

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi salah satu dari badan usaha yang banyak di gemari. Karena UMKM memiliki peran untuk membangun perekonomian di Indonesia dengan memberikan dedikasi pada pertumbuhan Negara dan memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Meskipun UMKM termasuk usaha kecil dalam skala jumlah karyawan, aset, dan omzet, tetapi karena jumlah pelaku usahanya besar, maka peran UMKM menjadi penting dalam menunjang perekonomian di Indonesia.¹

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam definisinya UMKM menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa UMKM merupakan usaha milik individu atau badan usaha individu yang mempunyai penghasilan bersih 50 juta atau mempunyai hasil penjualan sampai 300 juta per tahunnya. Usaha kecil merupakan usaha milik individu, bukan termasuk cabang dari sebuah perusahaan. Usaha kecil mempunyai penghasilan bersih lebih dari 50 juta sampai 500 juta per tahunnya atau mempunyai hasil penjualan lebih dari 300 juta sampai 2,5 miliar per tahunnya. Sedangkan usaha menengah merupakan usaha milik individu, bukan termasuk cabang dari sebuah perusahaan. Usaha menengah mempunyai penghasilan bersih lebih dari 500 juta sampai 10 miliar per tahunnya atau mempunyai hasil penjualan lebih dari 2,5 miliar sampai 50 miliar per tahunnya.

Keberadaan UMKM dalam kegiatan usaha mempunyai peran yang sangat penting. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan mempunyai peran dalam peningkatan pendapatan masyarakat, berperan dalam kestabilan nasional, serta mendorong dalam pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan suatu usaha yang menjadi pilar penting bagi negara dalam memperoleh kesempatan utama, perlindungan,

¹ Erwin Adi Nugroho,dkk, ” Rancangan Proses Penjualan Melalui Ecommerce Shopee Menggunakan Metode Triangulasi (Studi Kasus pada UMKM Sutan Frozen Food Kota Tegal Tahun 2022) *Jurnal E-Proceeding Of Applied Science* 8.No.5 (2022):563 diakses pada 5 Januari. 2023 <https://Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id/Index.Php/Aplliedscience/Article/Download/18837/18224>

serta pengembangan yang luas sebagai bentuk kepemilikan yang jelas dan tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat.²

Seiring berkembangnya zaman, bentuk pengolahan bahan makanan juga memiliki kemajuan. Salah satunya adalah *Frozen food*, *Frozen food* merupakan salah satu dari bentuk usaha kecil yang banyak di minati oleh semua kalangan karena selain rasanya yang enak juga lebih praktis dalam tahap konsumsi karena memasaknya hanya dengan cara di goreng.³

Frozen food ini memiliki perkembangan yang cukup besar dari tahun ke tahun karena disebabkan oleh gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis akibat tuntutan pekerjaan yang tinggi.⁴ Dengan demikian banyak masyarakat yang berupaya mencari solusi untuk mendapatkan makanan yang praktis dan cepat saji seperti *frozen food* ini untuk meminimalisir waktu dan tenaga. Selain itu, rasa dari *frozen food* ini juga tidak kalah enak dengan masakan sehari-hari.

Karena banyaknya peminat dan toko yang melakukan stok pada *frozen food* yang menjadikan alasan banyaknya pabrik yang memproduksi *frozen food*. Hal ini menimbulkan adanya persaingan yang sangat ketat antar pabrik, walaupun persaingan dalam hal berbisnis menjadi hal yang wajar. Seorang pengusaha muslim harusnya mengetahui tata cara bersaing dalam bisnis yang sesuai ajaran agama islam dan bisa bersaing dengan sehat agar para pengusaha muslim dapat menjalankan kebaikan.

Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT pada (Q.S. Al-Baqarah: 148).

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الخَيْرَاتِ ۗ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

² Lathifah Hanim., MS.Noorman, ”UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha” (Semarang: Unissula Press, 2018), [https://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318UMKM dan Bentuk Usaha.pdf](https://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318UMKM%20dan%20Bentuk%20Usaha.pdf)

³ Erma Suryani ,dkk, ”Pendekatan Systems Thingking Peningkatan Pangsa Pasar dan Profitabilitas Guna Meningkatkan Pendapatan UMKM *Frozen Food*,” *Sewagati* 5 .No.2 (2021):126 diakses pada 5 Januari, 2023 <https://journal.its.ac.id/index.php/sewagati/article/view/400>

⁴ Kiki Kristiandi,dkk, ”Pendampingan Pembuatan dan Pengemasan *Frozen Food* pada Ibu Rumah Tangga” *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5.no.2 (2022):218 diakses pada 13 Maret 2023 <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Artinya: *“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”*(Q.S. Al-Baqarah: 148).⁵

Persaingan yang sangat ketat tentunya ada dalam dunia bisnis dan oleh karena itu memaksa pabrik untuk meningkatkan daya saing sehingga dapat unggul dalam bersaing dengan pabrik-pabrik lain. Selain itu, pabrik dituntut untuk memperhatikan lingkungan yang bisa berpengaruh terhadap pabrik baik dalam persaingan dengan pabrik-pabrik baru maupun meningkatkan jumlah penjualan, agar pabrik dapat mengetahui strategi apa yang harus diterapkan sehingga pabrik bisa tetap eksis dikalangan customer.

Pabrik harus melakukan kegiatan secara efektif yang memerlukan pengetahuan tentang strategi bersaing. Salah satu strategi agar dapat bersaing dengan pabrik-pabrik lain dapat dilakukan dengan menerapkan teknik analisis yang dapat disebut dengan teknik analisis SWOT.⁶ Analisis SWOT adalah suatu metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi pada pabrik. Perumusan strategi yang digunakan adalah mencari strategi usaha apa yang tepat untuk dilakukan ke depannya sehingga mampu memenangkan pesaing-pesaingnya. Kegunaan dari analisis SWOT adalah untuk mengetahui kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Dengan melihat kekuatan yang dimiliki oleh pabrik serta dapat mengembangkan kekuatan tersebut, maka dapat menjadikan pabrik lebih maju dan berkembang di banding pesaingnya. Selain itu juga harus memperhatikan kelemahannya agar bisa terus memperbaiki agar pabrik bisa tetap eksis dan unggul dari produk-produk yang sejenis. Berikutnya peluang juga harus di manfaatkan sebaik-baiknya oleh pabrik agar jumlah penjualan mengalami peningkatan. Terakhir yaitu ancaman yang dialami oleh perusahaan

⁵ Alquran, Al-Baqarah Ayat 148, Quran Hijrah (Bandung: Kementerian Agama RI, PT Sygma Examedia Arkanleema,2021), 517

⁶ Silvia Rahmawati,dkk, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri,”*Jurnal At-Tamwil* 1.No.2 (2019):93

atau pabrik harus dihadapi dengan baik agar mampu mengembangkan strategi pemasaran yang baik.⁷

Penjelasan tersebut menjadikan seorang penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul “**Penerapan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan dalam Perspektif Islam**” (Studi Kasus pada UD. Achwan Jaya Mandiri Desa Dersalam Kudus) dengan tujuan agar mengetahui bagaimana penerapan strategi bersaing yang digunakan oleh UD. Achwan Jaya Mandiri, mengetahui bagaimana cara menerapkan analisis SWOT di UD. Achwan Jaya Mandiri, serta mengetahui tentang peluang dan hambatan yang dapat menjadikan ancaman, kemudian memaksimalkan peluang dan meminimalisir ancaman yang terjadi untuk mengetahui bagaimana kemampuan UD. Achwan Jaya Mandiri dalam menghadapi daya saing yang ketat dengan pabrik-pabrik *frozen food* lainnya.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan untuk menjaga agar rancangan penelitian tetap tertera dan sesuai pada fenomena yang akan diteliti. Sesuai dengan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti disini akan menjelaskan Penerapan Analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing penjualan dalam perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri Desa Dersalam Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil rumusan masalah:

1. Bagaimana Penerapan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan dalam Perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri di Desa Dersalam Kudus?
2. Bagaimana hasil Penerapan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan dalam Perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri di Desa Dersalam Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

⁷ Rahmawati HM, "Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan Kalimantan Utara," *Jurnal Galung Tropika* 4.No.1 (2015):62

1. Untuk mengetahui Penerapan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan dalam Perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri di Desa Dersalam Kudus.
2. Bagaimana hasil Penerapan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan dalam Perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri di Desa Dersalam Kudus?

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah untuk:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk peneliti selanjutnya terkait dengan penerapan analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing penjualan dalam perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri di Desa Dersalam Kudus dan diharapkan dapat berkontribusi menambah wawasan keilmuan terlebih dalam bidang ekonomi bisnis islam, serta dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis khususnya bagi:

a. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan tempat untuk menuangkan ide dan mengembangkan pengetahuan terkait penerapan analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing penjualan dalam perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri di Desa Dersalam Kudus. sehingga ketika peneliti nanti menjadi seorang pengusaha mampu memberikan ide dan pemecahan solusi yang tepat dalam masalah persaingan bisnis.

b. Owner

Owner diharapkan mampu untuk mengembangkan bisnisnya dan dapat mempertahankan produknya meskipun banyak pesaing dari pabrik lainnya.

c. UD. Achwan Jaya Mandiri

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ide dan gagasan yang berguna bagi UD. Achwan Jaya Mandiri terkait penerapan analisis SWOT agar mampu bersaing di dunia bisnis dari dalam kota sampai ke luar kota.

d. Masyarakat Umum

Menambah wawasan untuk pembaca dan masyarakat umum terkait penerapan analisis SWOT untuk meningkatkan

daya saing penjualan dalam perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri di Desa Dersalam Kudus.

F. Sistematika Penelitian

Tujuannya untuk memudahkan dalam melaksanakan penelitian, maka peneliti mencantumkan sistematika penelitian:

1. Bagian Awal

Bagian awal penelitian ini terdiri dari cover, persetujuan, pembimbing skripsi, pengesahan munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, dan daftar isi.

2. Bagian Inti

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini yang dibahas adalah kajian teori terkait judul yang diteliti. Teori-teori tersebut terkait: Analisis SWOT, daya saing penjualan, dan usaha dagang. Selain itu dibagian akhir bab terdapat penelitian terdahulu tentang Penerapan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan dalam Perspektif Islam pada UD. Achwan Jaya Mandiri di Desa Dersalam Kudus.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.