diatas mengisyaratkan pada pentingnya strategi dalam pengembangan bisnis di bidang kuliner. Sebagaimana telah diketahui, bahwa strategi bisnis berkaitan dengan trik-trik yang dipakai oleh suatu perusahaan untuk mendapatkan keunggulan persaingan di dalam setiap usaha bisnisnya dan konsisten untuk beradaptasi dengan lingkungan.

Usaha kuliner di Sinjai memang semakin hari semakin berkembang. Hal ini didukung oleh komoditas di Sinjai serta banyak wisata kuliner wilayah ini sering dikenal dengan ikannya yang berlimpah, tempat pelelangan yang unik, minumannya yang sangat khas sering disebut irex atau minas, tempat wisata kuliner di Muara galau, dan kafe-kafe di lapangan Sinjai bersatu. Serta banyak wisata kuliner lainnya yang tersebar di beberapa Kecamatan di Kabupaten Sinjai salah satunya adalah kecamatan Sinjai Selatan.

Bisnis kuliner di Kecamatan Sinjai Selatan sudah berkembang begitu pesat. Hal ini dilihat dari jumlah pengusaha kuliner yang ada di Sinjai Selatan dari

masyarakat tidak mempunyai pekerjaan kini sudah bisa mendapatkan pekerjaan dengan adanya usaha kuliner , maka bisnis kuliner ini kedepannya bisa berjalan lebih baik dan berkembang.

Hal dapat ini dilihat dari data pengusaha kuliner di Kecamatan Sinjai Selatan dari beberapa desa/kelurahan, yaitu:

Tabel 1. Data Pengusaha Kuliner

No	Nama Kel/Desa	Jumlah
1	Sanggiaseri	13 Orang
2	Alenangka	5 Orang
3	Gareccing	3 Orang
4	Talle	2 Orang
5	Puncak	1 Orang
6	Aska	1 Orang
7	Bulukamase	3 Orang
8	Palae	4 Orang
Jumlah		32 Orang

(sumber data : Dinas Koperasi, UMKM dan

Ketenagakerjaan Tahun 2022).

Atas dasar latar belakang diatas, maka penyusun tertarik untuk mengamati lebih dalam lagi mengenai usaha kuliner di Kec. Sinjai Selatan yang dituangkan dalam judul penelitian ini yaitu “Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sinjai Selatan”.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini membatasi masalah yang akan diuraikan yaitu terkait strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis kuliner pada masyarakat Sinjai Selatan?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha bisnis kuliner masyarakat Sinjai Selatan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis kuliner pada masyarakat Sinjai Selatan.
2. Untuk mengetahui kendala yang dalam pengembangan usaha bisnis kuliner masyarakat Sinjai Selatan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan pengetahuan didalam bidang bisnis kuliner. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu,khususnya dalam ilmu Ekonomi agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini dapat di manfaatkan sebagai informasi bagi pemerintah dalam upaya meningkatkan pengetahuan bagi pengusaha bisnis kuliner terkait dalam strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai informasi bagi masyarakat dalam strategi mengembangkan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

c. Bagi peneliti

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mendalami strategi pengembangan bisnis kuliner.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Konsep Strategi

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti “*strategos*” yang artinya *generalship* atau sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal perang dalam membuat *planning* atau (rencana) untuk memenangkan peperangan. Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus.

Menurut Tjiptono (2011), strategi merupakan sekumpulan cara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah rencana, dalam kurung waktu yang telah ditentukan. Menurut Umar Husein, strategi itu merupakan tindakan yang bersifat instrumental (senantiasa meningkat) dan akan berlangsung terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi

hampir selalu dimulai dari apa yang terjadi bukan mulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan (Husein, 2001).

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi ialah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, penyusunan rencana dan eksekusi sebuah aktivitas untuk mencapai sasaran dan tujuan yang sesuai dengan peluang serta ancaman dalam kurung waktu tertentu yang berfokus pada tujuan jangka panjang.

Hal ini dilihat dalam salah satu ayat Al-Qur'an, yaitu firman Allah dalam Q.S An Nisa/ 4: 29 sebagaimana berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
 إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Terjemah Kemenag 2019)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa jangan mengambil harta orang lain dengan jalan yang tidak benar seperti mencuri, riba, judi, korupsi, menipu, dan hal yang merugikan orang lain. Menurut Chandler strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitanya tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Sedarmayanti, 2018).

b. Fungsi Strategi

Adapun fungsi strategis pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu terdapat beberapa fungsi diantaranya: mengkomunikasikan

suatu maksud yang ingin dicapai kepada orang lain, menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya, memanfaatkan keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang baru, menghasilkan dan meningkatkan sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atas aktivitas organisasi kedepan, menanggapi dan beraksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu (Assauri, 2013).

c. Perumusan Strategi

Perumusan strategi dilakukan secara baik dan memperhatikan berbagai macam faktor, baik dari dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan. Menurut Sentot imam Wahjoni (2019) dalam buku pengantar manajemen, rencana strategi terdiri dari enam tahap yang saling berkaitan, yaitu:

1) Pengembangan Misi Bisnis

Misi bisnis berkaitan dengan gambaran perusahaan yang bergerak dalam sebuah bidang dengan tujuan tertentu. Misi tersebut harus

dikembangkan terlebih dahulu sebelum merumuskan strategi. Misi bisnis perusahaan merupakan dasar dari perumusan strategi itu sendiri.

- 2) Mengidentifikasi peluang dan juga ancaman lingkungan eksternal perusahaan

Setelah pengembangan misi bisnis selanjutnya mengidentifikasi lingkungan luar perusahaan. Lingkungan luar perusahaan akan mendatangkan peluang juga ancaman. Perumusan strategi harus merinci peluang dan ancaman yang mungkin terjadi disekitar perusahaan.

- 3) Mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan lingkungan internal perusahaan

Selain faktor eksternal perumusan juga memerlukan data tentang lingkungan internal perusahaan. Lingkungan internal perusahaan juga merupakan sebagai data perumusan strategi yaitu kekuatan dan kelemahanya. Jika perumus strategi dapat mengidentifikasi dengan baik maka akan terjadi salah satu dasar strategi yang akan diterapkan. Strategi tersebut nantinya akan

membuat kekuatan perusahaan akan menjadi lebih optimal dan kelemahan perusahaan juga akan dikelola dengan baik.

4) Menetapkan tujuan jangka panjang

Setelah mengetahui tentang kelemahan dan kekuatan internal perusahaan, selanjutnya menetapkan tujuan jangka panjang.

5) Menentukan alternatif strategi

Alternatif strategi diperlukan untuk mendapatkan pilihan strategi yang banyak dan bisa dipilih. Setiap strategi tentunya memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing.

6) Memilih strategi untuk dilaksanakan

Tahap terakhir dalam perumusan strategi yaitu memilih strategi yang baik yang bisa diterapkan dalam perusahaan. Pembuat strategi tentunya memiliki alasan strategi yang cocok bagi perusahaan. Pilihan tersebut tentunya telah melalui proses yang sebelumnya dengan memperhatikan berbagai macam faktor

d. Macam-Macam Strategi

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai strategi dalam berusaha. Namun, mungkin saja terjadi pada pemimpin perusahaan tidak pernah menyadarinya. Dalam mengkaji strategi perusahaan, yang perlu diketahui bahwa bentuk strategi akan berbeda menurut industri, antar perusahaan atau bahkan antar situasi. Namun, ada sejumlah strategi yang sudah banyak diketahui umum dan dapat di terapkan pada berbagai bentuk industri dan ukuran perusahaan.

Berikut ini beberapa macam model strategi *Generik* yang dikutip (Nilasari, 2014).

1) Strategi *Generic* dari Whelen dan Hunger

Untuk menjelaskan tentang strategi, Whelen dan Hunger menggunakan konsep dari General Electric. General Electric mengatakan bahwa pada prinsipnya strategi generis yaitu, strategi stabilitas, dan ekspansi berikut adalah penjelasannya:

a) Strategi Stabilitas

Pada prinsipnya strategi ini menenkan pada tidak bertambahnya produk, pasar dan

fungsi-fungsi perusahaan lainya, karena perusahaan berusaha untuk meningkatkan efisiensi disegala bidang dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan.

b) Strategi Ekspansi

Pada prinsipnya strategi ini bertujuan untuk melakukan pengurangan atas produk yang dihasilkan atau pengurangan atas pasar atau fungsi-fungsi dalam perusahaan, khususnya yang mempunyai *cashflow negative*.

2) Strategi *Generic* dari Michael R. Porter

Menurut Porter, jika perusahaan ingin meningkatkan perusahaanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis, yaitu produk dengan harga tertinggi atau produk dengan biaya terendah, bukan keduanya. Berdasarkan prinsip ini, porter mengatakan terdapat 3 prinsip Generik, yaitu Diferensiasi, kepemimpinan biaya menyeluruh.

3) Strategi *Generic* dari Fred R. David

Menurut Fred R David, pada prinsipnya strategi generic dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi :

a) Strategi Integrasi Vertikal

Strategi ini menjelaskan bahwa sebuah perusahaan harus melaksanakan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok dan para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

b) Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda beda.

c) Strategi Intensif

Strategi ini memerlukan adanya usaha-usaha yang intensif dan meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

d) Strategi bertahan

Strategi ini menjelaskan agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada akhirnya adalah kebangkrutan.

2. Bisnis

a. Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata “*bisnis*” diambil dari bahasa Inggris “*business*”. Jadi bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu suatu organisasi yang menjual barang dan jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba (Lintas, 2017).

Hal ini dilihat dalam salah satu ayat Al-Qur’an, yaitu firman Allah dalam Q.S Al Mulk/ 67: 15 sebagaimana berikut.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا
وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Terjemahnya:

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”
(Terjemah Kemenag 2019)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai manusia kita dikirim Allah ke muka bumi. Dari muka bumi itu disediakan segala kelengkapan hidup kita, dan jangan bermalas-malasan.

Bisnis menurut Hughess dan Kapoor ialah suatu kegiatan usaha individu yang teroganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, Sedangkan menurut Brown dan Patrello bisnis merupakan suatu lembaga menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada tiga hal yaitu: Usaha perseorangan kecil-kecilan, Usaha perusahaan besar seperti pabrik,

transport, hotel, perkantoran dan sebagainya, Usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu negara.

Jadi dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Untuk memulai bisnis seseorang pedagang atau wirausahaan perlu memikirkan secara matang-matang hal-hal apa saja yang akan dan perlu diperlukan. Manajemen yaitu suatu ilmu tentang perencanaan, pengontrolan dalam rangka sebuah tujuan yang efektif dan efisien (Priansa, 2009).

b. Strategi Pengembangan Bisnis

Dalam setiap pengembangan bisnis akan berkaitan dengan peluang. Peluang untuk memasuki dunia wirausaha dapat dilakukan diberbagai kesempatan atau peluang yang terlihat di seseorang. Atau mungkin kesempatan atau peluang tersebut tidak terlihat oleh orang lain. Peluang atau kesempatan untuk memulai bisnis sangat tergantung pada persepsi dan pengalaman seseorang. Strategi pengembangan merupakan bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam

pengembangan bisnis untuk merealisasikannya. Strategi pengembangan juga mempengaruhi suatu usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu sifat dari strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dalam mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi perusahaan. Dalam syariah Islam telah mengatur dan membimbing manusia diseluruh aspek kehidupan. Termasuk kaitanya dalam hal bisnis, karena pada dasarnya bisnis bagian dari aspek kehidupan manusia maka tentunya telah diatur dalam koridor syariah. Konsep bisnis berdasarkan syariah diimplementasikan dengan usaha-usaha yang *kaffah* (menyeluruh/komprehensif) dan *ihsan* (professional dan bijaksana), mengupayakan keseimbangan antar nilai-nilai keduniaan dan akhirat, selain itu juga menghindari perilaku menzalimi, dengan tujuan mencapai kesuksesan dan kemenangan (Sofyan, 2011).

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan apabila prinsip-prinsip syariah hendak diterapkan

dalam berbagai strategi pengembangan bisnis, diantaranya;

1) Strategi produk dan layanan

Dalam ekonomi konvensional, produk merupakan barang yang dipertukarkan. Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merk, kemasan, ukuran, pelayanan jaminan dan pengembalian dalam islam produk yaitu barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral (Keller, 2009).

Prinsip syariah mengubah paradigma dalam menjual, yaitu suatu paradigma yang memandang sebuah produk atau jasa dalam berbagai aspek secara menyeluruh. Apa yang dijual akan dibahas bukan hanya dari segi aspek bisnis ataupun aspek pasar, tetapi juga dari segi nilai-nilai syariah dari produk atau jasa tersebut. Nilai-nilai inilah yang akan menjaga suatu jasa atau produk tetap pada fitrah kekuatan jualnya, tanpa harus melacurkan diri.

Dengan demikian secara tidak langsung kita menciptakan paradigma baru atau pasar baru

yang orientasinya lebih kepada produk atau jasa tersebut, bukan dikendalikan atau didorong oleh pasar. Akan tetapi bukan berarti produk atau jasa tersebut tidak dibutuhkan pasar karena fitrah atau esensi dari suatu produk dan jasa tersebut tidak akan terbawa atau diperkaya dengan sesuatu yang diluar dari esensi dasar produk atau jasa tersebut.

2) Strategi Harga

Harga yaitu suatu alat untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada pasar. Penetapan harga memiliki dampak langsung dan jelas terlihat pada penerimaan pasar sehingga menjadi sangat penting terhadap keseluruhan bauran pemasaran. selain itu harga juga merupakan alat yang fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dan sewaktu waktu harga akan meningkat dan menurun dan juga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dan penjualan (Kasali, 2010).

Ada beberapa alternative penetapan harga, sebagai berikut:

- a) *Cost Based Pricing* adalah penetapan harga berdasarkan biaya, terbagi menjadi dua yaitu; *Cost Plus Pricing*, penetapan harga biaya *plus* metode ini adalah metode yang paling sederhana, pengusaha hanya perlu menambah *mark-up* tertentu terhadap biaya produksinya. *Break Even Analysis And Target Profit Pricing*, analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran, ini merupakan metode dengan menghitung titik impas atau membuat target laba tertentu di atasnya.
 - b) *Value Based Pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan persepsi calon konsumen terhadap nilai barang.
 - c) Metode persepsi nilai dari pembeli
 - d) *Competition Based Pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan persaingan (Joewono, 2012).
- 3) Strategi Promosi

Promosi merupakan teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen

supaya membeli, dengan tujuan agar meningkatkan penjualan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan promosi yaitu bauran promosi diantaranya:

- a) Periklanan merupakan kegiatan untuk mendapatkan perhatian dan mendapatkan ide untuk produk dan layanan kepada kelompok masyarakat.
- b) Penjualan pribadi merupakan suatu metode dengan cara berkomunikasi tatap muka dengan calon-calon pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan menstimulasi pembelian.
- c) Promosi penjualan merupakan bentuk *persuasive* langsung melalui penggunaan berbagai *unsentif* yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk.
- d) Hubungan masyarakat merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan masyarakat terkait mengenai hal seseorang, produk/jasa dan organisasi yang disebarluaskan dengan tujuan

untuk menjaga kesan baik perusahaan dimata masyarakat (Amstrong, 2008).

4) Strategi Tempat

Kesuksesan pemasaran produk tergantung pada bagian distribusi. Distribusi disebut juga tempat yang berarti bagaimana melakukan kombinasi untuk menyampaikan produk kepada pengguna akhir. Distribusi meliputi pengudangan, saluran-saluran distribusi, cakupan distribusi, lokasi tempat tempat ritel, wilayah penjualan, tingkat dan lokasi persediaan, kurir, transportasi, penjualan, grosir dan ritel.

Saluran distribusi merupakan jalur yang dilewati suatu produk dari tangan produsen ke pengguna akhir. Saluran-saluran distribusi bermula dari suatu manufaktur dan berakhir pada seorang konsumen atas suatu pengguna industri.

Dalam hal bisnis beliau mengedepankan kepuasan dan jaminan pada pelanggan. Bagi beliau pelanggan merupakan faktor utama, beliau juga membangun kempetitis yang sehat bersama rekan-rekan bisnisnya. Beliau tak pernah

melakukan jalan pintas atau licik untuk mendapatkan keuntungan. Transparansi juga menjadi daya tarik tersendiri dalam diri Rasulullah. Beliau tidak pernah melakukan hal curang, korupsi dan sangat jujur (Misbahul, 2017).

3. Kuliner

a. Pengertian Kuliner

Istilah kuliner berasal dari bahasa latin, yakni *culinarius*, *Culinarius* memiliki arti materi yang berkaitan dengan proses masak. Kata kuliner berasal dari komoditas yang berkaitan dengan masak-memasak dan kegiatan mengonsumsi pangan. Kuliner bisa dimaknai sebagai pola pemakaian yang berdasarkan pada pangan dan hidangan. Wisata kuliner membuat makanan seperti subjek dan media. Makanan juga sebagai tujuan wisata dan instrumen bagi peningkatan pariwisata. Wisata kuliner diperlukan kerja sama semua panca indra seperti lidah, hidung, indra peraba, serta mata (Endriana, 2017).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian kuliner ialah salah satu sektor pariwisata yang banyak diminati wisatawan lokal ataupun internasional yang

berkunjung ke suatu daerah, sehingga kita sadar akan potensi tersebut yang dimiliki disetiap daerah yang ditempati. Hal ini terlihat dalam salah satu ayat Al-Qur'an, yaitu firman Allah dalam Q.S Al Baqarah/ 2: 168 sebagaimana berikut.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
 خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahnya:

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”
 (Terjemah Kemenag 2019)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang yang beriman diperintahkan agar segala amalnya bersih, jiwa dan hatinya digerakkan oleh kekuatan darah yang bersih, sumber makanannya pun harus halal.

b. Istilah kuliner dalam berbagai bidang

Menurut Seogiarto (2018), Istilah kuliner dalam berbagai bidang yaitu:

1) Wisata kuliner

Istilah wisata kuliner merupakan yang sering didengar oleh kebanyakan orang. Hal ini karena wisata kuliner menggabungkan aspek kuliner dalam pariwisata. Jadi, alasan dari wisata kuliner tersebut adalah untuk mencicipi kuliner yang ada pada daerah yang dikunjungi. Selain itu, wisata kuliner didukung oleh pemerintah guna untuk memperkenalkan kuliner yang ada pada daerah wisata. Kuliner yang diperkenalkan biasanya kuliner-kuliner tradisional yang berasal atau lahir dari daerah tersebut.

2) Seni Kuliner

Culinary arts atau seni kuliner dalam bahasa Indonesia adalah ilmu pengetahuan mengenai proses pembuatan makanan. Jadi, seni kuliner dapat berupa ilmu mengenai berbagai macam teknik memasak, mempersiapkan, dan mempresentasikan suatu makanan. Meski terdengar biasa, namun seni kuliner merupakan bagian dari syarat penerimaan kerja untuk pekerjaan yang berkaitan dengan makanan. Beberapa pekerjaan yang menerapkan

seni kuliner yaitu koki, *food stylist*, barista, bahkan jasa boga seperti catering.

3) Industri Kuliner

Industri kuliner merupakan kegiatan pembuatan makanan yang dilakukan secara massal, untuk mendapatkan keuntungan. Pada negara Indonesia, industri kuliner merupakan cabang industri yang bertumbuh pesat dan membuahkan berbagai macam inovasi kreatif.

4) Bisnis Kuliner

Bisnis kuliner ialah suatu usaha atau bisnis yang menggunakan kuliner sebagai produk jual beli untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis terpopuler di Indonesia, karena setiap orang pasti akan membutuhkan makanan.

5) Kuliner Tradisional dan Internasional

Kuliner tradisional ialah kuliner yang berasal dari negara ibu, seperti jajanan pasar. Sedangkan kuliner internasional ialah kuliner yang diimpor dari negara luar, guna untuk menyebarkan

informasi kuliner. Meski demikian, ini bukan berarti kuliner internasional selalu terlihat megah.

6) Tata Boga

Tata boga ialah jurusan yang mengajarkan ilmu pengetahuan mengenai teknik dan seni kuliner. Sebenarnya, tata boga juga merupakan bagian dari seni kuliner.

c. Tujuan Kuliner Dalam Berbagai Aspek Kehidupan

Sebuah bidang tidak bisa berdiri tanpa sebab dan tujuan, begitu halnya dengan kuliner. Kuliner memiliki beragam tujuan pada kehidupan, berikut tujuan dalam bidang kuliner.

1) Sebagai ilmu untuk memasak

Secara keseluruhan, tujuan utama dari adanya kuliner, yaitu sebagai ilmu yang dapat kita terapkan dalam memasak. Ilmu dapat berupa teknik, proses dan juga resep dari suatu masakan. Sebagian masakan memiliki tingkat dan proses yang cukup rumit, karena itu pemasak wajib untuk memiliki ilmu dan pengalaman yang cukup untuk masakan-masakan tersebut.

2) Menjaga budaya kuliner dari generasi ke generasi

Kuliner khususnya tradisional, berasal dari leluhur diturunkan secara turun temurun. Hal ini yang membuat kuliner juga merupakan bagian dari budaya yang wajib kita jaga dan lestarikan untuk generasi selanjutnya. Syukurlah dengan berkembangnya teknologi, pengetahuan akan kuliner zaman dulu dapat tersimpan dan tersebar dengan mudah.

3) Meningkatkan sektor ekonomi kreatif

Dengan adanya industri kuliner, industri dan ekonomi dapat berkembang dengan pesat. Industri kuliner tersebut secara langsung meningkatkan sektor perekonomian kreatif bagi Negara.

4) Memperkenalkan suatu Negara ke dunia

Sebagai ilmu pengetahuan yang dapat dipelajari oleh siapapun, hal ini memungkinkan kuliner untuk dapat tersebar hingga keluar negeri. Orang dari Negara lain pun akhirnya dapat mengetahui seperti apa kuliner yang tersedia pada suatu Negara. Misalnya, rendang merupakan salah satu hidangan yang paling lezat di dunia. Secara

tidak langsung, Indonesia terkenal melalui hidangan rendang tersebut.

5) Sebagai ide bisnis dan membuka lapangan kerja

Merupakan bagian dari ekonomi kreatif, kuliner juga memiliki manfaat untuk perekonomian individual. Para pemilik usaha dapat menggunakan kuliner sebagai bisnis yang menguntungkan. Selain itu, pengusaha juga membuka lapangan kerja, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran di Negara (Endriana, 2017).

4. Konsep Pendapatan

a. Pengertian pendapatan

Pendapatan merupakan suatu total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output (Wild, 2003). Dalam kamus besar Bahasa Indonesia artinya dari pendapatan merupakan hasil kerja usaha dan sebagainya yang digunakan untuk kebutuhan makan, tempat tinggal, pajak dan sebagainya.

Menurut Nafarin pendapatan merupakan arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam satu periode yang mengakibatkan

kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Nafarin, 2006).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pendapatan ialah uang yang diterima sebagai imbalan karena telah menyediakan barang dan jasa. Hal ini terlihat dalam salah satu ayat Al-Qur'an, yaitu firman Allah dalam Q.S Al Maidah/5: 3 sebagaimana berikut.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَالْحَنْزِيرُ وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ
وَالْمُنْخَنِقَةُ وَيَةُ الْمَوْقُودَةِ وَالْمُتَرَدِّوَالنَّطِيجَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا
مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصَبِ وَإِنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ ذَلِكُمْ
فِسْقٌ الْيَوْمَ يَبْسُ الدِّينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ
الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمْ
الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ
غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣﴾

Terjemahnya:

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging hewan) yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh,

yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang (sempat) kamu sembelih (Diharamkan pula) apa yang disembelih untuk berhalal. (Demikian pula) mengundi nasib dengan (anak panah), karena itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu. Oleh sebab itu, janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Maka, siapa yang terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Terjemah Kemenag 2019)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa makanlah makanan yang halal, memasak makanan yang mentah, dan bersyukur atas makanan yang kita makan. Dan sembelih hewan dengan menyebut nama Allah.

e) Kategori Pendapatan

Pendapatan terbagi atas kategorinya diantaranya sebagai berikut.

- 1) Upah atau gaji merupakan balas jasa untuk pekerjaan yang dilaksanakan dalam hubungan

kerja dengan orang lain atau instansi lain (sebagai karyawan yang dibayar).

- 2) Laba usaha sendiri merupakan balas karya untuk pekerjaan yang dilakukan sebagai pengusaha, yaitu mengorganisir produksi, mengambil keputusan untuk kombinasi faktor produksi sertamenanggung resikonya sendiri entah sebagai petani, buruh maupun pedagang dan sebagainya.
- 3) Laba perusahaan atau perseroan adalah laba yang diterima atau diperoleh perusahaan yang berbentuk atau badan hukum.
- 4) Sewa merupakan jasa yang diterima oleh pihak atas penggunaan hartanya.
- 5) Penghasilan campuran merupakan penghasilan yang diperoleh dari usaha seperti petani, tukang batu, warung pengusaha kecil dan lainnya yang disebut buka laba.
- 6) Bunga merupakan balas jasa untuk pemakaian factor produksi uang. Besarnya balas jasa ini biasanya dihitung sebagai persen dari modal dan disebut tingkat atau dasar bunga (Gilarso, 1998).

f) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

1) Produk

Salah satu tugas utama penjualan yaitu desain produk yang memberikan saran perbaikan yang diperlukan desain produk akibat dari keluhan para pelanggan.

2) Harga

Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan akibat keluhan dari pelanggan.

3) Distribusi

Perantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas pendistribusiannya maka akan mempengaruhi penjualan promosi.

4) Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan (Mulyadi, 2010).

g) Sumber Pendapatan

Pendapatan ialah penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa. Sumber pendapatan ini berupa:

- 1) pendapatan dari usaha meliputi: hasil bersih dari hasil usaha sendiri, komisi dan penjualan
- 2) Pendapatan dari investasi
- 3) Pendapatan dari keuntungan sosial (Purnama, 2014).

h) Pengertian Peningkatan Pendapatan

Peningkatan pendapatan adalah proses, perbuatan cara meningkatkan usaha dan sebagainya. Jadi peningkatan pendapatan adalah suatu proses peningkatan usaha sehingga penerimaan pendapatan seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu lebih tinggi. Dengan kata lain, pendapatan yang diperoleh seseorang lebih tinggi dari sebelumnya. Adapun indikator tingkat pendapatan antara lain:

- 1) Upah dan sewa

Pendapatan di tentukan oleh tingkat upah sebagai penerimaan faktor produksi tenaga kerja.

2) Keuntungan

Keuntungan adalah selisih lebih antara harga pokok dan biaya yang dikeluarkan dengan dengan penjualan. Jika keuntungan dari hasil penjualan tinggi maka pendapatan akan meningkat.

3) Keahlian

Keahlian adalah kemampuan teknis yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan yang dipercayakan. Semakin tinggi jabatan seseorang, keahlian-keahlian yang dibutuhkan semakin tinggi. Karena itu gaji atau upahnya makin tinggi (Chulsum, 2006).

i) Usaha-Usaha Dalam Peningkatan Pendapatan

Pada umumnya manusia mendapatkan atau merasakan penghasilan atau pendapatan yang diterima saat ini menjadi kurang dan akan menjadi masalah yang tidak akan pernah terselesaikan. Secara umum dapat diterangkan bahwa usaha untuk dapat meningkatkan penghasilan dapat digunakan berbagai cara diantaranya.

1) Pemanfaatan waktu luang.

- 2) Individu dapat memanfaatkan waktu yang tersisa dan pekerjaan yang telah dilakukan sebelumnya menjadi kesempatan yang baru dan menambah penghasilan.
- 3) Melakukan kreatifitas dan inovatif.
- 4) Individu harus mampu berfikir kreatif dan inovatif menciptakan terobosan-terobosan yang berarti untuk mencapai kebutuhan yang dirasa masing-masing (Boedono, 1982).

B. Hasil Penelitian Relevan

Hasil penelitian yang relevan merupakan telaah pustaka yang diperoleh dari penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan. Dalam penelitian yang relevan ini diuraikan secara sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang didapat oleh peneliti sebelumnya dan terkait dengan penelitian yang dilakukan.

Adapun penelitian-penelitian yang digunakan sebagai acuan telaah pustaka penelitian ini adalah:

1. Wahyuniarso Tri D S (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang”. Penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi SDM pada

industri dalam kondisi buruk, sedangkan kondisi pemasaran kurang baik. Dalam hal ini strategi yang dilakukan untuk memberdayakan industri tersebut adalah dengan memperluas pasar, sehingga barang lebih terkenal dan peningkatan teknologi tepat guna (Tri, 2013).

Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas strategi pengembangan bisnis, namun perbedaannya penelitian ini lebih fokus kepada strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan. Sedangkan penelitian terdahulu fokus terhadap menganalisis pada analisis penerapan strategi.

2. Mohammad Fahrizal, Ahmad Syaichoni (2022), “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Waroeng Kampung AG One Tulungagung). Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Waroeng Kampung AG One yaitu strategi kombinasi bersama, yakni strategi integrasi vertikal (strategi integrasi ke depan, strategi integrasi ke belakang, dan strategi integrasi horizontal), strategi

intensif (strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk), dan strategi diversifikasi terkait / konsentrik, jika dianalisis dengan ekonomi islam, strategi-strategi yang diterapkan Waroeng Kampung AG One secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Dalam hal ini Waroeng Kampoeng AG One tidak hanya fokus pada strategi-strategi secara umum, namun Wroeng Kampung AG One juga tidak melupakan hal-hal yang diatur agama Islam (Asrofi, 2022).

Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni startegi pengembangan usaha bisnis kuliner, namun perbedaanya penelitian ini lebih fokus terhadap strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan. Sedangkan penelitian terdahulu fokus terhadap analisis strategi pengembangan bisnis kuliner dalam perspektif islam.

3. Fadlika Fatchur Rochman (2011), “Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara”. Dalam penelitian ini, menganalisis mengenai kondisi lingkungan perusahaan yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang selanjutnya

dianalisis menggunakan matriks IFE dan matriks EFE pada input data, matriks IE dan matriks SWOT pada tahap pencocokan, dan matriks QSPM untuk tahap perumusan strategi (Rochman, 2011).

Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni membahas strategi pengembangan bisnis, namun perbedaannya dalam penelitian sebelumnya dalam analisisnya. Dimana dalam penelitian ini lebih menekankan dan menjelaskan pada strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan, bukan pada analisis terhadap perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah adalah fenomenologi. Fenomenologi berasal dari kata *phainomenon* dan *logos* (Yunani), *phainomenon* berasal dari kata “*phaenoo*” yang berarti membuat kelihatan atau kelihatan tampak, secara umum *phaenomenon* berarti tampak atau memperlihatkan. Logos ilmu atau ucapan. Dengan demikian, fenomenologi dapat diartikan sebagai ilmu tentang fenomena yang menampakkan diri dari kesadaran peneliti. Dalam arti luas, fenomenologi adalah ilmu tentang gejala atau hal-hal apa saja yang tampak .

Adapun fenomena yang terjadi pada penelitian ini adalah adanya strategi pengembangan bisnis kuliner yang bisa meningkatkan pendapatan masyarakat. Contohnya warung Mas Rozak terletak didepan asrama polsek Sinjai Selatan, bakso raksasa Bikeru terletak di depan minimarket Bikeru, bakso Mas Asri terletak di samping

mini market dan kedai ibu Nadia terletak di Desa Gareccing.

Fenomenologi adalah salah satu metode penelitian kualitatif yang diaplikasikan untuk mengungkap kesamaan makna yang menjadi esensi dari suatu konsep atau fenomena yang secara sadar dan individual yang dialami oleh sekelompok individu dalam hidupnya. Fenomenologi juga sebagai salah satu bentuk penelitian kualitatif tumbuh dan berkembang dalam bidang sosiologi, yang menjadikan pokok kajiannya fenomena yang tampak sebagai subjek penelitian, namun bebas dari unsur syak wasangka atau subjektivitas peneliti (Jusman, 2021).

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada satu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan

sampel sumber data dilakukan secara induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Setiawan, 2018).

Salah satu alasan menggunakan penelitian kualitatif dimana metode ini dapat digunakan untuk membantu peneliti untuk menggali informasi yang lebih detail dan mendalam terkait suatu fenomena yang terjadi. Informasi inilah yang kemudian dapat digunakan untuk menentukan tujuan penelitian dengan lebih mudah.

B. Definisi Operasional

Untuk memberikan pemahaman yang jelas sekaligus menghindari salah penafsiran terhadap pembahasan skripsi ini, maka peneliti memberikan pengertian yang dianggap perlu dijelaskan bahwa:

1. Strategi pengembangan ialah usaha atau rencana terus menerus untuk mengembangkan suatu sistem dengan menggunakan metode refleksi atau analisis diri.
2. Bisnis kuliner ialah usaha masak memasak dalam salah satu bidang usaha yang banyak diminati oleh para pelaku usaha.
3. Pendapatan masyarakat ialah upah atau balas jasa yang diterima oleh individu atau perkelompok dari hasil usaha

dalam jangka waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhannya.

Strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan adalah usaha atau cara yang di lakukan untuk mendapatkan penghasilan bagi masyarakat Sinjai Selatan.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tempat usaha kuliner di Sinjai Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan terhitung mulai bulan April- Juni 2023.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek merupakan sumber data/referensi penelitian. Adapun subjek penelitian adalah warung Mas Rozak, bakso raksasa, bakso Mas Asri, dan kedai Lesehan Baruttung.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Observasi

Observasi ialah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses idiologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuiseoner. Wawancara dan kuiseoner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek-objek alam yang lain (Widaswara, 2014).

Adapun yang menjadi objek observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

2. Wawancara

Wawancara ialah sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini yang menjadi informan atau subjek wawancara yaitu pengusaha bisnis kuliner di Sinjai Selatan. Adapun garis besar yang menjadi topik wawancara yaitu mengenai strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Metode dokumentasi yaitu suatu metode

penelitian yang mencari data mengenai hal-hal yang berupa gambar dari kegiatan yang dilakukan peneliti selama melakukan penelitian (Wicaksono,2018).

Kegunaan dokumentasi untuk penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data mengenai suatu hal yang berupa gambar dari kegiatan yang dilakukan oleh peneliti.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, atau pengamatan, atau daftar pertanyaan, yang disiapkan untuk mendapatkan informasi dari responden (Nurifani, 2019).

1. Lembar Observasi

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi berupa checklist, dimana penelitian mengamati secara langsung objek yang diteliti.

2. Pedoman Wawancara

Adapun penelitian yang akan digunakan yaitu pedoman wawancara, dimana didalamnya terdapat beberapa butir pertanyaan yang akan ditanyakan langsung kepada responden dalam penelitian ini. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik

pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi yang akan diperoleh (Jusman, 2021). Adapun data yang diungkap melalui wawancara dalam penelitian ini adalah ingin memperoleh informasi terkait strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

3. Alat Dokumentasi

Instrumen penelitian dokumentasi penulis yaitu berupa kamera, buku catatan, dan buku panduan yang ada dilokasi.

G. Keabsahan Data

Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan adalah triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2018).

1. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yaitu, pengusaha kuliner dan

masyarakat. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

2. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kepol, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019).

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengklasifikasi data tersebut dan menganalisisnya

menggunakan teknik deskriptif analitik yaitu teknik yang digunakan terhadap suatu data yang telah dikumpulkan, kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu sebagai berikut.

1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, peneliti terlebih dahulu menganalisis data yang diperlukan. Dalam pengumpulan data, peneliti mencatat semua data secara objektif yang sesuai dengan hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi terkait strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

2. Reduksi Data

Reduksi data yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni dengan merangkum dan memfokuskan hal-hal yang dianggap akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data. Reduksi data diperlukan apabila terdapat data yang dianggap perlu ditambah maupun dihilangkan, terkait strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

3. Penyajian Data

Setelah dilakukan reduksi data, data kemudian diklasifikasikan berdasarkan kelompok masalah yang diteliti, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan. Data yang sudah disusun secara sistematis pada tahap reduksi data, kemudian dikelompokkan berdasarkan pokok permasalahannya yang kemudian disimpulkan, terkait strategi pengembangan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Sinjai Selatan.

4. Verifikasi Data/Penarikan Kesimpulan

Dalam tahap inilah peneliti menganalisis data untuk tahap akhir. Setelah data sudah tersusun, peneliti kemudian menarik sebuah kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan ini dapat berupa deskripsi ataupun gambaran terkait objek yang diteliti. Dari tahap inilah peneliti dapat menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Berikut diuraikan beberapa gambaran terkait dengan Sinjai Selatan, seperti yang dilansir dari website Badan Pusat Statistik yakni sebagai berikut: (BPS, 2021)

1. Sejarah Sinjai

Sinjai merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Telah kita ketahui bahwa suatu daerah tidak hadir begitu saja, tetapi setiap daerah mempunyai proses sejarah sendiri-sendiri. Itulah yang menyebabkan sehingga daerah-daerah di Indonesia masing-masing mempunyai tahun kelahiran tersendiri. Sinjai sebagai salah satu Kabupaten tingkat II yang merupakan bagian dari wilayah Negara Republik Indonesia yang menetapkan hari jadinya berdasarkan hasil seminar penelusuran hari jadi Sinjai pada 2-3 September 1994. Maka ditetapkan hari jadi Sinjai dalam peraturan daerah (Perda) Nomor 9 Tahun 1996 SERI TENTANG penetapan hari jadi Sinjai setiap 27 Februari. Adapun tahun yang dijadikan tonggak sejarah kelahiran Sinjai didasarkan pada tahun diadakannya Perjanjian

Topekkong (Lampung Patue) sekitar 1564 (Abad ke-16). Dari berbagai asumsi tentang Asumsi yang telah disampaikan oleh para ahli sejarah dan budayawan didalam seminar penelusuran hari jadi Sinjai yang dijadikan sumber informasi sehingga sinjai dari kemasa dapat ditulis secara global agar generasi dan masyarakat Sinjai dapat mengenal asal usulnya. Atas dasar itulah dapat diharapkan solidaritas dan kekompakkan dapat dibangun dan berkiprah secara bersama untuk melihat Sinjai kedepan. Dengan demikian, dianggap perlu membeberkan informasi ini kepada masyarakat Sinjai tentang sejarah keberadaan daerahnya. Ibu kota Kabupaten ini terletak di kota Sinjai. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 819,96 km² dan berpenduduk sebanyak kurang lebih 250.000 jiwa. Sinjai memiliki Sembilan Kecamatan. Yaitu: Pulau Sembilan, Bulupoddo, Sinjai Utara, Sinjai Timur, Sinjai Tengah, Sinjai Barat, Sinjai Selatan, Sinjai Borong, Tellulimpoe.

2. Gambaran Umum Sinjai Selatan



Gambar 1. Gapura Sinjai Selatan

Sinjai Selatan adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan, Indonesia. Sinjai Selatan merupakan salah satu dari 9 Kecamatan di Kabupaten Sinjai, terbagi kedalam 11 Desa dengan luas 131,99 km² dari Makassar, ibu kota Provinsi, Kecamatan Sinjai Selatan berjarak 195 km². Sinjai Selatan merupakan pintu gerbang Kabupaten Sinjai di bagian Selatan yang berbatasan dengan Kabupaten Bulukumba. Kecamatan ini beribu Kota di Kelurahan Kota Sanggiaseri, yang dikenal juga dengan nama Bikeru dalam Bahasa Arab Bikrun yang berarti muda. Kematian

Sinjai Selatan dulunya berasal dari Kerajaan Bulo-bulo yang terdiri dari Saukang, Rombo, Mattoanging, Bontopale, Kaloling, Mattoanging, Biringere, Pattalassang, Sanjai, Bua, Pattongko, Mananti, Biroro, Bikeru, Talle, Bulu, Takkuro, Songing, Ammessing, Serre, Nangka, Baringeng, dan Kalaka. Pada saat Kerajaan Bulo-bulo kalah perang terhadap pemerintah Kolonial Belanda sekitar Tahun 1861, kemudian diubah menjadi Kerajaan Bulo-bulo barat yang berpusat di Bikeru sebagaimana tertuang dalam Besluit Nomor 18 tanggal 1 Februari 1872 (Staatblad No. 20) pertama kali ditemukan oleh seorang ilmuwan bernama Prof. Muhammad Nur Said.

3. Visi dan Misi Sinjai Selatan

Visinya adalah terwujudnya penyelenggaraan pemerintahan yang amanah dan professional dalam mendukung peningkatan pelayanan masyarakat Sinjai Selatan. Misi Sinjai Selatan pengamatan pancasila secara konsisten yang dijiwai nilai-nilai moral dan etika agama dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara, penguatan daya saing dan peningkatan kualitas aparat, munculnya sumber daya manusia yang

berkualitas, memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat dengan prinsip cepat, jujur dan transparan serta bertanggung jawab, mendorong peran aktif masyarakat dalam budaya gotong royong dan swadaya masyarakat.

4. Kondisi Geografis Sinjai Selatan

a. Letak Wilayah

Sinjai Selatan berbatasan:

Sebelah Utara : Berbatasan dengan Sinjai
Tengah

Sebelah Timur : Berbatasan dengan Sinjai Timur

Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Tellulimpoe

Sebelah Barat : Berbatasan dengan Sinjai
Borong

b. Wilayah

Secara topografi, Kecamatan Sinjai Selatan dapat dibagi dalam 2 wilayah, yaitu wilayah daratan rendah dan wilayah daratan tinggi. Luas lahan yang ada terbagi dalam beberapa peruntukan, dapat dikelompokkan seperti fasilitas umum, perkebunan, persawahan, permukiman, dan kegiatan ekonomi dan lain-lain.

5. Demografi

Jumlah penduduk Sinjai Selatan secara administrasi tercatat berjumlah 42.036 orang ditahun 2021. Adapun rinciannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Jumlah Penduduk Sinjai Selatan

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki-Laki	19.296
2.	Perempuan	20.693
Jumlah		39.989

(Sumber data : Kantor Kecamatan Sinjai Selatan)

Jumlah penduduk Sinjai Selatan adalah 39.989 jiwa, dengan 19.296 penduduk laki-laki dan 20.693 jiwa penduduk perempuan yang terdiri dari 11.235 KK. Berdasarkan data tersebut berarti jumlah penduduk perempuan lebih banyak dibandingkan penduduk laki-laki.

6. Pendidikan

Pendidikan adalah salah satu hal penting dalam memajukan tingkat kesadaran masyarakat pada umumnya dan tingkat perekonomian pada khususnya, dengan

tingkat pendidikan yang tinggi maka akan mendongkrak tingkat kecakapan, tingkat kecakapan juga akan mendorong munculnya lapangan pekerjaan baru. Oleh karena itu, dengan sendirinya akan membantu program pemerintah untuk membuka lapangan kerja guna membantu mengatasi pengangguran. Pendidikan juga dapat mempertajam sistematika piker atau pola pikir individu dan juga mudah menerima informasi yang lebih maju (Danil & Wiwin, 2020)

7. Pariwisata

Kecamatan Sinjai Selatan memiliki kawasan strategis pariwisata daerah. Kawasan ini meliputi objek wisata alam berbentuk sungai, air terjun, dan gua. Terdapat pula objek wisata berupa makam, kebun buah-buahan dan kolam renang. Sungai yang ada di Kecamatan Sinjai Selatan adalah Sungai Appareng. Di Kecamatan Sinjai Selatan terdapat dua air terjun yaitu air terjun bi'jee dan air terjun baruttung. Sedangkan gua yang ada di Kecamatan Sinjai Selatan adalah Gua serre. Makam-makam yang dijadikan objek wisata yaitu Makam La Patosa Arung Nangka, Makam Puatta Massambang'e, dan Makam Masalinri Daeng Mallira serta kompleks

Makam Arung Bulo-bulo Barat di Bontopedda. Sementara kolam renangnya bernama kolam renang Family. Objek wisata lainnya yang berbentuk benda adalah Saoraja Bikeru dan Lesung Batu Babara (Sumber: Kantor camat Sinjai Selatan).

8. Perekonomian Sinjai Selatan

Secara umum kondisi perekonomian Sinjai Selatan ditopang oleh beberapa mata pencaharian warga masyarakat dan dapat teridentifikasi kedalam beberapa bidang mata pencaharian seperti:PNS/TNI/Polri, nelayan,guru honor, karyawan swasta, guru swasta, pedagang, wirausaha, pensiunan, dan tukang kayu (Danil & Wiwin, 2020). Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Jumlah Penduduk Sinjai Selatan berdasarkan Mata Pencaharian

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1.	Petani	1670
2.	Tukang jahit	31
3.	Tukang kayu	76
4.	Pedagang	105

5.	Wirausaha	1020
6.	Guru swasta	145
7.	Pegawai negeri sipil	499
8.	Tukang batu	9
9.	Karyawan swasta	137
10.	Karyawan Perusahaan Pemerintah	38
Jumlah		3730

(Sumber Data: Kantor Kecamatan Sinjai Selatan)

9. Sarana dan prasarana

Pembangunan infrastruktur akan dihadapkan pada terbatasnya kemampuan pemerintah Kecamatan untuk menyediakannya. Sebagai infrastruktur pihak Kecamatan telah berhasil menghimpun swadaya masyarakat murni yang terkondisir di masing-masing desa (Danil & Wiwin, 2020)

B. Hasil Penelitian

1. Strategi pengembangan bisnis kuliner pada masyarakat Sinjai Selatan

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu perencanaan kebijakan untuk mencapai tujuan dari mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar

dengan mempertahankan kelangsungan bisnis untuk mencapai kesuksesan bisnis. Strategi bisnis ini merujuk pada perencanaan dan perencanaan dan aktivitas suatu perusahaan yang diatur oleh manajemen dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal agar tujuan usaha tercapai secara maksimal dengan menonjolkan keunggulan dan meminimalkan kekurangan yang dimiliki. Pelaksanaan strategi dalam bisnis kuliner sangatlah diperlukan, karena mengingat bisnis kuliner merupakan suatu bisnis yang tidak akan pernah mati ditelan zaman karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia untuk bertahan hidup. Perkembangan bisnis kuliner akan selalu meningkat di kalangan semua usia, begitu juga yang terjadi di Sinjai Selatan.

Ada beberapa strategi yang harus diperhatikan dalam pengembangan bisnis kuliner yaitu:

a. Strategi produk dan layanan

Setiap bisnis atau usaha yang sedang dijalankan, memang membutuhkan berbagai macam ide, strategi, modal, ketahanan mental dan mungkin saja pentingnya menjaga kualitas produk disaat bisnis

sudah mencapai tahap berjalan dan berkembang dengan pesat. Terkadang pengusaha atau pebisnis terlena, karena pengusaha atau pebisnis terlena, karena beranggapan bahwa produk yang sudah terkenal dipasaran, masyarakat sudah mengakui dan mempercayai produk yang ditawarkan. Ini bisa menjadi boomerang yang bisa menyerang dan melumpuhkan sebuah usaha (Ismail, n.d.). Menurut Kotler dan Amstrong, produk adalah kesatuan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat dibeli atau dikonsumsi untuk memuaskan kebutuhan. Produk merupakan suatu barang yang menjadi peran utama dalam melakukan proses jual beli. Jika tidak ada produk yang diperjualbelikan berarti tidak akan terjadi transaksi jual beli. Suatu produk yang diperjualbelikan harus memiliki kualitas yang tinggi, karena produk yang berkualitas tinggi sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengusaha kuliner yang menerangkan bahwa:

“Disini saya dan pengusaha yang lain mempunyai usaha kuliner yang sama tapi kita

punya cita rasa yang berbeda, cita rasa yang khas menjadi salah satu cara kami menarik pelanggan kami, karena jika rasa masakan enak, pas dilidah, pelanggan kami pasti tidak mau membeli ke tempat lain”. (Wawancara : Nadia, (27), Pemilik Lesehan Baruttung, 26 Juni 2023)

Sebagai pengusaha harus mempertahankan kualitas produk yang yang mereka jual. Kualitas produk yang tinggi membuat para konsumen menjadi percaya dengan barang yang mereka konsumsi, sehingga dapat menambah loyalitas pelanggan.

Pelayanan merupakan suatu aktivitas yang diberikan kepada pembeli guna memenuhi kebutuhan atau keinginan pembeli sebagai bentuk dan penghormatan terhadap pembeli. Jika kualitas layanan yang diberikan baik, maka para pembelipun menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pembelianpun menjadi nyaman.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan beberapa pengusaha kuliner yang menerangkan bahwa:

“Disini kan saya pengusaha kuliner mie pangsit, dan bakso pelayanannya lumayan lama, jadi saya memberikan tempat duduk seperti kursi supaya

tidak terlalu lama dan kelelahan berdiri”. (Wawancara: Nur, (25), Pemilik Warung Mas Asri, 27 Juni 2023)

“Menurut saya pembeli adalah raja, jadi harus dilayani dengan baik dan ramah terhadap pelanggan itu juga perlu”. (Wawancara: Ayu, (26), Pemilik Bakso Raksasa Bikeru, 28 Juni 2023)

Jika kualitas pelayanan yang baik, maka pembelipun menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pembeli menjadi nyaman.

b. Strategi harga

Menjalankan sebuah bisnis jual beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga. Harga memang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen ke tangan konsumen. Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Oleh karena itu, dengan permasalahan ini pengusaha biasanya mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum barang beredar di pasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengusaha kuliner yang menerangkan bahwa

“Kalau soal harga saya memberikan harga yang terjangkau supaya pelanggan tidak kabur” (Wawancara: Nadia, (25), Pemilik Lesehan Baruttung, 26 Juni 2023)

“Jika harga bahan baku naik kami tetap pasang harga normal, hanya porsi saja yang kami kurangi, tapi kalau harganya normal pastinya kami jual dengan porsi yang normal juga”. (Wawancara: Ani, (32), Pemilik Warung Mas Rozak, 29 Juni 2023)

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Jadi produk yang dikembangkan oleh masyarakat Sinjai Selatan adalah contohnya seperti: Gorengan, Bakso, mie pangsit dan masih banyak lagi.

c. Strategi promosi

Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh pengusaha untuk menarik minat pembelinya. Kekuatan promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong, ada beberapa cara dalam melakukan kegiatan promosi, yaitu: *Adversting*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, *Public Relations*, *Direct Marketing*. Orang melakukan promosi untuk mencapai tujuan

tertentu, adapun tujuan promosi berdasarkan rangkuman dari berbagai sumber adalah:

- 1) Untuk menyebarluaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial
- 2) Untuk mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut
- 3) Untuk menaikkan penjualan serta laba/keuntungan
- 4) Untuk membedakan dan mengunggulkan produknyadibandingkan dengan produk kompetitor
- 5) Untuk branding atau membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan

Kesimpulannya tujuan utama dari promosi adalah produsen atau distributor akan mendapatkan kenaikan angka penjualan dan meningkatkan profit atau keuntungan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengusaha kuliner yang menerangkan bahwa:

“Promosi yang saya lakukan, yaitu spanduk jualan dan sosial media untuk menarik minat pembeli”. (Wawancara: Nur, (25) Pemilik Warung Mas Asri, 27 Juni 2023)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa peluang memperluas promosi untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

d. Strategi tempat

Menurut Kotler dan Amstrong, tempat meliputi aktivitas perusahaan dalam memproduksi produk yang tersedia kepada target pasar. Tempat atau lokasi merupakan segala sesuatu untuk melakukan kegiatan usaha agar mempermudah pembeli untuk memperoleh produk atau barang yang diinginkan. Dalam melakukan suatu usaha perlu mempertimbangkan lokasi yang dimana menjadi tempat untuk menghubungkan antara penjual dan pembeli (Amstrong, 2006). Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha kuliner yang menerangkan bahwa:

“Saya memilih membuka usaha kuliner disini karena tempatnya yang strategis untuk membuka usaha, dan banyak pengunjung yang berdatangan”. (Wawancara, Ayu, (26), Pemilik Bakso Raksasa Bikeru, 28 Juni 2023)

Pemilihan lokasi yang tepat seperti dipertokoan, pusat keramaian, yang mana banyak orang melakukan aktivitasnya sehari-hari akan mempengaruhi kelangsungan usaha.

2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha kuliner masyarakat Sinjai Selatan

Kendala dalam melakukan upaya pengembangan akan selalu muncul pada setiap usaha. Karena pengembangan sering dianggap hanya sebatas gagasan semata tanpa mempertimbangkan bahwa suatu pengembangan mampu memperbaiki kualitas sebuah usaha. Keberadaan bisnis kuliner di Sinjai Selatan menjadi salah satu cara untuk mengurangi pengangguran karena kurang tersedianya lapangan pekerjaan di sektor formal, serta keberadaanya dapat mengurangi kemiskinan dan juga dapat dijadikan sebagai salah satu potensi bagi pembangunan daerah. Adapun kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha bisnis kuliner masyarakat Sinjai Selatan adalah lokasi usaha dan tekanan dari luar (pesaing).

a. Lokasi usaha

Salah satu kendala yang sering dihadapi oleh pengembangan usaha bisnis kuliner dalam menjalankan usahanya adalah tempat atau lokasi usaha. Yang dimana tempat usaha ini menjadi faktor penentu apakah pengusaha bisnis kuliner ini mampu bertahan lama atau tidak. Pemilihan tempat usaha di lorong sempit dan jauh dari keramaian, memungkinkan usaha tersebut mampu bertahan lama. Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas usaha beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja. Pemilihan dan penentuan lokasi merupakan ilmu penyelidikan tata ruang suatu kegiatan ekonomi. Pemilihan suatu lokasi yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dimasa yang akandatang dan lokasi merupakan hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus

mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Berdasarkan beberapa hasil wawancara dengan pengusaha kuliner sebagai berikut:

“Kendala yang saya hadapi adalah lokasi saya yang jauh dari pusat keramaian dan berada dilokasi yang sempit sehingga kurang pembeli yang mengetahui letak usaha saya”. (Wawancara: Nadia, (25), Pemilik Lesehan Baruttung, 26 Juni 2023)

“Kalau masalah usaha kuliner alhamdulillah disini cukup strategis untuk membuka usaha, karena disini pusat titik keramaian”. (Wawancara: Ayu, (26), Pemilik Bakso Raksasa Bikeru, 28 Juni 2023)

Walaupun Sinjai Selatan tempatnya strategis akan tetapi ada saja pengusaha kuliner yang tempatnya tidak sesuai, sehingga tempat usahanya jauh dari keramaian.

b. Tekanan dari luar (Pesaing)

Menghadapi situasi persaingan bisnis memang akan selalu membutuhkan sebuah strategi yang harus selalu dikembangkan. Menjalani bisnis

apapun pasti akan dihadapkan pada sebuah persaingan bisnis. Untuk menanggapi tantangan dan menghindari adanya kebangkrutan, maka para pelaku bisnis membutuhkan strategi yang jitu untuk menerobos ketatnya persaingan. Faktor penghambat lain yang dihadapi pengusaha kuliner di Sinjai Selatan adalah tingkat persaingan dipasar dibidang kuliner, hal ini menjadi salah satu ketakutan tersendiri yang dihadapi oleh pengusaha kuliner di Sinjai Selatan apalagi para pesaingnya memiliki sarana dan prasarana yang lebih bagus. Oleh sebab itu pengusaha kuliner di Sinjai Selatan terus melakukan evaluasi dan menciptakan strategi-strategi yang baru. Dalam era persaingan usaha yang makin ketat sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pada strategi pengembangan usaha dan strategi pemasaran yang dijalankannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan

kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh pengusaha kuliner dan menjadi pelanggan yang setia.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pengusaha kuliner sebagai berikut:

“Usaha ini merupakan usaha yang sederhana dan mudah dilakukan namun mendatangkan keuntungan yang sangat besar. Namun ada kendala yang saya hadapi yaitu banyaknya pengusaha kuliner lainnya khususnya dibidang makanan disekitar usaha saya. Dan kebanyakan pesaingnya memiliki sarana dan prasarana yang lebih bagus”. (Wawancara, Ani, (32), Pemilik Warung Mas Rozak, 29 Juni 2023)

“Usaha yang saya jalankan ini tidak mengecewakan dan modal bisa cepat kembali dan berjualannya ditempat yang ramai kendala yang saya hadapi yaitu tingkat persaingan yang sangat ketat, karena usaha kuliner saya berhadapan langsung dengan Warung Bakso Raksasa yang memiliki banyak menu makanan dibandingkan warung saya”. (Wawancara:

Nur, (25), Pemilik Warung Mas Asri, 27 Juni 2023)

Kendala yang dihadapi oleh ibu Ani dan ibu Nur dalam usaha kulinernya tingginya tingkat persaingan dibidang kuliner, hal ini menjadi salah satu ketakutan tersendiri yang dihadapi oleh ibu Ani selaku pemilik Warung Mas Rozak dan ibu Nur selaku pemilik Warung Mas Asri, kebanyakan pesaingnya memiliki sarana dan prasarana yang lebih bagus.

C. Pembahasan Penelitian

1. Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner pada Masyarakat Sinjai Selatan

Bisnis kuliner adalah jenis usaha menguntungkan dan akan selalu laris sepanjang masa, alasannya karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kebutuhan kita. Bisnis kuliner pun banyak kategori mulai dari makanan ringan (cemilan), minuman, hingga makanan pokok. Semua kategori di bisnis kuliner ini merupakan potensi yang sangat bagus dan dianggap memiliki tingkat pengembalian modal yang relatif cepat dan dapat memenuhi kebutuhan primer masyarakat.

Potensi menjadi hal yang harus diperhatikan dan dilihat lebih jauh lagi, hal itu dimaksudkan agar semua kelebihan dan potensi yang dimiliki dapat dikembangkan dan dimaksimalkan secara sempurna. Tentu semuanya tidak lepas dari peran semua pihak yang berkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Potensi suatu daerah dan pengembangan bisnis kuliner merupakan dua hal yang memiliki keterkaitan erat, keduanya dapat bergerak maju untuk melakukan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi daerah (Fauzia & Riyadi, 2014)

Bisnis kuliner di Sinjai Selatan adalah salah satu bisnis kuliner yang cukup terkenal memiliki tujuan untuk manfaat kepada orang lain dan menjadikan bisnis kuliner banyak peminatnya. Berkembang pesatnya bisnis kuliner didasari dengan berbagai macam strategi-strategi yang hebat. Bisnis Kuliner dapat memberikan dampak bagi masyarakat sekitar seperti meningkatkan pendapatan masyarakat dan daerah jika dikembangkan dengan baik, pengembangan usaha kuliner berpengaruh positif pada perluasan peluang usaha dan kerja.peningkatan. Pendapatan masyarakat dan pemerintah berasal dari pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan

selama perjalanan dan persinggahannya seperti untuk biaya makan dan minum. Dengan demikian,berkembanya bisnis kuliner akan mendorong peningkatan perekonomian masyarakat di Sinjai Selatan (Fauzia & Riyadi, 2014)

Berdasarkan hasil observasi,wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa pengusaha bisnis kuliner memiliki strategi-strategi dalam mengembangkan usahanya, untuk mengembangkan usaha bisnis kuliner yang ada di Sinjai Selatan yang dikutip (Robbins & Coulter, 2010). Sebagai berikut:

a. Strategi produk dan layanan

Kualitas produk adalah elemen utama yang perlu diperhatikan oleh para pengusaha. Khususnya bagi mereka yang memang ingin mempertahankan bisnisnya ditengah sengitnya persaingan dan bahkan membuat bisnis tersebut semakin maju dan berkembang. Namun, tentu saja ini bukanlah perkara yang mudah. Pengertian kualitas produk yang baik harus terlebih dahulu dipahami, sehingga pelaku usaha mengerti kualitas seperti apa

yang dibidang baik, bagaimana mencapainya, apa saja yang perlu dilakukan untuk mempertahankan tingkat kualitas tersebut, dan apa yang akan terjadi jika menemui kegagalan dalam upaya-upaya tersebut. Meski mungkin terdengar merepotkan dan seolah membutuhkan usaha yang besar, menjaga kualitas dari setiap produk atau jasa yang coba dipasarkan akan memberikan manfaat yang sangat besar bagi operasional serta pengembangan bisnis. Pengusaha bisnis kuliner yang ada di Sinjai Selatan pun menjaga dan mempertahankan kualitas produknya dengan memiliki cita rasa yang berbeda. Kualitas produk yang tinggi membuat opera konsumen menjadi percaya dengan yang mereka konsumsi sehingga dapat menambah loyalitas pelanggan.

Pelayanan adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh penjual sesuai yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitupun dengan pengusaha kuliner yang ada di Sinjai Selatan mereka akan memberikan pelayanan yang terbaik

seperti memberikan tempat yang bersih menyediakan tempat duduk dan yang pasti harus ramah terhadap pembeli (Tjiptono, 2007)

b. Strategi harga

Penetapan harga adalah proses menetapkan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran jasa dan barang. Metode *pricing* dilakukan untuk menyesuaikan biaya yang ditawarkan produsen yang sesuai dengan produsen dan pelanggan. Adapun tujuan penetapan harga yaitu:

1) Bertahan

Tujuan penetapan harga bagi bisnis mana pun adalah untuk menetapkan harga yang masuk akal bagi konsumen dan agar produsen dapat bertahan di pasar. Setiap perusahaan berada dalam bahaya tersisih dari pasar karena persaingan yang ketat, perubahan preferensi dan selera pelanggan. Oleh karena itu, saat menentukan biaya produk, semua variabel dan biaya tetap harus dipertimbangkan. Setelah fase bertahan hidup selesai, perusahaan dapat mengupayakan keuntungan ekstra.

2) Meningkatkan laba saat ini

Sebagian besar perusahaan mencoba memperbesar margin laba dengan mengevaluasi permintaan dan penawaran jasa dan barang di pasar. Jadi harga ditetapkan sesuai dengan permintaan produk dan pengganti produk tersebut. Jika permintaan tinggi, harga juga akan tinggi.

3) Penguasaan pasar

Perusahaan akan memberlakukan angka rendah untuk barang dan jasa untuk mendapatkan ukuran pasar yang lebih besar. Teknik ini membantu meningkatkan penjualan dan meningkatkan permintaan dan menurunkan biaya produksi.

4) Pasar untuk ide inovatif

Disini perusahaan menetapkan harga tinggi untuk produk dan layanan mereka sangat inovatif dan menggunakan teknologi mutakhir

c. Strategi promosi

Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi

ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Disini harus ada keseimbangan, produk baik, sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dengan teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha marketing. Dengan adanya perilaku yang jujur maka Allah akan lebih mengetahui dan akan menambah rezeki orang yang bersangkutan. Terkhusus lagi, terdapat perintah khusus untuk berlaku jujur bagi para pelaku bisnis karena memang kebiasaan mereka adalah melakukan penipuan dan menempuh segala cara demi melariskan barang dagangan. Oleh Karena itu, kita melakukan promosi harus dengan kejujuran. Dimana dengan adanya sikap jujur ini, maka apapun usaha yang kita lakukan senantiasa akan mendapatkan keberkahan. Dapat disimpulkan bahwa memperluas promosi merupakan langkah dalam memberikan informasi kepada masyarakat berupa menawarkan atau berupa iklan sebagai daya tarik konsumen terhadap produk yang di jual sehingga dapat memperluas daerah pengetahuan tentang strategi pengembangan bisnis

kuliner dalam meningkatkan pendapatan (Robbins & Coulter, 2010)

d. Strategi tempat

Lokasi adalah tempat dimana orang-orang bisa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stand atau counter bar di dalam maupun di luar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan. Kesalahan yang dibuat pada saat ini dapat menghambat efisiensi. Seleksi lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat ke bahan baku atau tenaga kerja, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu

lebih dekat dengan pelanggan (Render & Heizer, 2001)

Pemilihan lokasi usaha dapat dianggap sebagai suatu keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan. Menentukan lokasi untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemilik usaha, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Penempatan lokasi pengusaha kuliner merupakan hal yang harus diperhatikan bagi para pengusaha karena lokasi yang strategis berpengaruh terhadap adanya pelanggan. Pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya

buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan tanpa melalui usaha-usaha khusus.

- b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
 - 4) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
 - 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan (Tjiptono, 2007)
2. Kendala yang dihadapi dalam usaha pengembangan bisnis kuliner masyarakat Sinjai Selatan

Adapun kendala yang dihadapi oleh pengusaha bisnis kuliner di Sinjai Selatan yaitu lokasi usaha dan tekanan dari luar (pesaing).

a. Lokasi usaha

Salah satu kendala yang sering dihadapi oleh pengusaha kuliner dalam menjalankan usahanya adalah tempat atau lokasi usaha, yang dimana tempat usaha ini menjadi faktor penentu apakah pengusaha kuliner ini mampu bertahan lama

atau tidak. Pemilihan tempat usaha di keramaian, di pusat perkotaan, memungkinkan usaha tersebut mampu bertahan lama. Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja. Pemilihan dan penentuan lokasi merupakan ilmu penyelidikan tata ruang (spatial order) suatu kegiatan ekonomi. Pemilihan suatu lokasi yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha di masa yang akan datang dan lokasi usaha merupakan hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri (Fauzia & Riyadi, 2014)

Walaupun di Sinjai Selatan tempatnya sangat strategis akan tetapi ada saja pengusaha

kuliner yang tempatnya tidak sesuai, sehingga tempat usahanya jauh dari keramaian.

b. Tekanan dari luar (Pesaing)

Persaingan pasar menjadi beban bagi siapapun yang menjalankan usaha, baik itu usaha baru maupun usaha lama, berbagai tantangan dan persaingan pasar turut mewarnai perkembangan sebuah usaha. Dalam menjalankan bisnis adanya persaingan pasar memang bukan hal yang baru. Baik usaha yang memiliki peluang besar cukup bagus ataupun peluang usaha yang pasarnya tidak terlalu bagus. Mereka yang mampu bersaing ditengah pertumbuhan bisnis yang cukup mainstream, tentu punya strategi yang tidak bisa dianggap remeh. Maraknya pertumbuhan usaha saat ini ternyata berhasil menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat, keadaan ini memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai macam cara dalam strategi pengembangan usahanya sehingga bisa berkembang dan bertahan ditengah persaingan pasar yang semakin ramai. Dalam era persaingan usaha yang semakin ketat

sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pengembangan usaha dan strategi pemasaran yang dijalankannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh pengusaha. Hambatan yang dirasa oleh pemilik pengusaha kuliner di Sinjai Selatan yaitu tingkat persaingan yang ketat dalam bidang kuliner terlebih lagi pesaing-pesaingnya memiliki sarana dan prasarana yang lebih baik, karena seperti yang kita ketahui pelanggan akan memilih lokasi yang sarana dan prasarananya lebih bagus dan lengkap (Alma, 2016).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan bisnis kuliner yang dilakukan pengusaha kuliner di Sinjai Selatan yaitu:

a. Strategi produk dan layanan

Produk merupakan suatu barang yang menjadi peran utama dalam melakukan proses jual beli. Jika tidak ada produk diperjualbelikan berarti tidak akan terjadi transaksi jual beli. Pelayanan merupakan suatu aktivitas yang diberikan kepada pembeli guna memenuhi kebutuhan atau keinginan pembeli sebagai bentuk dan penghormatan terhadap pembeli.

b. Strategi harga

Harga adalah proses menetapkan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran jasa dan barang.

c. Strategi promosi

Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

d. Strategi tempat

Lokasi merupakan tempat dimana orang-orang bisa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja.

2. Adapun kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha kuliner masyarakat Sinjai Selatan yaitu;

a. Lokasi usaha

Lokasi merupakan tempat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja.

b. Tekanan dari luar(pesaing).

Persaingan dalam bisnis kuliner sangat memiliki tantangan yang berat bagi pengusaha kuliner dan tantangan yang sangat besar. Dan cara untuk

menghindari tantangan yang besar pelaku bisnis perlu untuk menerobos ketatnya persaingan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, saran yang dapat peneliti sampaikan adalah:

1. Bagi Pengusaha kuliner diharapkan untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan yang baik bagi pembeli, serta memberikan fasilitas yang memadai.
2. Bagi Pemerintah diharapkan memperbanyak sosialisasi, pembinaan, pemberdayaan yang intensif secara menyeluruh kepada masyarakat.
3. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menemukan permasalahan dan solusi lain mengenai strategi pengembangan bisnis kuliner masyarakat Sinjai Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amstrong, P. K. (2006). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12 (ed.)). Erlangga.
- Anggito, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak Publisher.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage*. Rajawali Press.
- Astidar, A. (2021). "Strategi Marketing Dalam Pengembangan Usaha Cafe Dara." Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Boedono, B. (1982). *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. BPFE.
- BPS. (2021). *Data Statistika Kecamatan Sinjai Selatan 2021*. 2.
- Chulsum, U. (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Kashiko.
- Danil, D. & Wiwin, W (2020). *Implementasi konsep ilmu politik dan agama dalam pemerintahan desa (Studi kasus di desa Massaile kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai)*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Endriana, A. A. (2017). "Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru." Universitas Bramawijaya Malang.

- Faiza, F. N. (2015). *"Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobongan"*. UIN Walisongo.
- Fauzia, F. & Kadir, A. (2014). *Prinsip dasar ekonomi islam perspektif maqasid al syariah*. Jakarta.
- Gilarso, G.(1998). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Kansius.
- Ismail, I. *Pentingnya Menjaga Kualitas Produk*. Retrieved July 2, 2023, from <https://smilewithismail.blogspot.com/2013/09/pentingnya-menjaga-kualitas-produk.html>
- Meleong, L.J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Joewono, H. (2012). *Strategi Management*. Arrbey.
- Kasali, R. (2010). *Modul Kewirausahaan*. TPB.
- Misbahul, M. (2017). *Ajaran-Ajaran Ekonomi Rasulullah*. UIN Malang Press.
- Asrofi, M. F. D. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Waroeng Kampung AG One Tulungagung). *Jurnal Cakrawala Tulungagung, vol.1, No.*
- Mulyadi, M. (2010). *Sistem Akuntansi, Edisi ke-3, Cetakan ke-5*. Salemba Empat.
- Nafarin, N. (2006). *Pengangguran Perekonomian Edisi Ketiga*. Salemba Empat.

- Kotler P., dan Amstrong G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas*, (Jakarta:Penerbit Erlangga).
- Priansa, B. A. dan D. J. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. ALFABETA.
- Purnama, R. P. A. (2014). Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, dan Teknologi Proses Produksi Terhadap Produksi Kerajinan Kendang Jimber di Kota Blitar. *Jurnal ilmiah*.
- Raqib, A. M. (2017). Strategi Pengembangan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan, (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros),. *Jurnal Sosiohumaniora*, 19(2), 114–120.
- Render, R., & Heizer, J. (2001). *Prinsip-prinsip Manajemen operasi*. Salemba Empat.
- Riadi, M. (2020). *Lokasi Usaha*.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen I*. Erlangga.
- Rochman, F. F. (2011). *Strategi Pengembangan Bisnis PT Ojid Kharisma Nusantar*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sedarmayanti, S. (2018). *Manajemen Strategi*,. PT Refika Aditama.
- Natoatmodjo, S. (1998).Pengembangan *Sumber Daya Manusia* Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?* PT Gramedia Pustaka Utama.

- Sugiyono, S. (2018). *Mixed Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono, S.(2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cv Alfabeta..
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.
- Top Lintas, *Pengertian bisnis*, Diakses Pada hari Selasa 21 Maret 2023 Pukul 14: 00 WITA melalui Website <https://m.toplintas.com>
- Umar, H. (2001). *Strategi Manajemen In Action : Konsep Teori dan Teknik Menganalisa Manajemen Strategi*,. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widaswara, D. (2014). *Sengketa Perjanjian Maro di Bidang Pertanian di Desa Sidomulyo Kecamatan Wonosari Kabupaten Madiun(PhD Thesis)*. Universitas Gadjah Mada.
- Wild, J. J. (2003). *Analisis Laporan Keuangan*. Salemba Empat.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LEMBAR OBSERVASI

**BISNIS STRATEGI PENGEMBANGAN KULINER
DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT
SINJAI SELATAN**

No	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
1.	Berada pada arah angin dari sumber pencemar (asap, debu, bau) dan pencemar lainnya		√
2.	Syarat sebagai pengusaha kuliner sudah terpenuhi	√	
3.	Masyarakat mengandalkan usaha kuliner yang tersedia	√	
4.	Masyarakat diringankan bebannya dengan adanya usaha kuliner	√	
5.	Bahan makanan berasal dari sumber resmi	√	
6.	Proses pengolahan makanan menggunakan alat khusus (sarung tangan, penjepit makanan, dll)	√	
7.	Tenaga pengolah memakai pakaian	√	

	kerja dengan benar dan cara kerja yang bersih		
8.	Kegiatan usaha kuliner menguntungkan masyarakat	√	
9.	Suhu dan kelembapan penyimpanan bahan makanan sesuai dengan ketentuan berlaku	√	
10.	Tempat usaha kuliner terpisah dengan tempat tinggal.	√	

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS

KULINER DALAM MENINGKATKAN

PENDAPATAN MASYARAKAT

SINJAI SELATAN

1. Data pribadi

Nama :
Jenis Kelamin :
Alamat :
Hari/Tanggal :

2. Pertanyaan

- a. Mengapa ibu memilih usaha ini?
- b. Berapa keuntungan yang ibu dapatkan dalam menjalankan usaha kuliner ini?
- c. Apakah ada strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha ibu?
- d. Apa saja faktor penghambat dalam usaha kuliner ini?

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT SINJAI SELATAN

1. Data Pribadi

Nama : Nadia
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Desa Gareccing
Hari/Tanggal :

2. Pertanyaan

a. Mengapa ibu memilih usaha ini?

Jawab: Saya memilih usaha ini karena peluang usaha ini sangat mudah

b. Berapa keuntungan yang ibu dapatkan dalam menjalankan usaha kuliner ini?

Jawab: Keuntungan yang saya dapatkan sekitar Rp. 250.000 – Rp. 300.000 perhari

c. Apakah ada strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha ibu?

Jawab: Strategi yang saya gunakan yaitu strategi produk walaupun usaha kuliner saya sama dengan pengusaha kuliner lainnya, tapi cita rasa yang berbeda, cita rasa yang khas

menjadi salah satu cara agar menarik pelanggan saya, karena kalau rasa masakan yang enak, pas dilidah. Pelanggan kami tidak mau membeli ke tempat lain.

- d. Apa saja faktor penghambat dalam usaha kuliner ini?

Jawab: Faktor penghambatnya yaitu lokasi yang jauh dari pusat keramaian dan berada dilokasi yang sempit, sehingga kurang pembeli yang mengetahui letak usaha saya.

Narasumber

Nadia

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT SINJAI SELATAN

1. Data Pribadi

Nama : Nur
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Bikeru
Hari/Tanggal : 27 Juni 2023

2. Pertanyaan

a. Mengapa ibu memilih usaha?

Jawab: Karena usaha ini tidak mengecewakan dan modal bisa cepat kembali dan berjualannya ditempat yang ramai

b. Berapa keuntungan yang di dapatkan dalam menjalankan usaha ini?

Jawab: Keuntungannya sekitar Rp. 500.000 – Rp. 850.000 perhari

c. Apakah ada strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha ini?

Jawab: 1) Strategi Layanan

Saya sebagai pengusaha kuliner mie pangsit dan bakso yang pelayanannya lumayan lama, jadi saya memberikan tempat duduk seperti kursi supaya

pelanggan tidak terlalu lama dan kelelahan berdiri.

2) Strategi Promosi

Promosi yang saya lakukan yaitu melalui spanduk dan sosial media untuk menarik minat pembeli.

d. Apa saja faktor penghambat dalam usaha ini?

Jawab: Kendala yang saya hadapi yaitu tingkat persaingan yang sangat ketat, karena usaha kuliner saya yang berhadapan langsung dengan warung bakso raksasa yang memiliki banyak menu makanan.

Narasumber



Nur

PEDOMAN WAWANCARA

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
KULINER DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT
SINJAI SELATAN**

1. Data Pribadi

Nama : Ayu
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Bulukamase
Hari/Tanggal : 28 Juni 2023

2. Pertanyaan

a. Mengapa ibu memilih usaha ini?

Jawab: Saya membuka usaha ini selain mendapatkan keuntungan bagi diri sendiri, saya juga membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain

b. Berapa keuntungan yang di dapatkan dalam menjalankan usaha ini?

Jawab: Keuntungan yang saya dapatka yaitu Rp. 750.000 – Rp. 1.500.000 perhari

c. Apakah ada strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha ini?

Jawab: 1) Strategi layanan

Menurut saya pembeli adalah raja, jadi harus diberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan juga sangat perlu

2) Strategi tempat

Saya memilih membuka usaha kuliner disini karena tempatnya yang strategis untuk membuka usaha. Dan banyak pengunjung yang berdatangan

d. Apa saja faktor penghambat dalam usaha ini?

Jawab: Kalau masalah kendalanya Alhamdulillah tempat ini cukup strategis untuk membuka usaha, karena disini pusat titik keramaian

Narasumber

Ayu

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT SINJAI SELATAN

1. Data Pribadi

Nama : Ani
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Desa Alenangka
Hari/Tanggal : 29 Juni 2023

2. Pertanyaan

a. Mengapa ibu memilih usaha ini?

Jawab: Karena usaha ini merupakan peluang besar dan bisnis ini tidak akan pernah ada matinya. Dan usaha ini merupakan usaha yang sederhana dan mudah dilakukan namun mendatangkan keuntungan yang sangat besar

b. Berapa keuntungan yang ibu dapatkan dalam menjalankan usaha ini?

Jawab: Keuntungan yang saya dapatkan yaitu sekitar Rp. 500.000 – Rp. 900.000 perhari

c. Apakah ada strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha ini?

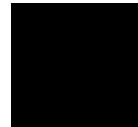
Jawab: Strategi yang saya gunakan yaitu strategi harga jika harga bahan baku naik kami tetap pasang

harga normal, hanya porsi saja yang kami kurangi, tapi kalau harganya normal pastinya kami jual dengan porsi yang normal juga

d. Apa saja faktor penghambat dalam usaha ini?

Jawab: Kendala yang saya hadapi yaitu banyaknya pengusaha kuliner lainnya, khususnya dibidang makanan disekitar usaha saya. Dan kebanyakan pesaingnya memiliki sarana dan prasarana yang lebih bagus

Narasumber



Ani

KISI-KISI INSTRUMEN

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
KULINER DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT
SINJAI SELATAN**

No	Aspek/Variabel	Indikator	Sub Indikator
1.	Strategi pengembangan bisnis	a. Strategi produk dan layanan	a. Kualitas dan keistimewaan b. Desain c. Kemasan dan merk
		b. Strategi harga	a. <i>Cost value pricing</i> b. <i>Value based pricing</i> c. Metode persepsi nilai dari pembeli d. <i>Competiton based pricing</i>
		c. Strategi promosi	a. Periklanan b. Penjualan c. Promosi d. Hubungan masyarakat
		d. Strategi tempat	a. Lokasi dan tempat ritel b. Transportasi c. Kurir
2.	Peningkatan pendapatan	a. Upah dan sewa	Pendapatan
		b. Keuntungan	Penjualan yang tinggi
		c. Keahlian	Kemampuan yang dimiliki



UIAD UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN

FAKULTAS EKONOMI DAN
HUKUM ISLAM

Nomor : 318.D3/III.3.AU/F/2023
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Sinjai, $\frac{16 \text{ Zulqad'ah } 1444 \text{ H}}{6 \text{ Juni } 2023 \text{ M}}$

Kepada Yang Terhormat

Camat Sinjai Selatan

di

Tempat

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Semoga rahmat Allah SWT senantiasa tercurah kepada kita semua, sehingga kita dimudahkan dalam melaksanakan amanah Nya

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) **Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) UIAD Sinjai**, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Rosita
NIM : 190303092
Prodi Studi : Ekonomi Syariah
Semester : VIII (Delapan)

akan mengadakan penelitian dengan judul :

“Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sinjai Selatan”.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di tempat bapak.

Atas perhatian dan kerjasama kami ucapkan terima kasih

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Abdi. Muhammad Nabir, S.E., M.Ak, Ak.
UNB No. 213397



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAK 048221418, KODE POS 92612
Email: fehi@iainstinjai@gmail.com Website: <http://www.iainstinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1089/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2020

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

SURAT KEPUTUSAN
NOMOR:801.D3/III.3.AU/F/KEP/2022

TENTANG
DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM T.A 2022-2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI

- Menimbang : 1. Bahwa dalam rangka penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022-2023, maka Dosen Pembimbing Penyusunan Proposal skripsi dipandang perlu ditetapkan dalam Surat Keputusan.
2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang di amanahkan kepadanya.
- Mengingat : a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah.
b. Undang-undang No. 20 tahun 2003 tentang Sisdiknas.
c. Undang-Undang R.I No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
d. Keputusan Menteri Agama R.I No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
e. Surat Keputusan Rektor IAIM Nomor : 312/1.3 AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI)
f. Pedoman PP Muhammadiyah No. 02/PED/1 0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
g. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Memperhatikan : Kalender Akademik Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022-2023.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam.


- Pertama : Mengangkat dan menetapkan saudara :


Pembimbing I	Pembimbing II
Harmilawati, S.S, S.Pd, M.Pd.	Inderwan, S.Pd, M.Pd.

untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Rosita
NIM : 190303092
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sinjai Selatan.

- Kedua : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.

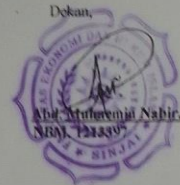

INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
 KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAR. SINJAI, TEL/FAX 048221418, KODE POS 92812
 Email: fehi.iainsinjai@gmail.com Website: <http://www.iain-sinjal.ac.id>
 TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1088/SK-BAN-PT/Akred-PT/XII/2020



Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.

Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai
 Pada Tanggal : 29 Rabi'ul Akhir 1444 H
 : 23 November 2022 M

Dekan,

Ahul. Mufawwaj Nabir, SE., M.Ak., Ak.
NBAI 721439

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai.
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah IAIM Sinjai di Sinjai.

Islami, Progresif dan Kompetitif



PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI
KECAMATAN SINJAI SELATAN

Alamat : Jl. Pers. Raya Bikeru No. Telp. (0482) 21405 KP. 92661

Bikeru, 21 Juli 2023

Nomor : 422.5/33.151/ VII /SSL
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Hasil Penelitian

Berdasarkan surat saudara(i) Nomor: 318.D3/III.3.AU/F/2023, Tanggal 6 Juni 2023. Perihal izin melakukan penelitian di Kecamatan Sinjai Selatan, maka bersama ini kami sampaikan kepada Program Studi **Ekonomi Syariah** yang berketerangan di bawah ini:

Nama : ROSITA
Tempat/Tanggal Lahir : Sinjai/26 Agustus 1999
Nama Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI
Nim : 190303092
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Pekerjaan : Mahasiswi (S1)
Judul Penelitian : "Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam

Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sinjai Selatan".

Telah melakukan Penelitian di Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

Demikian surat keterangan balasan penelitian ini di buat untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

A.n Camat Sinjai Selatan



A.HERLINA HAFID

Np. 19670727 199003 2 015

DOKUMENTASI



a. Warung Mas Asri



b. Wawancara dengan Pemilik warung mas Asri



c. Warung Mas Rozak Lamongan



d. Wawancara dengan Pemilik Warung Mas Rozak Lamongan



e. Bakso Raksasa Bikeru



f. Wawancara dengan pemilik Bakso Raksasa Bikeru



(g) Lesehan Baruttung



(h) Wawancara dengan pemilik Lesehan Baruttung

BIODATA PENULIS

Nama : Rosita
NIM : 190303092
Tempat/Tgl Lahir : Sinjai, 26 Agustus 1999
Alamat : Dusun Tanah Tengnga, Desa
Gareccing, Kec. Sinjai Selatan, Kab.
Sinjai

Riwayat Pendidikan

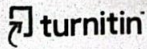
1. Tk : TK Satu Atap Bulujampi
2. SD/ MI : SD Neg. 132 Bulujampi Tamat Tahun
2011
3. SMP/ MTS : SMP Neg. 1 Sinjai Selatan Tamat
Tahun 2014
4. SMA/ MA : SMA Neg. 1 Sinjai Selatan Tamat
Tahun 2017

No. HP : 081356379787

Email : rositasultan77@gmail.com

Nama Orang Tua

1. Ayah : Sultan
2. Ibu : Suriati



Similarity Report ID: old:30061:52468001

PAPER NAME
190303092

AUTHOR
ROSITA

WORD COUNT
9713 Words

CHARACTER COUNT
71021 Characters

PAGE COUNT
64 Pages

FILE SIZE
353.2KB

SUBMISSION DATE
Feb 19, 2024 9:32 AM GMT+7

REPORT DATE
Feb 19, 2024 9:33 AM GMT+7

● **29% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 28% Internet database
- 10% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 18% Submitted Works database

