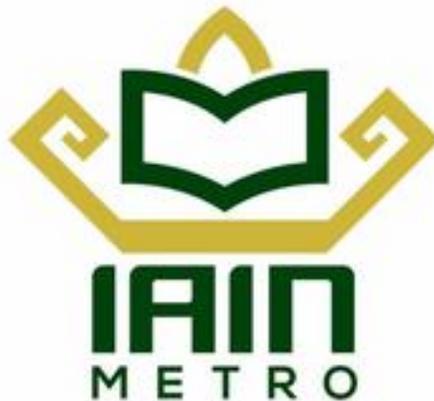


SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN
BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN
KARYAWAN

Oleh :

LAILA WULANDARI

NPM. 1702040044



Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1443 H /2021 M

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE
DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN KARYAWAN**

Diajukan Untuk Memenuhi Skripsi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

LAILA WULANDARI
NPM. 1702040044

Pembimbing : Liberty, S.E., MA.

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1443 H / 2021 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Laila Wulandari**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : **Laila Wulandari**
NPM : 1702040044
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA
CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN KARYAWAN**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.
Wassalamualaikum wr. wb.

Metro, September 2021

Pembimbing



Liberty, SE., MA
NIP.197408242000032002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA
CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN KARYAWAN**

Nama : **Laila Wulandari**

NPM : 1702040044

Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, September 2021

Pembimbing



Liberty, SE., MA

NIP. 197408242000032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507, Fax (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-3516/ln.28.3/D/PP.00.9/11/2021

Skripsi dengan judul STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN (Disusun oleh Laila Wulandari Npm. 1702040044, Jurusan : Ekonomi Syariah telah Dimunaqsyahkan Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Kamis/ 14 Oktober 2021.

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator : Liberty, S.E., MA.

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Hotman, M.E.Sy.

Sekretaris : Atika Ria Sari, M.BA

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)



Mengesahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M. Hum.
NIP.196208121998031001

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN

Oleh
LAILA WULANDARI
NPM 1702040044

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang untuk menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu perusahaan. Karena dengan menggunakan strategi dapat membantu memberikan arah yang akan dituju oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu strategi berperan penting dalam mengembangkan usaha untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dan dapat meningkatkan pendapatan karyawan serta kesejahteraan karyawan. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian terkait bagaimana rancangan strategi pengembangan yang digunakan Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*), sedangkan sifat penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data primer dengan menggunakan teknik sampel yaitu *snowball sampling*. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku dan jurnal. Metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data, peneliti menggunakan analisis data kualitatif dengan menggunakan cara berpikir deduktif.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan usaha dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan karyawan Sahara Cake dan Bakery menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari pengembangan produk, penetapan harga, saluran distribusi atau tempat, dan promosi penjualan dengan sesuai bauran pemasaran, sehingga mengalami peningkatan minat konsumen, peningkatan pendapatan Sahara Cake dan Bakery serta peningkatan pendapatan karyawan.

ORISINILITAS PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : LAILA WULANDARI

NPM : 1702040044

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 8 Oktober 2021
Yang Menyatakan,



Laila Wulandari
NPM. 1702040044

MOTTO

وَيَرْزُقُهُ مِمَّنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ قَدْ
جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ۝ ۳

Artinya : *Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu. (QS. At Talaq : 3)*¹

¹ Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemah* (Bandung: Yayasan Penyelenggara Terjemah AL-Qur'an, t.t.), 558.

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup penulis. Penulis mempersembahkan skripsi sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orangtua saya, Bapak Tugiyono dan Ibu (Alm) Susiani yang telah memberikan dukungan penuh baik dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk saya.
2. Saudara kandung saya (adikku) Dina Kusuma Wati yang telah senantiasa memberikan semangat dan do'anya untuk keberhasilan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan dan menyampaikan ilmunya kepada saya, akan selalu saya kenang apa yang telah engkau berikan.
4. Kepada pembimbing saya Ibu Liberty, S.E., MA. yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
5. Teman-teman terbaikku Delia Alviani, Eka Puspita Dewi, Ema Meviana Ita Suci, Laras Nopita Sari, Mar'atus Sholeha dan Tutut Tri Wulandari yang selalu menyemangati dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA, selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Liberty, S.E., M.A. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Metro, 08 Oktober 2021

Peneliti



Laila Wulandari
NPM. 1702040044

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pengembangan Usaha	12
1. Pengertian Strategi Pengembangan	12
2. Analisis SWOT	13
3. Bauran Pemasaran.....	16
B. Usaha Kecil Menengah (UKM)	25
C. Pendapatan	27
1. Definisi Pendapatan	27

2. Indikator Pendapatan	28
3. Jenis-jenis Pendapatan	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Sifat Penelitian	31
B. Sumber Data	31
1. Sumber Data Primer	31
2. Sumber Data Sekunder	32
C. Teknik Pengumpulan Data	32
1. Wawancara	33
2. Dokumentasi	34
D. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Sahara Cake dan Bakery	36
B. Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake dan Bakery Dalam Meningkatkan Pendapata Karyawan	39
C. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake dan Bakery Dalam Meningkatkan Pendapatan Karyawan	53
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Kue Sahara Cake dan Bakery	5
Tabel 4.2 Produk Kue Sahara Cake dan Bakery	43
Tabel 4.3 Data Pendapatan Sahara Cake dan Bakery Pertahun	46
Tabel 4.4 Data Gaji Karyawan Sahara Cake dan Bakery Per Bulan	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sahara Cake dan Bakery	38
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
3. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. APD
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Dokumentasi
9. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi merupakan salah satu usaha atau bisnis untuk meningkatkan kehidupan masyarakat, karena dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat juga akan terpenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan pekerjaan yang mampu menyerap setiap angkatan yang ada. Apabila kebutuhan sudah terpenuhi maka hidup menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan mampu melihat potensi diri dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, maka dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran.¹

Islam tidak pernah melarang umatnya memiliki rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usaha asalkan, harus sesuai dengan syarat dan tindakan yang tidak bertentangan ajaran syariat islam. Islam juga menganjurkan umatnya untuk memproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, pertanian, perkebunan, periklanan, perindustrian dan perdagangan. Bekerja dalam islam bukan hanya memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga merupakan suatu kewajiban agama, sehingga perlu diperlihatkan cara dan

¹ Fai'zah Laila Maulidah, Renny Oktafia, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandanagan Maqashid Syariah)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 03 (2020): 572.

proses kerja yang akan membawa konsekuensi terhadap hasil, karena ekonomi islam menolak mengambil keputusan atau pendapatan yang diperoleh bukan berdasarkan pada pendapatan yang halal dari usaha. Sebagaimana yang telah disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-Jumuah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karuni Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*²

Berdasarkan ayat Al-Qur'an diatas, menjelaskan bahwa menunjukkan ibadah dan mencari rezeki yang halal, berkah dan melimpah dengan selalu mengingat Allah sebanyak-banyaknya baik ketika shalat maupun bekerja agar memperoleh keberuntungan.

Dalam mengembangkan suatu bisnis harus diawali dengan kemampuan membangun strategi. Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan tersebut.³ Karena dengan menggunakan strategi dapat membantu memberikan kemana arah yang akan dituju oleh suatu perusahaan, menjaga adanya kesinambungan serta memudahkan dalam mengelola kepemimpinan suatu perusahaan.

² Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemah* (Bandung: Yayasan Penyelenggara Terjemah AL-Qur'an, t.t.), 10.

³ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 339.

Penyusunan strategi perlu dilakukan sebab dalam mencapai tujuan perusahaan dapat menjamin suatu usaha dapat bertahan atau menjadi berkembang pada masa yang akan datang baik pada jangka menengah maupun jangka panjang. Oleh karena itu strategi berperan penting dalam mengembangkan usaha untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dan dapat meningkatkan pendapatan karyawan serta kesejahteraan karyawan. Agar usaha yang dijalankan berjalan dengan lama dan tidak bangkrut seorang pengusaha harus menggunakan aturan-aturan bisnis dalam islam, seperti bersifat jujur, adil, terbuka terhadap barang yang dijual, ramah dan lain sebagainya.

Selain strategi pengembangan usaha yang diterapkan, kompensasi juga merupakan faktor yang mempengaruhi motivasi kerja. Kompensasi adalah segala sesuatu bentuk balas jasa dari perusahaan atas kinerja karyawan. Balas jasa yang dimaksud seperti semua pendapatan berupa uang, dan barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai balas jasa yang telah diberikan kepada perusahaan.⁴ Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan yang dilakukan. Dengan adanya pemberian kompensasi dapat meningkatkan motivasi kerja dan mampu membantu perekonomian karyawan dengan menambah pendapatan karyawan.

⁴ Stefanus Andi Pratama, Moehammad Soe'oad Hakam, Gunawan Eko Nurtjahjono, "Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT. Asuransi Jiwasraya Persero Regional office Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 25, no. 1 (Agustus 2015): 2.

Salah satu UKM yang bergerak dibidang kuliner yaitu Sahara Cake dan Bakery. Sahara Cake dan Bakery merupakan sebuah home industri yang memproduksi berbagai macam kue. Letak usaha ini di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Pada awal didirikannya usaha ini, membutuhkan modal sebesar Rp36.000 dan kemudian ada seseorang yang memesan kue dengan memberikan uang muka sebesar Rp700.000. Usaha ini dirintis oleh pasangan suami istri Bpk Heri Sumantri, S.E. dan Ibu Marjiati yang tadinya hanya mempunyai 2 karyawan dan sekarang telah mempunyai 18 karyawan. Perusahaan ini didirikan untuk mengurangi jumlah pengangguran masyarakat, terutama masyarakat di Desa Gantimulyo. Awal mula usaha ini, hanya memproduksi donat dan makanan ringan seperti kacang goreng. Untuk memasarkan produk biasanya dititipkan diwarung-warung dan ditoko-toko. Seiring dengan perkembangan usaha yang dijalankan, tidak hanya donat yang diproduksi tetapi telah memproduksi berbagai macam produk kue dan menerima berbagai pesanan sesuai keinginan konsumen.

Produk yang ditawarkan Sahara Cake dan Bakery memiliki kualitas yang baik, bentuk yang menarik serta penyajian yang higienis. Hal tersebut merupakan dasar utama dalam usaha ini untuk menarik serta mempertahankan konsumen. Sahara Cake dan Bakery memiliki variasi produk kue, yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.1 Produk Kue Sahara Cake dan Bakery

No.	Produk Kue	Harga
1.	Bolu Gulung	Rp15.000
2.	Cake Pandan Coklat	Rp38.000
3.	Cake Mentega	Rp48.000
4.	Kue Tart	Rp45.000-Rp120.000
5.	Pandan Kotak	Rp30.000
6.	Bolu Kismis	Rp30.000
7.	Tarcis Kecil	Rp30.000
8.	Brownies	Rp35.000
9.	Bolu Caramel/ Loyang	Rp38.000
10.	Donat/6	Rp15.000
11.	Lapis Surabaya	Rp60.000
12.	Lapis Almonas	Rp60.000
13	Lapis Pandan	Rp60.000

Sumber: Wawancara kepada pemilik Sahara Cake dan Bakery

Adapun produk unggulan dari Sahara Cake dan Bakery adalah bolu caramel, hal ini dikarena bolu caramel lebih banyak diproduksi dan banyak peminat dibandingkan produk kue yang lainnya. Yang membedakan bolu caramel di Sahara Cake dan Bakery dengan bolu caramel ditempat yang lain adalah dari tekstur yang lebih lembut, penampilan yang menarik dan rasa yang terjamin serta tidak menggunakan bahan pengawet.⁵

⁵ Ibu Marjiati, Wawancara Dengan Pemilik Sahara Cake dan Bakery, 15 Januari 2021.

Berdasarkan keterangan dari Ibu Susi selaku konsumen Sahara Cake dan Bakery, varian produk kue yang terdapat pada Sahara Cake dan Bakery memiliki cita rasa yang khas dan memiliki tekstur yang berbeda dari toko lain, harga yang terjangkau dan pelayanan di Sahara Cake dan Bakery sangat baik dan ramah dengan karyawan.⁶

Beberapa macam strategi yang telah digunakan Sahara Cake dan Bakery dalam mengembangkan usahanya menggunakan bauran pemasaran yaitu, strategi pengembangan produk dengan cara menciptakan produk yang diminati oleh konsumen, penetapan harga dengan cara memberikan harga yang sesuai dengan target pasar, saluran distribusi atau lokasi dengan cara menyalurkan barang yang diproduksi oleh Sahara Cake dan Bakery kepada konsumen atau reseller, serta promosi penjualan dengan melakukan kegiatan promosi yang mendukung peningkatan penjualan agar mendapatkan pendapatan yang maksimal. Dengan adanya strategi pengembangan usaha tidak hanya mendapatkan pendapatan usaha saja melainkan dapat meningkatkan pendapatan karyawan. Strategi pengembangan usaha ini sudah diterapkan dari tahun 2015 dan sudah berjalan secara efektif. Maka dari itu, dari strategi pengembangan yang dilakukan oleh Sahara Cake dan Bakery dapat berpengaruh terhadap pendapatan karyawannya.⁷

Menurut keterangan dari saudari Nita selaku karyawan bagian produksi Sahara Cake dan Bakery, keberadaan industri ini dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Desa Gantimulyo. Dengan adanya lapangan

⁶ Ibu Susi, Wawancara Dengan Konsumen Sahara Cake dan Bakery, 25 Januari 2021.

⁷ Ibu Marjiati, Wawancara Dengan Pemilik Sahara Cake dan Bakery.

pekerjaan ini menjadi peluang untuk meningkatkan pendapatan dalam membantu perekonomian masyarakat setempat supaya menjadi lebih baik.⁸

Pada tahun 2018 usaha Sahara Cake dan Bakery bisa mendapatkan pendapatan usaha sekitar Rp480.000.000/tahun, tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi Rp540.000.000/tahun, sedangkan pada tahun 2020 usaha ini tetap menjadi Rp540.000.000/tahun. Awal mula usaha ini hanya mendapatkan pendapatan Rp4.000.000/tahun yang digunakan untuk memutar modal dan gaji karyawan. Pendapatan karyawan yang tadinya hanya mendapatkan kurang lebih Rp150.000/bulan, pendapatan tersebut tidak memungkinkan dapat meningkatkan perekonomian karyawan, akan tetapi dengan berkembangnya usaha ini dapat meningkatkan pendapatan karyawan sebesar Rp1.500.000 perbulan. Usaha ini sudah berjalan selama sepuluh tahun dari tahun 2010 dan sekarang telah mempunyai outlet yang terletak di Pekalongan.⁹

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian ini dalam bentuk karya ilmiah berbentuk skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake dan Bakery untuk meningkatkan Pendapatan Karyawan”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka terdapat pertanyaan penelitian yaitu bagaimana strategi pengembangan bisnis Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan?

⁸ Ibu Nita, Wawancara Dengan Karyawan Sahara Cake dan Bakery, 18 Januari 2021.

⁹ Ibu Marjiati, *Wawancara Dengan Pemilik Sahara Cake dan Bakery*.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian yang terdapat pada pertanyaan penelitian, maka maksud tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan.

2. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan dan wawasan kepada peneliti. Dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan peneliti lain untuk meneliti secara lebih mengenai strategi pengembangan bisnis suatu produk. Dan bagi pembaca dapat memberikan referensi kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini bisa menambahkan pengetahuan mengenai strategi pengembangan yang digunakan oleh Sahara Cake dan Bakery, sehingga dapat dipraktikkan oleh pembaca bagaimana cara strategi mengembangkan suatu produk.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisikan suatu proses yang memiliki kaitan dengan pokok masalah yang sedang dibahas atau diteliti. Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan menemukan beberapa karya tulis ilmiah yang secara umum berkaitan dengan penelitian peneliti. Beberapa kajian tersebut yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Meri Ayu Uliyani yang berjudul “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima (Studi kasus Pedagang Kaki Lima Darussalam)*”. Hasil penelitian adalah dalam mengembangkan usaha kecil pedagang kaki lima yang berada di kawasan Darussalam sudah sesuai dengan ajaran islam, dimana dalam menjalankan kegiatan perdagangan, para pedagang mengutamakan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadits, bahwasanya segala bentuk kegiatan perdagangan dari proses pengolahan produk yang ingin di perjual belikan sampai dengan proses pemasarannya sudah selesai dengan prinsip-prinsip agama islam. Strategi yang paling menonjol diterapkan oleh pedagang kaki lima Darussalam adalah membuat variasi produk agar lebih menarik, tempat penjualan ditata secara rapi, memberikan pelayanan terbaik dengan menerapkan salam dan sapa dengan pelanggan, dan memberikan harga yang terjangkau oleh semua kalangan.¹⁰ Perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada

¹⁰ Meri Ayu Uliyani, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Darussalam)*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

subjeknya, pada penelitian Meri Ayu Uliyani meneliti tentang strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam perspektif ekonomi islam untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima studi kasus pada pedagang kaki lima Darussalam sementara yang peneliti lakukan yaitu bagaimana strategi pengembangan bisnis Sahara Cake dan Bakery untuk meningkatkan pendapatan karyawan. Sedangkan persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas strategi pengembangan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Saruni yang berjudul “*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kue Kering Nutsafir Gombang Kota Mataram*”. Fokus penelitian ini adalah strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha kue kering Nutsafir Gombang Kota Mataram. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah bahwa dalam pengembangan bisnis dilihat dari sisi pengembangan produksi dan pengolahan produk, penetapan harga, lokasi dan distribusi serta promosi yang suah mampu mengembangkan usaha Nutsafir.¹¹ Perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada subjeknya, pada penelitian Saruni meneliti tentang strategi pengembangan bisnis usaha kue kering Nutsafir Gombang Kota Mataram, sementara yang peneliti lakukan yaitu bagaimana strategi pengembangan bisnis Sahara Cake dan Bakery untuk

¹¹ Saruni, *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kue Kering Nutsafir Gomong Kota Mataram*,(Mataram; UIN Mataram, 2019)

meningkatkan pendapatan karyawan. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas strategi pengembangan bisnis.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Umi Sa'adah yang berjudul "*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Petani Buah Naga Di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah)*". Fokus penelitian ini adalah pada strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan. Hasil penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan petani adalah dengan menerapkan sistem bauran pemasaran: *product, price, place*, dan *promotion*.¹² Perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada subjeknya, pada penelitian Umi Sa'adah meneliti tentang analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan petani dalam perspektif ekonomi islam studi pada petani buah naga di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah, sementara yang peneliti lakukan yaitu bagaimana strategi pengembangan bisnis Sahara Cake dan Bakery untuk meningkatkan pendapatan karyawan. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas strategi yang digunakan dalam untuk meningkatkan pendapatan.

¹² Umi Sa'adah, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Petani Buah Naga Di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah*, (Lampung Tengah : UIN Raden Intan Lampung, 2017)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang untuk menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu perusahaan.¹ Secara menyeluruh strategi berkaitan dengan pelaksanaan ide atau gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi dapat diartikan suatu proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap para top manajer yang berarah pada tujuan jangka panjang perusahaan yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan.²

Sedangkan pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual teoritis, teknis, moral individu yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan dan jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.³ Pengembangan usaha merupakan suatu bentuk usaha yang terencana dari organisasi atau perusahaan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya yang menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan juga diartikan

¹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 339.

² Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), 21.

³ Alyas dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)," *Jurnal Sosiohumaniora* 19, no. 2 (Juli 2017): 115.

sebagai usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang.⁴

Berdasarkan pengertian di atas strategi pengembangan usaha adalah sekumpulan tujuan, perencanaan, tindakan dan aktivitas perusahaan yang ditujukan untuk mengidentifikasi kesempatan bisnis ditengah pasar dan mempertahankan kelangsungan usaha atau mencapai kesuksesan usaha.

2. Analisis SWOT

Dalam suatu usaha terdapat faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha baik dari sisi internal maupun eksternal. Dengan diketahuinya faktor internal dan eksternal maka perusahaan akan lebih optimal dalam melaksanakan peluang-peluang ataupun kekuatan yang ada untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam perusahaan dilakukan menggunakan analisis SWOT.⁵

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi dari berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*), kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan peluang (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*)

⁴ Fai'zah Laila Maulidah dan Renny Oktafia, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Sayriah)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 03 (2020): 571.

⁵ Yani Subaktilah, Nita Kuswardani dan Sih Yuwanti, "Analisis SWOT : Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)," *Jurnal Agroteknologi* 12, no. 02 (2018): 109.

dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi atau perusahaan.⁶ Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan usaha.⁷ Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari kesesuaian yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara maksimal maka strategi perusahaan akan berhasil.

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dari perusahaan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan (*Strenghts*) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh suatu perusahaan, yang membuat perusahaan relative lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan juga merupakan kompetensi khusus yang memberikan keunggulan bagi perusahaan di pasar. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.

⁶ Istiqomah dan Irsad Andriyanto, "Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)," *Jurnal Bisnis* 5, no. 2 (Desember 2017): 370.

⁷ Rizal Syarief dan Sapta Raharja, "Strategi Pengembangan Pemasaran Batu Andesit (Studi Kasus pada PT Duta Keluarga Imfaco, Bogor Jawa Barat)," *Manajemen IKM* 13, no. 02 (September 2018): 130.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*Weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya suatu perusahaan relative terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.⁸

c. Peluang (*Opportunity*)

Peluang (*Opportunity*) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman (*Threat*) merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman juga diartikan sebagai penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, meningkatnya kekuatan tawar menawar dari pembeli atau pemasok utama, dan perubahan teknologi dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu perusahaan.⁹

Berdasarkan uraian diatas bahwa analisis SWOT digunakan untuk memperoleh strategi dalam mengembangkan usaha dengan mengetahui

⁸ Pearce, Robinson, *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 202.

⁹ Pearce, Robinson, 201.

faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki perusahaan dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang tengah dihadapi perusahaan maupun yang akan terjadi dimasa akan datang.

3. Bauran Pemasaran

Setiap pengembangan usaha akan berkaitan dengan peluang. Peluang untuk memasuki dunia wirausaha dapat dilakukan melalui berbagai kesempatan atau peluang yang terlihat oleh seseorang. Akan tetapi mungkin kesempatan atau peluang tersebut tidak terlihat oleh orang lain. Peluang dan kesempatan untuk memulai sebuah usaha sangat tergantung kepada persepsi dan pengalaman seseorang. Adapun strategi pengembangan usaha yang efektif dengan menggunakan bauran pemasaran meliputi pengembangan produk, penetapan harga, saluran distribusi, dan promosi penjualan.

a. Produk (*Product*)

Pengembangan produk adalah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang sudah ada saat ini. Dalam setiap pengembangan produk biasanya ditunjukkan pada upaya untuk menarik minat para pelanggan dalam membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut karena agar para pembeli merasa puas terhadap produk yang selama ini sudah diluncurkan, dipromosikan dan dijual oleh perusahaan yang bersangkutan. Karena yang menjadi

sasaran adalah para pelanggan lama maupun pelanggan baru, strategi pengembangan produk mencakup tiga jenis kegiatan, yaitu:¹⁰

- 1) Mengembangkan dan meluncurkan produk baru
- 2) Mengembangkan variasi mutu produk lama
- 3) Mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama.

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, kemasan, pelayanan, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.¹¹

Pengembangan produk pada suatu perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai tahap, tahap-tahap yang biasanya diikuti dalam pengembangan produk adalah adanya penemuan gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi. Jika tahapan ini berhasil baru diproduksi secara massal.

- 1) Penemuan gagasan. Tahap ini merupakan tahap awal pengembangan produk baru yang diawali dengan pencarian gagasan produk baru.

¹⁰ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), 146–47.

¹¹ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), 35.

Sumber gagasan yang lain adalah penemu, perguruan tinggi, penasehat ahli industri, penasehat ahli manajemen, biro iklan, perusahaan riset, pemasaran, asosiasi dagang, dan penerbitan atau publikasi industrial.

- 2) Penyaringan gagasan. Setelah ide gagasan didapat dan dikumpulkan maka tahap selanjutnya adalah menyaring gagasan, kemudian gagasan yang didapat dipilih yang terbaik dan apakah perusahaan mampu untuk melaksanakannya.
- 3) Pengembangan dan pengujian konsep. Gagasan yang telah disaring kemudian dikembangkan menjadi konsep produk agar menjadi produk yang berkualitas. Fungsi pengujian konsep produk, ingin mengetahui sejauh mana produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- 4) Pengembangan strategi pemasaran. Setelah konsep produksi selesai, tahap selanjutnya adalah pengembangan strategi pemasaran awal untuk memperkenalkan jenis produk tersebut kepada konsumen.
- 5) Analisis bisnis. Analisis bisnis dilakukan dengan mengadakan penelitian kelanjutan tentang kemungkinan pelaksanaan produksi, jika hasil analisis ini layak maka konsep tersebut dapat dilanjutkan.
- 6) Pengembangan produk. Apabila produk sesuai dengan analisis yang telah dilakukan, tahap selanjutnya adalah mengembangkan produk.
- 7) Pengujian pasar. Jika produk telah lolos dari pengembangan maka produk tersebut siap diberi nama, merk, kemasan dan jaringan

pemasaran awal untuk pengujian pasar selanjutnya. Pengujian pasar bertujuan untuk mengetahui reaksi konsumen dan beberapa besarnya pangsa pasar.

- 8) Komersialisasi. Tahapan ini adalah tahap terakhir dalam menciptakan dan pengembangan produk. Dalam uji pasar akan memberikan informasi yang memadai untuk mengambil keputusan, apakah produk baru tersebut akan diluncurkan ke pasar atau tidak. Bila perusahaan membutuhkan untuk meluncurkan produk tersebut maka harus mempersiapkan konsekuensi kedepannya adalah membutuhkan modal yang besar.¹²

b. Penetapan Harga (*Price*)

Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.¹³ Sedangkan menurut Stanton harga adalah sejumlah uang atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang yang lain yang disertai dengan pemberian jasa.¹⁴ Jadi harga merupakan elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun.

¹² Bambang Suryanto dan Daryanto, *Manajemen Bisnis Usaha Kecil* (Tangerang: Tira Smart, 2018), 39–40.

¹³ Philip Kotler, *Marketing Management, Analysis, Planning, And Control* (New Jersey: Prentice Hall, Inc, 1993) sebagaimana dikutip oleh Susatyo Herlambang, *Basic Marketing Dasar-Dasar Pemasaran* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), 47.

¹⁴ Wilian J. Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1994) sebagaimana dikutip oleh Susatyo Herlambang, *Basic Marketing Dasar-Dasar Pemasaran* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), 47.

Dalam penetapan harga, penjual memutuskan harga produk yang paling tepat. Menetapkan harga produk mudah dikerjakan secara sistematis. Penerimaan total penjualan hanya bergantung pada dua komponen yaitu volume penjualan dan harga, perubahan kecil dalam harga dapat mempengaruhi penerimaan. Perusahaan menetapkan suatu harga dengan melakukan metode penetapan harga secara umum yang meliputi satu atau lebih diantara tiga perangkat perimbangan berikut ini¹⁵:

1) *Cost based pricing* (Penetapan harga berdasarkan biaya)

a) *Cost plus pricing* (penetapan harga biaya plus)

Metode ini merupakan penelitian harga yang paling mendasar dengan menambahkan standar *mark-up* terhadap biaya produk. Presentase *mark up* inilah yang akan diambil sebagai laba. Berarti metode ini merupakan penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan dalam biaya penuh masa yang akan datang untuk memasarkan produk.

b) *Break even analysis and Qtarget profit pricing* (analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran)

Suatu metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah akan break even atau membuat target laba yang akan dicari.

¹⁵ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, 49.

2) *Value based pricing* (penetapan harga berdasarkan nilai)

Metode ini menggunakan satu persepsi nilai dari pembeli bukan dari biaya penjualan sebagai kunci untuk menetapkan harga. Maksudnya semakin banyak perusahaan yang mendasarkan harga produknya pada nilai yang diyakini. Perusahaan melihat pandangan pembeli atas nilai yang diyakini, bukan biaya penjual, sebagai kunci penetapan harga. Strategi penempatan harga berdasarkan nilai berfokus pada pelanggan, dimana perusahaan mempertimbangkan produk untuk menentukan harga, sementara bagi konsumen manfaat berarti nilai yang mereka rasakan (kepuasan).

3) *Competition based pricing* (penetapan harga berdasarkan persaingan)

a) *Going rate pricing* (penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku)

Perusahaan mendasarkan harganya pada harga persaingan dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dan pesaing utamanya. Penetapan harga berdasarkan harga berlaku cukup populer. Jika biaya sulit diukur atau tanggapan pesaing tidak pasti, perusahaan berpendapat bahwa harga berlaku merupakan pemecahan yang baik. Harga berlaku dianggap mencerminkan kebijakan bersama industri sebagian harga yang

akan menghasilkan pengembalian yang layak dan tidak membahayakan keselarasan industri.

b) *Scaled bid pricing* (penetapan harga penawaran tertutup)

Perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan. Perusahaan ingin memenangkan kontrak tersebut dan untuk menang membutuhkan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing-pesaingnya. Namun perusahaan tidak akan menempatkan harga dibawah suatu tingkat tertentu. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga dibawah tanpa membahayakan posisinya sendiri. Semakin tinggi menetapkan harga diatas biaya, semakin kecil peluangnya untuk memenangkan kontrak.

c. Saluran Distribusi (*Place*)

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang yang telah diproduksi oleh perusahaan dari produsen kepada para konsumen.¹⁶ Dalam pemilihan tempat distribusi sangat penting untuk mencapai keuntungan yang diinginkan suatu perusahaan. Adapun tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- 1) Konsumen mendatangi perusahaan. Keadaan hal ini lokasi menjadi sangat penting, karena perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah untuk dijangkau.

¹⁶ Susatyo Herlambang, 49–50.

- 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen. Dalam hal ini yang harus diperhatikan adalah untuk penyampaian jasa harus tetap berkualitas dan bermutu.
- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung. Dalam hal ini konsumen berinteraksi melalui media sosial atau sarana tertentu, seperti telepon, computer, dan surat. Berarti lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi kedua belah pihak dapat terlaksana.¹⁷

d. Promosi Penjualan (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya, Menurut Martin L. Bell dalam Basu Swasta dan Irawan promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan.¹⁸ Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian.

Dalam menjalankan promosi penjualan terdapat dalam bauran pemasaran yang artinya kumpulan alat pemasaran yang dipadukan

¹⁷ Muhammad Supriyanto dan Muhammad Taali, "Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di The Sun Hotel Madiun," *Jurnal Epicheirisi* 2, no. 1 (2018): 15.

¹⁸ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta:Liberty,2005) sebagaimana dikutip oleh Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, 56.

perusahaan untuk mendapatkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produk dan promosi berarti bagaimana cara untuk membujuk pelanggan untuk membeli. Agar pemasaran menjadi efektif terdapat dalam sistem promosi penjualan dengan memadukan semua elemen bauran pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Variabel-variabel yang ada dalam promotional mix ada lima, yaitu:¹⁹

1) Periklanan (*advertising*)

Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa untuk menarik calon konsumen guna melakukan pembelian. Media iklan yang digunakan untuk promosi, contohnya televisi, radio, brosur, koran, banner, spanduk dan lain-lain.

2) Penjualan personal (*personal selling*)

Promosi yang digunakan penjual dengan mengadakan komunikasi secara individu atau berhadap langsung dengan konsumen. Dengan menjual pribadi maka akan tercipta suatu interaksi langsung antara pembeli dengan penjual, sehingga penjual akan segera mengetahui reaksi pembeli mengenai produk.

3) Promosi penjualan (*sales promotion*)

¹⁹ Susatyo Herlambang, 57.

Kegiatan untuk memperluas atau menawarkan produk dalam jangka pendek agar dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli. Contohnya memberikan diskon, hadiah, reward, cashback, dan lain-lain.

4) Hubungan masyarakat (*public relation*)

Proses komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun citra perusahaan yang baik dan menangani atau menyingkirkan gossip, cerita dan peristiwa yang dapat merugikan suatu perusahaan.²⁰

B. Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil Menengah adalah salah satu bentuk usaha milik perorangan badan usahanya berbadan hukum atau tidak berbadan hukum. Badan usaha ini selain berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi langsung maupun tidak langsung. Dilihat dari besarnya tenaga kerja usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5 orang sampai 20 orang dan memiliki omset paling sedikit Rp200.000.000 per tahun.²¹ Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008, UKM memiliki dua makna yaitu²²:

1. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

²⁰ Susatyo Herlambang, 57–58.

²¹ Sulisty, “Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dengan Basic Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang,” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 6, no. 1 (2010): 62.

²² *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.*

anak perusahaan atau anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang mempunyai kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang. Kriteria usaha kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000.

2. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai mana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Kriteria usaha menengah sendiri yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 samapai dengan paling banyak Rp100.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000.

Berdasarkan uraian diatas Usaha Kecil Menengah dapat diartikan suatu kegiatan ekonomi yang berdiri sendiri maupun kelompok yang bukan dari bagian anak perusahaan atau cabang perusahaan yang memiliki tujuan untuk memperoleh laba sebagai penunjang kegiatan perekonomian masyarakat.

C. Pendapatan

1. Definisi Pendapatan

Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan kelangsungan hidup seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu, misalnya seminggu, sebulan, setahun atau dalam jangka waktu yang lama. Arus pendapatan tersebut muncul sebagai akibat dari adanya jasa produktif yang mengalir kearah berlawanan dengan aliran pendapatan yaitu jasa produktif yang mengalir dari masyarakat ke pihak bisnis yang berarti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif.²³

Pendapatan adalah suatu penerimaan bagi seseorang atau kelompok dari hasil sumbangan, baik tenaga dan pikiran yang dicurahkan sehingga akan memperoleh balas jasa. Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi.²⁴

Berdasarkan uraian diatas pendapatan dapat diartikan hasil atau jumlah penghasilan yang diterima seseorang baik berupa uang atau barang

²³ Rio Christoper, Rosmiyati Chodijah dan Yunisvita, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pekerja Wanita Sebagai Ibu Rumah Tangga," *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 15, no. 1 (Juni 2017): 38.

²⁴ Nurlaila Hanum, "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomika* 1, no. 2 (Oktober 2017): 108.

yang diperoleh dari suatu usaha atau bekerja dalam jangka waktu tertentu.

2. Indikator Pendapatan

Beberapa indikator pendapatan yaitu sebagai berikut.²⁵

- a. Pendapatan yang diterima perusahaan harus memberikan keuntungan sehingga perusahaan dapat menutupi semua kewajiban dan meningkatkan usahanya.
- b. Pendapatan yang diterima perusahaan harus memenuhi kepuasan hati para pemilik perusahaan.
- c. Pendapatan tersebut bersumber dari kegiatan operasi perusahaan.
- d. Pendapatan tersebut harus dapat membalas jasa dan pekerjaan yang telah dilakukan perusahaan.

3. Jenis Pendapatan

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan, yaitu:

- a. Gaji dan upah. Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
- b. Pendapatan dari usaha sendiri, yaitu nilai total yang diperoleh dari hasil produksi yang telah dikurangi dengan beban-beban yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja

²⁵ Soediyono, *Ekonomi Makro Pengantar Analisa Pendapatan Nasional edisi Revisi* (Yogyakarta: Liberty, 1998), 99.

berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

- c. Pendapatan dari usaha lain. Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain yaitu pendapatan dari hasil menyewakan asset yang dimiliki seperti rumah, ternak dan barang lain, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain dan pendapatan dari pensiun.²⁶

²⁶ Ferry Christian Ham, Herman Karamoy, dan Stanly Alexander, "Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado," *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 2, no. 13 (2018): 629–30.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu proses, yaitu suatu rangkaian langkah-langkah yang dilakukan secara terencana dan sistematis guna mendapatkan pemecahan masalah atau mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tertentu.¹

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti termasuk jenis penelitian secara Field Research (Penelitian Lapangan) yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau langsung ketempat penelitian. Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi sosial, individu, kelompok, dan masyarakat.² Dapat diartikan metode ini merupakan metode untuk menemukan apa yang terjadi dalam suatu objek penelitian yang dilakukan secara langsung untuk mendapatkan sumber data yang akurat.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian dengan menggali data yang bersumber dari lapangan atau langsung yang berlokasi di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah strategi pengembangan

¹ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 11.

² Husaini, Purnomo Setyadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), 4.

bisnis Sahara Cake dan Bakery untuk meningkatkan pendapatan karyawan.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu merupakan format penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di dalam objek peneliti.³

Berdasarkan uraian diatas penelitian deskriptif kualitatif adalah menggambarkan atau mengangkat data yang sesuai dengan keadaan yang terjadi dilapangan dengan cara yang sistematis dan akurat. Dalam penelitian ini penulis akan berusaha mendeskripsikan dan memaparkan keadaan yang sebenarnya mengenai strategi pengembangan Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya untuk tujuan penelitian.⁴ Sumber ini merupakan sumber data pokok yang dimana data yang dihasilkan berasal dari sumber data pertama.

Pada penelitian ini teknik sampel yang digunakan yaitu *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi,

48. ³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013),

⁴ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, 39.

memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Dengan teknik ini, jumlah informasi yang akan menjadi subjeknya akan terus bertambah sesuai kebutuhan dan terpenuhinya informasi. Teknik *snowball sampling* sebagai salah satu teknik sampling yang dapat diandalkan untuk mendapatkan data dari responden guna menjawab permasalahan penelitian lapangan yang bersifat khusus.⁵

Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari pemilik Sahara Cake dan Bakery terkait dengan strategi yang mereka terapkan dalam sistem pengembangan usaha dan karyawan Sahara Cake dan Bakery serta konsumen Sahara Cake dan Bakery

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh penelitian secara tidak langsung dan telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.⁶ Sumber-sumber data sekunder yang diperoleh penelitian dari buku-buku, internet, jurnal dan segala sesuatu yang berhubungan dengan judul penelitian dan jurnal yang sesuai dengan judul penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan

⁵ Muh. Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kelas* (Jawa Barat: CV Jejak, 2007), 162.

⁶ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, 39.

mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁷ Berikut ini teknik yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil atau sedikit.⁸

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi struktur. Wawancara semi terstruktur termasuk dalam kategori *in-dept* interview. Pelaksanaannya lebih bebas apabila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuannya adalah menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Responden diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat yang dikemukakan responden.⁹ Wawancara semi struktur yaitu wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terperinci tetapi mampu memberikan keleluasaan kepada pihak responden untuk menjelaskan secara luas dan tidak melenceng dari pertanyaan yang diajukan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada Ibu Marjiati selaku pemilik Sahara Cake dan Bakery, Ibu Sri, Ibu Septi,

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 308.

⁸ Sugiyono, 194.

⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), 386.

Ibu Yuli, Nita dan Isal selaku karyawan Sahara Cake dan Bakery serta Ibu Budi, Ibu Susi, Ibu Sulastri dan Ibu Nanik selaku konsumen Sahara Cake dan Bakery.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹⁰

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode dokumentasi dengan mengumpulkan data dilakukan dengan menggali informasi yang dapat ditemukan baik dalam catatan maupun tulisan yang berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan tentang produk-produk yang dipasarkan Sahara Cake dan Bakery atau data-data yang sesuai dengan judul peneliti.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode untuk menganalisis data-data yang sudah ada, teknik ini teknik terakhir setelah mendapatkan data-data penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang bersifat kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif. Peneliti menggunakan data primer data sekunder kemudian data yang diperoleh di analisis dengan menggunakan metode berfikir induktif. Berfikir induktif merupakan suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus

¹⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 152.

dan konkrit, peristiwa asli, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.¹¹

Berdasarkan uraian diatas maka untuk menganalisa data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data yang telah diperoleh, kemudian data tersebut dianalisis menggunakan beberapa proses secara khusus dari informasi tentang Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake dan Bakery Untuk Meningkatkan Pendapatan Karyawan kemudian ditarik kesimpulan.

¹¹ Sugiyono, 224.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Sahara Cake dan Bakery

1. Profil Sahara Cake dan Bakery

Sahara Cake dan Bakery merupakan sebuah home industri yang memproduksi berbagai macam kue. Industri Sahara Cake dirintis sejak tahun 2010 oleh pasangan suami istri Bapak Heri Sumantri, S.E. dan Ibu Marjiati. Awal mula didirikan usaha ini dikarenakan Bapak Heri dan Ibu Marjiati menyukai kuliner salah satunya macam-macam kue dan kemudian tertarik untuk dikembangkan menjadi bisnis. Sahara Cake dan Bakery beralamat di Jl. Pahlawan Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. Sahara Cake dan Bakery buka setiap hari dari pukul 08.00-21.00 WIB. Pada awal berdirinya Sahara Cake dan Bakery belum banyak kue yang diproduksi. Dengan seiring berkembangnya usaha Sahara Cake dan Bakery, produk yang diproduksi memiliki macam varian kue.

Seiring berjalannya waktu, Sahara Cake dan Bakery mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sehingga Sahara Cake dan Bakery mempunyai outlet yang beralamat di Jl. AH Nasution, Pekalongan Lampung Timur. Industri ini sudah memiliki sertifikasi halal yang diberikan oleh penyelenggara syariah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung dengan Lembaga Pengkajian Obat-Obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM) MUI Kabupaten Lampung Timur.

2. Visi dan Misi Sahara Cake dan Bakery

a. Visi

Mengembangkan usaha cake keberbagai tempat dengan bermacam-macam jenis kue.

b. Misi

- 1) Mengutamakan kualitas kue.
- 2) Mengembangkan berbagai jenis kue dan makanan kering.
- 3) Menumbuhkan pengetahuan karyawan secara internasional.
- 4) Mengurangi jumlah pengangguran masyarakat terutama di Desa Gantimulyo.

Dari beberapa visi dan misi yang telah ada pada Sahara Cake dan Bakery, usaha tersebut telah berkembang cukup pesat dengan membuka outlet atau cabang usahanya. Sahara Cake dan Bakery telah mengembangkan berbagai jenis kue dan makanan ringan dengan menggunakan bahan yang berkualitas. Dengan adanya usaha tersebut karyawan yang berkerja di Sahara Cake dan Bakery telah mendapatkan pelatihan dan pengetahuan mengenai cara membuat kue yang berkualitas. Serta adanya usaha ini dapat mengurangi jumlah pengangguran yang terdapat di Desa Gantimulyo.

3. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi yang ada pada Sahara Cake dan Bakery adalah sebagai berikut.

Gambar 4.1**Struktur Organisasi Sahara Cake dan Bakery**

Berdasarkan struktur organisasi tersebut menjelaskan tugas-tugas yang dilakukan antara lain :

- a. Pemilik Sahara Cake dan Bakery yaitu Ibu Marjiati, beliau bertugas mengawasi pekerjaan para karyawannya dan memastikan perkembangan usahanya berjalan dengan lancar.
- b. Ibu Sri selaku karyawan bagian kepala produksi bertanggung jawab terhadap proses berjalanya produksi mulai dari bahan baku awal sampai menjadi barang jadi. Serta menjaga dan mengawasi mutu bahan baku dalam proses usaha dan barang jadi agar sesuai dengan standar yang ditetapkan pemilik usaha.
- c. Ibu Septi, Saudari Rizki dan Saudari Erni selaku karyawan bagian toko yang bertanggung jawab terhadap penjualan di toko hingga selesai,

bertanggung jawab terhadap kebersihan toko, menulis laporan penjualan dan memberikan layanan yang prima pada konsumen

- d. Saudara Isal dan Saudara Agus selaku karyawan bagian distribusi yang bertugas bertanggung jawab mengantarkan barang kesemua toko sesuai pesanan serta membeli bahan baku yang dibutuhkan saat membuat kue.

B. Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake dan Bakery dalam Meningkatkan Pendapatan Karyawan

Dalam mengembangkan suatu usaha terdapat strategi yang harus diterapkan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Usaha kue Sahara Cake dan Bakery menggunakan strategi dengan cara meningkatkan kualitas rasa dan harga yang terjangkau terhadap konsumen, sehingga membuat para konsumen dapat membeli kue Sahara Cake dan Bakery. Dalam menjalankan usahanya Sahara Cake dan Bakery selalu memperhatikan segala aspek yang terdapat pada pasar yaitu dengan memberikan pemasaran produk yang dikeluarkan secara optimal, sehingga para konsumen merasa puas dalam aneka produk yang dikeluarkan oleh Sahara Cake dan Bakery.

Menurut hasil wawancara kepada Ibu Marjiati selaku pemilik Sahara Cake dan Bakery diperoleh informasi bahwasanya Sahara Cake dan Bakery berbeda dengan toko kue yang lain dikarenakan memiliki rasa yang tidak diragukan dan tekstur yang lembut, harga terjangkau yang sesuai dengan kualitas, memiliki berbagai varian produk dan tempat yang bersih serta dalam

pelayanan yang baik, ramah dan sopan. Sahara Cake dan Bakery sudah berdiri selama sepuluh tahun dari tahun 2010, dilihat dari perkembangan usaha Sahara Cake dan Bakery di tahun 2010 dan tahun 2020 menunjukkan bahwa Sahara Cake dan Bakery sudah berkembang cukup pesat.

Pada tahun 2010 Sahara Cake dan Bakery mulai dirintis dengan mempunyai dua orang karyawan. Pada awal mula berdirinya usaha Sahara Cake dan Bakery banyak rintangan dan hambatan yang sering terjadi, akan tetapi dengan kegigihan pemilik usaha tersebut akhirnya bisa melewati beberapa rintangan dan hambatan yang terjadi. Pada awal berdirinya usaha ini memproduksi kue donat dan makanan ringan, seperti kacang goreng. Pemilik usaha memasarkan produk tersebut dengan menitipkannya ke warung-warung dan toko-toko. Pendapatan yang diperoleh usaha Sahara Cake dan Bakery kurang lebih Rp4.000.000/tahun yang digunakan untuk memutar modal dan gaji karyawan. Pendapatan karyawan kurang lebih Rp150.000/bulan sehingga pendapatan tersebut tidak memungkinkan dapat meningkatkan perekonomian karyawan.

Pada tahun 2015 Sahara Cake dan Bakery mengalami perkembangan dengan membuka outlet atau cabang usahanya dan mempunyai sembilan orang karyawan serta produk yang diproduksi bertambah berbagai macam variasi. Pendapatan yang diperoleh Sahara Cake dan Bakery sebesar Rp180.000.000/tahun sehingga pendapatan karyawan yang diperoleh sebesar Rp400.000/ bulan. Seiring dengan berjalannya waktu Sahara Cake dan Bakery menerima pesanan dari kue ulangtahun, hantaran untuk pernikahan, acara

pengajian, acara organisasi seperti di kelurahan dan beberapa acara lainnya. Untuk saat ini para pelanggan yang jauh-jauh sudah tidak lagi harus datang ke tempat untuk melihat barang yang diminta ready atau tidak, sekarang bisa langsung telvon saja. Dan Sahara Cake dan Bakery akan mengirimkan kue yang telah dipesan ketempat tujuan. Setelah dapat menitipkan produknya di Chandra Supermaket, jenis produksinya semakin tinggi dan lapangan kerjanya semakin jelas.

Dan pada tahun 2020 Sahara Cake dan Bakery telah mempunyai 18 karyawan. Dengan bertambahnya karyawan dan juga produk yang diproduksi semakin banyak, kini Sahara Cake dan Bakery semakin dikenal masyarakat dan para konsumen. Hal tersebut menjadikan usaha Sahara Cake dan Bakery semakin berkembang dan banyak peminatnya karena rasa dan harga yang sesuai kualitas yang menjadi alasan. Perkembangan yang dilakukan Sahara Cake dan Bakery dapat dilihat dari segi pendapatan usaha, segi produk, dan bertambahnya tenaga kerja atau karyawan.

Keberadaan usaha Sahara Cake dan Bakery dilingkungan masyarakat memiliki peran yang cukup besar seperti penyerap tenaga kerja dilingkungan masyarakat yang menghasilkan produk yang dibutuhkan dan dapat mengembangkan kreatifitas. Salah satu manfaat keberadaan usaha ini di Desa Gantimulyo yaitu menyerap tenaga kerja, dapat mengurangi pengangguran dan dapat menambah pendapatan masyarakat sekitar secara tidak langsung dapat meningkatkan taraf hidup para pekerjanya.

Pengembangan usaha Sahara Cake dan Bakery merupakan salah satu strategi dalam mencapai suatu tujuan. Terdapat faktor yang memengaruhi pengembangan usaha Sahara Cake dan Bakery yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pada usaha. Faktor yang menjadi kekuatan Sahara Cake dan Bakery yaitu hubungan kerjasama dengan toko bakery lainnya, kenyamanan tempat dan lokasi yang strategis, aneka macam variasi produk kue yang dihasilkan, dan sumber daya manusia yang ramah. Faktor yang menjadi kelemahan Sahara Cake dan Bakery sehingga dapat mempengaruhi jalannya usaha yaitu, kurangnya promosi dalam jangkauan pemasaran dan modal yang terbatas.

Sedangkan dari faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang yang dimiliki oleh Sahara Cake dan Bakery, yaitu peningkatnya pendapatan usaha Sahara Cake dan Bakery, membuka cabang atau memperluas tempat usaha, dan dapat membuka kesempatan kerja sehingga dapat meningkatkan perekonomian bagi masyarakat sekitar. Faktor yang menjadi ancaman strategi pengembangan Sahara Cake dan Bakery yaitu harga bahan baku yang tidak stabil dan munculnya pesaing baru.

Strategi pengembangan yang dilakukan Sahara Cake dan Bakery cukup efektif dengan melalui bauran pemasaran dari sisi pengembangan produk, penetapan harga, saluran distribusi, dan promosi penjualan. Dengan diterapkannya strategi pengembangan maka pendapatan usaha menjadi meningkat serta pendapatan karyawan bertambah.

Menurut ibu Marjiati produk yang terdapat pada Sahara Cake dan Bakery sebelum mengalami perkembangan produk yang diproduksi seperti donat dan makanan kering. Setelah Sahara Cake dan Bakery mengalami perkembangan, produk yang diproduksi memiliki macam varian produk. Dalam sehari Sahara Cake dan Bakery mampu memproduksi 300 loyang kue. Semua produk yang terdapat pada usaha Sahara Cake dan Bakery diproduksi sendiri dan bahan bakunya diperoleh dari hasil kerjasama dengan pemasok. Sahara Cake dan Bakery menekankan pada bahan baku yang terbaik supaya menghasilkan produk yang berkualitas. Namun pada dasarnya produk yang dipasarkan tergolong hampir sama dengan toko bakery lain, tetapi pada Sahara Cake dan Bakery terdapat produk unggul yang banyak diminati oleh konsumen yang mempunyai cita rasa yang khas, seperti kue caramel.

Sahara Cake dan Bakery dalam mengembangkan produknya memiliki berbagai macam inovasi tersendiri untuk varian produk. Produk kue yang dipasarkan di Sahara Cake dan Bakery diantaranya berupa bolu gulung, cake pandan coklat, cake mentega, kue tart, pandan kotak, bolu kismis, tarcis kecil, brownies, bolu caramel, donat, lapis surabaya, lapis almonas, dan lapis pandan yang dibandrol dengan harga yang berbeda-beda.

Tabel 4.2 Produk Kue Sahara Cake dan Bakery

No.	Produk Kue	Harga
1.	Bolu Gulung	Rp15.000
2.	Cake Pandan Coklat	Rp38.000
3.	Cake Mentega	Rp.48.000

4.	Kue Tart	Rp45.000-Rp120.000
5.	Pandan Kotak	Rp30.000
6.	Bolu Kismis	Rp30.000
7.	Tarcis Kecil	Rp30.000
8.	Brownies	Rp35.000
9.	Bolu caramel/Loyang	Rp35.000
10.	Donat/6	Rp15.000
11.	Lapis Surabaya	Rp60.000
12.	Lapis Almonas	Rp60.000
13.	Lapis Pandan	R60.000

Sumber: Wawancara kepada pemilik Sahara Cake dan Bakery

Dalam penetapan harga, Sahara Cake dan Bakery menetapkan harga berdasarkan kualitas produk dan daya beli konsumen atau daya beli target pasarnya. Harga yang ditawarkan relatif masih terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk Sahara Cake dan Bakery. Produk Sahara Cake dan Bakery dapat diminati oleh berbagai kalangan, baik kalangan atas maupun kalangan menengah kebawah. Sahara Cake dan Bakery memberikan potongan harga pada kue apabila konsumen membeli produk dalam jumlah yang banyak yaitu minimal membeli 50 loyang kemudian mendapatkan gratis 1 loyang kue.

Dari sisi lokasi Sahara Cake dan Bakery sudah cukup strategis karena terletak didekat jalan yang cukup mudah untuk dijangkau oleh para konsumen. Sahara Cake dan Bakery juga menyediakan tempat yang nyaman, bersih,

dingin, penataan produk yang mudah untuk dilihat dan semaksimal mungkin membuat konsumen nyaman dalam melakukan transaksi.

Pemilihan lokasi merupakan tempat dimana menentukan ramai atau tidaknya pengunjung. Untuk membangun suatu usaha harus memilih tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Sahara Cake dan Bakery berlokasi di Jl. Pahlawan Gantimulyo. Sahara Cake dan Bakery memiliki lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat Pekalongan. Pada tahun 2014, Sahara Cake dan Bakery membuka outlet yang berlokasi di Jln. AH Nasution, Pekalongan, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur, Lampung. Saluran distribusi yang Sahara Cake dan Bakery lakukan dengan cara menjualnya langsung kepada konsumen melalui toko Sahara Cake dan Bakery serta mendistribusikan produknya dengan menitipkan kepada toko-toko yang telah bekerja sama dengan Sahara Cake dan Bakery, seperti Chandra supermarket dan Delfan. Jumlah pesanan yang distribusikan sesuai dengan pesanan yang dibutuhkan dengan varian rasa yang berbeda-beda.

Dalam melakukan promosi produk, Sahara Cake dan Bakery menggunakan cara *Personal Selling* dimana pihak Sahara Cake dan Bakery melakukan interaksi langsung kepada calon konsumen atau dari mulut ke mulut dan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook. Namun, pemilik kini lebih aktif menggunakan media aplikasi WhatsApp dari pada Facebook saat melakukan promosi, alasannya karena lebih sederhana dalam penggunaannya. Dalam jumlah pembelian yang cukup banyak terdapat biaya free ongkos kirim. Untuk wilayah Metro dan Pekalongan tidak terdapat biaya

ongkos kirim akan tetapi untuk wilayah Kotagajah dikenakan biaya sebesar Rp10.000, Batanghari sebesar Rp15.000, dan untuk wilayah Sekampung sebesar Rp20.000.

Strategi pengembangan yang telah dilakukan Sahara Cake dan Bakery telah mampu meningkatkan pendapatan usaha serta pendapatan karyawan. Berikut dapat dilihat data pendapatan Sahara Cake dan Bakery dari tahun 2018 sampai dengan 2020.

**Tabel 4.3 Data Pendapatan Sahara Cake dan Bakery
Pertahun (2018-2020)**

No.	Tahun	Pendapatan
1	2018	Rp480.000.000
2	2019	Rp540.000.000
3	2020	Rp540.000.000

Sumber: Wawancara kepada pemilik Sahara Cake dan Bakery

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa pendapatan Sahara Cake dan Bakery pada tahun 2018 sebesar Rp480.000.000 sedangkan pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp540.000.000. Hal ini dikarenakan terdapat minat konsumen bertambah yang dimana pembeli merasa puas atas kualitas kue yang dibuat oleh sahara Cake dan Bakery. Pada tahun 2020 pendapatan yang diperoleh Sahara Cake dan Bakery tidak mengalami kenaikan atau penurunan yaitu sebesar Rp540.000.000. Selain keuntungan Sahara Cake dan Bakery juga mengalami peningkatan karyawan yang tadinya hanya memiliki 2 karyawan dan sekarang sudah memiliki 18 karyawan untuk

membantu dalam memproduksi kue Sahara Cake dan Bakery. Begitupun atas kerjasama antara karyawan dan pemilik dapat berpengaruh atas keuntungan kedua belah pihak baik keuntungan Sahara Cake dan Bakery serta pendapatan karyawan.¹

Usaha Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan menggunakan strategi pengembangan usaha dan kualitas kinerja karyawan, sehingga usaha ini dapat memberikan upah atau memberi gaji yang lebih baik kepada setiap karyawan. Dalam penetapan gaji atau pendapatan karyawan yang diperoleh di Sahara Cake dan Bakery berbeda-beda sesuai dengan keahliannya. Dapat dilihat gaji yang diterapkan Sahara Cake dan Bakery dalam per bulannya.

**Tabel 4.4 Data Gaji Karyawan Sahara Cake dan Bakery
Per Bulan (Tahun 2018-2020)**

No	Karyawan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
1.	Supir (2 orang)	Rp700.000/orang	Rp1.000.000/orang	Rp1.000.000/orang
2.	Pelayanan Toko (3 orang)	Rp700.000/orang	Rp1.000.000/orang	Rp1.000.000/orang
3.	Bagian Produksi (10 orang)	Rp1.000.000/orang	Rp1.500.000/orang	Rp1.500.000/orang

Sumber : Wawancara kepada pemilik Sahara Cake dan Bakery

Berdasarkan tabel 4.4 diatas penerapan gaji yang diperoleh karyawan mengalami peningkatan dari tahun 2018 sampai tahun 2020. Mulai dari

¹ Marjiati, *Wawancara dengan Pemilik Sahara Cake dan Bakery*, 5 Juni 2021.

karyawan bagian supir dan bagian toko mengalami peningkatan gaji pada tahun 2018 memperoleh gaji sebesar Rp700.000 perbulanya kemudian pada tahun 2019 dan 2020 sebesar Rp1.000.000 perbulannya. Untuk karyawan bagian produksi pada tahun 2018 memperoleh gaji sebesar Rp1.000.000 perbulan kemudian pada tahun 2019 dan 2020 mengalami peningkatan sebesar Rp1.500.000 perbulan.

Melalui strategi pengembangan yang dilakukan Sahara Cake dan Bakery diatas dapat meningkatkan kualitas dalam pengembangan usaha produk Sahara Cake dan Bakery, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan dan keuntungan yang semakin bertambah. Apabila jumlah penjualan yang semakin meningkat maka akan meningkatkan pendapatan usaha serta pendapatan karyawan sehingga dapat membantu perekonomian keluarga.²

Adapun hasil wawancara dengan beberapa karyawan di Sahara Cake dan Bakery:

1. Wawancara dengan saudara Isal selaku karyawan Sahara Cake dan Bakery bagian distribusi diperoleh informasi bahwa gaji yang diberikan sangat membantu perekonomian keluarga dan beberapa karyawan disini juga mengandalkan usaha ini untuk membantu perekonomian keluarga. Ia sudah bekerja di Sahara Cake dan Bakery sejak tahun 2017. Dengan diterapkannya strategi pengembangan, usaha ini semakin banyak dikenal

² Marjiati, *Wawancara Dengan Pemilik Sahara Cake dan Bakery*, 20 Juni 2021.

oleh masyarakat sehingga pendapatan usaha yang diperoleh meningkat maka pendapatan yang diperoleh karyawan menjadi bertambah.³

2. Wawancara dengan Saudari Nita selaku karyawan Sahara Cake dan Bakery bagian produksi diperoleh informasi bahwa dengan adanya usaha ini ia dapat memperoleh penghasilan yang pasti, yang tadinya hanya pengangguran dan sekarang telah mendapatkan pekerjaan yang tetap. Dengan banyaknya permintaan produk ia merasa senang, karena dengan begitu pendapatan akan terus meningkat. Beliau sudah bekerja selama 3 tahun, dari tahun 2018 sampai sekarang.⁴
3. Wawancara dengan Ibu Sri selaku karyawan Sahara Cake dan Bakery bagian produksi diperoleh informasi bahwa beliau sudah bekerja di Sahara Cake dan Bakery selama 10 tahun sejak usaha ini dirintis. Usaha ini sangat membantu karena dengan gaji yang beliau terima dapat digunakan untuk memperbaiki perekonomian keluarga dan dapat menyekolahkan anaknya serta dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di desa Gantimulyo. Alasan beliau masih bekerja di Sahara Cake dan Bakery karena mempunyai pimpinan yang ramah, dan dalam memperlakukan karyawannya dengan baik tanpa membeda-bedakan karyawan satu dengan yang lainnya dan beliau memberikan kepercayaan penuh kepada karyawan untuk melaksanakan pekerjaan masing-masing tanpa perlu disuruh atau diingatkan secara berulang-ulang.⁵

³ Isal, *Wawancara Dengan Karyawan Sahara Cake dan Bakery*, 5 Juni 2021.

⁴ Nita, *Wawancara Dengan Karyawan Sahara Cake dan Bakery*, 13 Juni 2021.

⁵ Sri, *Wawancara Dengan Karyawan Sahara Cake dan Bakery*, 13 Juni 2021.

4. Wawancara dengan Ibu Septi selaku karyawan Sahara Cake dan Bakery bagian toko diperoleh informasi bahwa dengan diterapkannya strategi pengembangan, pendapatan usaha yang diperoleh semakin meningkat maka otomatis pendapatan karyawan akan bertambah sehingga dapat membantu perekonomian keluarga. Beliau sudah bekerja di Sahara Cake dan Bakery sejak tahun 2018. Pelatihan yang diberikan Sahara Cake dan Bakery dilatih oleh pemiliknya langsung.⁶
5. Wawancara dengan Ibu Yuli selaku karyawan Sahara Cake dan Bakery bagian produksi diperoleh informasi bahwa usaha Sahara Cake dan Bakery selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi karyawan, sehingga karyawan merasa nyaman saat bekerja. Beliau bekerja di Sahara Cake dan Bakery sejak tahun 2017. Upaya yang dilakukan Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan usaha yaitu menerapkan strategi pengembangan usaha sehingga Sahara Cake dan Bakery dapat memberikan gaji yang layak kepada karyawannya. Penghasilan yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan perekonomian keluarga.⁷

Adapun hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang membeli produk Sahara Cake dan Bakery:

1. Wawancara dengan Ibu Dewi selaku konsumen diperoleh informasi bahwa alasan utama beliau tetap berlangganan di Sahara Cake dan Bakery karena kue yang dijual memiliki rasa yang enak dan bertekstur lembut serta kebersihan tempat yang dijaga. Varian produk yang disukai yaitu kue

⁶ Septi, *Wawancara Dengan Karyawan Sahara Cake dan Bakery*, 13 Juni 2021.

⁷ Yuli, *Wawancara Dengan Karyawan Sahara Cake dan Bakery*, 13 Juni 2021.

bolu kismis. Mengenai harga yang ditawarkan sangat terjangkau dengan sesuai kualitas produknya serta pelayanan yang prima diberikan Sahara Cake dan Bakery.⁸

2. Wawancara dengan Ibu Susi selaku konsumen diperoleh informasi bahwa beliau senang berbelanja di Sahara Cake dan bakery karena Sahara Cake dan Bakery memiliki harga yang dapat menyesuaikan dari semua kalangan dan pelayanan yang prima kepada konsumen. Beliau sangat menyukai salah satu produk yang diproduksi oleh Sahara Cake dan Bakery yaitu caramel dan brownies, produk ini memiliki tekstur lembut yang berbeda dari toko yang lain serta rasa yang tidak lagi diragukan.⁹
3. Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku konsumen diperoleh informasi bahwa beliau sering membeli bolu di Sahara Cake dan Bakery, karena dalam segi harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang baik, apalagi untuk dipakai disebuah acara seperti acara pengajian, arisan atau kumpul keluarga dan juga bisa dipakai di acara hari raya. Beliau sangat menyukai produk kue bolu gulung dan bolu kismis karena memiliki tektur yang lembut dan berbeda dari toko lainnya. Dengan pelayanan yang prima kepada konsumen seperti membantu mencarikan produk dan mengarahkan konsumen, sehingga membuat konsumen merasa puas dengan produk yang disajikan.¹⁰
4. Wawancara dengan Ibu Nanik selaku konsumen diperoleh informasi bahwa penempatan harga yang ditetapkan oleh Sahara Cake dan Bakery

⁸ Dewi, *Wawancara Dengan Konsumen Sahara Cake dan Bakery*, 5 Juli 2021.

⁹ Susi, *Wawancara Dengan Konsumen Sahara Cake dan Bakery*, 5 Juni 2021.

¹⁰ Sulastri, *Wawancara Dengan Konsumen Sahara Cake dan Bakery*, 20 Juni 2021.

memiliki harga yang sangat terjangkau dan memiliki produk yang berkualitas. Produk yang disukai beliau adalah cake pandan coklat dan brownies karena memiliki rasa enak. Pelayanan antara karyawan dengan konsumen memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen karena mampu berinteraksi dengan baik.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan yang telah diterapkan oleh Sahara Cake dan Bakery berperan penting dalam pendapatan usaha dan pendapatan karyawan. Strategi yang diterapkan dalam mengembangkan usahanya untuk pendapatan karyawan dari mulai strategi mengembangkan produk, penerapan harga, distribusi atau tempat, dan promosi. Sudah terlihat jelas usaha yang dilakukan Sahara Cake dan Bakery pendapatan usahanya mengalami peningkatan yang cukup signifikan sehingga dapat membantu pendapatan karyawan. Dan menurut Ibu Marjiati sejak berkembangnya usaha kue Sahara Cake dan Bakery ini telah memberikan manfaat baik untuk kenuntungan usaha maupun dalam meningkatkan perekonomian bagi masyarakat melalui terbukanya lapangan pekerja bagi masyarakat sekitar.

Berdasarkan bauran pemasaran yang diterapkan Sahara Cake dan Bakery terdapat satu kekurangan penerapan bauran pemasaran pada Sahara Cake dan Bakery yaitu pada promosi. Promosi yang di terapkan kurang maksimal. Sahara Cake dan Bakery hanya melakukan promosi melalui WhatsApp dan Facebook. Pada era modern seperti sekarang ini banyak sekali

¹¹ Nanik, *Wawancara Dengan Konsumen Sahara Cake dan Bakery*, 20 Juni 2021.

media sosial yang bisa digunakan untuk melakukan promosi penjualan seperti Instagram, radio, brosur dan melalui website pribadi. Dapat juga dilakukan promosi melalui orang-orang yang sudah terkenal di Instagram atau biasa disebut *endors*, dari *endorse* yang dilakukan tersebut akan lebih banyak orang yang mengenal Sahara Cake dan Bakery. Jika Sahara Cake dan Bakery dalam melakukan promosi yang maksimal pastinya akan lebih meningkatkan pendapatan Sahara Cake dan Bakery.

C. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Pendapatan Karyawan

Strategi merupakan sebuah rencana atau sasaran yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Apabila suatu strategi telah tercapai maka bisnis pun akan mulai berkembang. Sebelum melakukan tindakan usaha, penyusunan strategi perlu dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan sehingga menjamin suatu usaha dapat bertahan atau menjadi berkembang pada masa yang akan datang baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang.

1. Analisis SWOT

Pada Pengembangan suatu usaha terdapat faktor yang perlu diperhatikan dan diperbaiki, agar perkembangan usaha berjalan dengan sesuai tujuan dan tentunya akan bisa mendapatkan keuntungan yang bertambah. Untuk mengetahuinya menggunakan analisis SWOT melalui faktor internal yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha baik kelemahan maupun kekuatan dan faktor eksternal yang digunakan untuk

menentukan peluang serta ancaman yang dihadapi perusahaan dalam mengembangkan usahanya.

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan sumber daya, kompetensi atau kapabilitas yang dikendalikan suatu perusahaan agar membuat perusahaan relative lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan yang dimiliki oleh Sahara Cake dan Bakery dalam menjalankan usahanya berpengaruh terhadap pengembangan usaha pada saat ini, adapun kekuatan-kekuatan tersebut yaitu sebagai berikut.

- 1) Hubungan kerjasama dengan toko bakery lainnya. Hubungan kerjasama Sahara Cake dan Bakery dengan toko bakery lainnya terjalin dengan yang baik. Kerjasama yang dilakukan Sahara Cake dan Bakery dengan menyuplai produk yang telah diproduksi oleh Sahara Cake dan Bakery.
- 2) Kenyaman tempat dan lokasi yang strategis. Lokasi merupakan tempat yang berpengaruh untuk penjualan produk. Apabila lokasi usaha yang dipilih strategis maka tingkat penjualan akan semakin tinggi sehingga dapat berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Usaha kue Sahara Cake dan Bakery terletak pinggir jalan sehingga dapat dijangkau para konsumen. Usaha ini terdapat di dua tempat yaitu yang terletak di Desa Gantimulyo dan di Pekalongan.

- 3) Sumber daya manusia yang ramah. Karyawan merupakan faktor untuk menjalankan usaha, karena apabila tidak ada karyawan usaha yang sedang dimiliki tidak dapat berjalan dengan baik. Seorang karyawan akan berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan para konsumen. Pelayanan yang diberikan karyawan Sahara Cake dan Bakery terhadap konsumen dilakukan dengan prima sehingga membuat para konsumen nyaman dalam melakukan pembelian produk.
- 4) Aneka variasi produk kue yang dihasilkan. Dengan berbagai macam produk yang dihasilkan Sahara Cake dan Bakery menjadi kekuatan dalam strategi usaha dan tentunya akan membuat para konsumen tertarik akan mencoba dan membeli produk tersebut.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan merupakan keterbatasan yang terdapat dalam suatu perusahaan sehingga dapat mempengaruhi jalannya usaha. Kelemahan yang terdapat dalam Sahara Cake dan Bakery terletak pada kurangnya promosi. Pada usaha Sahara Cake dan Bakery sudah menggunakan promosi lewat sosial media seperti Facebook dan Whatsapp, akan tetapi promosi yang dilakukan belum maksimal.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan usahanya. Peluang yang terdapat pada usaha Sahara Cake dan Bakery yaitu sebagai berikut.

- 1) Peningkatnya pendapatan usaha Sahara Cake dan Bakery. Meningkatnya daya beli masyarakat untuk membeli produk kue Sahara Cake dan Bakery akan berakibat terhadap pendapatan usaha. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi usaha Sahara Cake dan Bakery dengan lebih banyak menarik konsumen untuk dapat meningkatkan keuntungan yang didapat.
- 2) Membuka cabang atau memperluas tempat usaha. Dengan membuka cabang atau memperluas tempat usaha ke daerah lain dapat membuat masyarakat mengetahui akan produk yang dipasarkan oleh Sahara Cake dan Bakery serta dapat mengembangkan usaha Sahara Cake dan Bakery.
- 3) Dapat membuka kesempatan kerja sehingga dapat meningkatkan perekonomian bagi masyarakat sekitar. Dengan terbukanya lapangan pekerjaan Sahara Cake dan Bakery mengakibatkan tingkat pengangguran berkurang sehingga perekonomian masyarakat sekitar menjadi lebih baik.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Apabila tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan di masa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Adapun beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman Sahara Cake dan Bakery yaitu harga bahan baku yang tidak stabil menjadi ancaman untuk pembuatan produk kue Sahara Cake dan Bakery dan

munculnya pesaing baru. Munculya pesaing dapat berpengaruh terhadap penjualan dan jumlah konsumen, apabila jika pesaing tersebut lebih bisa memberikan layanan yang baik seperti kualitas produk dan harga yang terjangkau tentu nantinya akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha Sahara Cake dan Bakery.

2. Bauran pemasaran

Dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal Sahara Cake dan bakery menerapkan strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan pendapatan usahanya maupun pendapatan karyawan. Strategi pemasaran dalam pengembangan usaha sangat diperlukan dalam meningkatkan dan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran. Adapun strategi pengembangan yang digunakan oleh Sahara Cake dan Bakery dalam mengembangkan usahanya melalui strategi pemasaran adalah sebagai berikut.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi konsumen yang dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Pengembangan produk adalah suatu strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang baru ataupun produk yang sudah ada. Cara mengembangkan produk yang sudah ada yaitu dengan memperbaiki atau memodifikasi produk menjadi menarik dari segi kualitas, bentuk, kemasan, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Usaha Sahara Cake dan Bakery sudah menerapkan tahapan strategi pengembangan produk. Pada saat ini pengembangan produk yang dilakukan adalah dengan cara memperbanyak varian produk. Sahara Cake dan Bakery menciptakan beragam varian produk yang menarik yaitu diantaranya bolu gulung, bolu kismis, bolu caramel, cake pandan coklat, cake mentega, pandan kotak, kue tart, tarcis kecil, brownis, donat, lapis surabaya, lapis almonas, dan lapis pandan.

Usaha Sahara Cake dan Bakery dalam mengembangkan produknya telah sesuai dengan syari'at islam salah satunya yaitu menjaga kualitas produksi, dimana produk yang dijual tersebut tidak menggunakan bahan yang tidak diperbolehkan atau bahan yang bisa membahayakan kesehatan konsumen. Begitu juga dengan tahap proses produksi dan pengolahan telah menerapkan prinsip kehalalan, mulai dari modalnya, bahan baku, peralatan yang bersih dari najis hingga cara pembuatannya. Hal ini menunjukkan produk yang diproduksi Sahara Cake dan Bakery halal, sehat dan layak untuk dikonsumsi.

Sahara Cake dan Bakery telah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia sehingga kepercayaan pembeli kepada usaha ini membuat konsumen datang untuk membelinya. Seperti yang tercantum dalam firman Allah SWT. dalam Al- Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168:

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

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al Baqarah : 168)

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa seruan untuk memakan makanan halal lagi baik yang sudah disediakan oleh Allah. Makanan yang baik maksudnya memenuhi kriteria dari sisi bahan bakunya, dari sisi kadar ukurannya, dari sisi tempat atau asal usulnya, dari sisi kebersihan dan dari sisi kebaikan untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Dilihat dari sisi bahan baku yang digunakan Sahara Cake dan Bakery tidak memperoleh bahan baku yang haram, dari sisi kadar atau ukuran tidak melampaui batas yang dibutuhkan sedangkan dari sisi perolehan usaha memperoleh dengan cara yang jelas asal usulnya dan bahwasannya produk Sahara Cake dan Bakery telah terdaftar di Majelis Ulama Indonesia.

b. Penetapan Harga (*Price*)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Dalam penjualan, penetapan harga harus dilakukan dengan tepat karena harga akan menentukan penjualan produk dan keuntungan suatu perusahaan.

Strategi penetapan harga yang diterapkan Sahara Cake dan Bakery adalah dengan menggunakan penetapan harga berdasarkan

biaya produk dengan standar *mark-up*. Harga produk Sahara Cake dan Bakery ditetapkan berdasarkan modal yang dikeluarkan, biaya bahan baku ditambah presentase margin. Dengan menggunakan *mark-up* bisa membuat margin mengalami peningkatan. Selain itu, Sahara Cake dan Bakery juga melakukan penetapan harga berdasarkan kualitas produk dengan harga yang kompetitif dengan produk pesaing lainnya. Harga yang ditawarkan relatif masih terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan. Harga varian produk Sahara Cake dan Bakery sangat terjangkau yaitu berkisaran Rp15.000-Rp120.000. Dengan harga yang terjangkau kue Sahara Cake dan Bakery mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga dapat berdampak bagi peningkatan penjualan.

c. Saluran Distribusi (*Place*)

Saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang yang telah diproduksi oleh perusahaan dari produsen kepada para konsumen. Untuk membangun suatu usaha harus memilih tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, semakin strategis lokasi usaha yang dipilih maka semakin tinggi pula tingkat penjualan, sehingga dapat berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitupun sebaliknya, jika lokasi yang dipilih tidak strategis maka penjualan pun tidak akan terlalu bagus.

Sahara Cake dan Bakery melakukan pendistribusian produknya melalui saluran distribusi yaitu menjualnya langsung kepada konsumen

melalui toko Sahara Cake dan Bakery yang ada di Desa Gantimulyo maupun outlet yang terletak di Pekalongan ataupun melalui media sosial seperti WhatsApp serta mendistribusikan produknya melalui toko-toko yang telah bekerjasama dengan Sahara Cake dan Bakery, seperti Chandra supermarket dan Delfan. Jumlah pesanan yang distribusikan sesuai dengan pesanan yang dibutuhkan dengan varian rasa yang berbeda-beda.

Dari sisi lokasi Sahara Cake dan Bakery sudah cukup strategis karena terletak didekat jalan yang cukup mudah untuk dijangkau oleh para konsumen. Sahara Cake dan Bakery juga menyediakan tempat yang nyaman, bersih, dingin, penataan produk yang mudah untuk dilihat dan semaksimal mungkin membuat konsumen nyaman dalam melakukan transaksi. Dalam pengelolaan produk Sahara Cake dan Bakery selalu menjaga kebersihan tempat produksi maupun peralatan yang digunakan selalu dijaga kebersihannya oleh karyawan.

d. Promosi Penjualan (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran. Dengan adanya promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Agar pemasaran menjadi efektif, sistem promosi penjualan harus dipadukan dengan semua elemen bauran pemasaran.

Dalam meningkatkan pendapatan penjualan tentu dibutuhkan strategi promosi yang baik untuk dapat memaksimalkan penjualan.

Usaha Sahara Cake dan Bakery menerapkan strategi promosi penjualan melalui dua cara yaitu *Personal Selling* dimana pihak Sahara Cake dan Bakery melakukan interaksi langsung kepada calon konsumen, melakukan cara *word of mouth* atau dari mulut ke mulut dan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook. Namun, pemilik kini lebih aktif menggunakan media aplikasi WhatsApp dari pada Facebook saat melakukan promosi, alasannya karena lebih sederhana dalam penggunaannya. Maksudnya dari mulut kemulut adalah konsumen yang setia membeli produk Sahara Cake dan Bakery menceritakan kepada masyarakat tentang keberadaan kue Sahara Cake dan Bakery tersebut.

Dalam mengembangkan suatu usaha tentunya tidak terlepas dari peran karyawan. Dengan terjalinnya kerjasama yang baik antara pemilik usaha dengan karyawan akan semakin meningkatkan hasil yang akan dicapai dengan begitu pula dapat meningkatkan pendapatan karyawan. Semakin baik kinerja karyawan maka pendapatan perusahaan akan semakin meningkat secara tidak langsung akan meningkatkan kesejahteraan karyawan.

Usaha Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan menggunakan strategi pengembangan usaha dan kualitas kinerja karyawan. Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan pada aspek kualitas kinerja karyawan, maksudnya adalah gaji yang diterima dan diterapkan berdasarkan hasil kerja karyawan. Semakin baik kinerja karyawan dan peningkatan penjualan maka pendapatan usaha akan semakin meningkat, secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan karyawan yang diterapkan oleh Sahara Cake dan Bakery. Dalam pemberian

gaji karyawan Sahara Cake dan Bakery sudah sesuai kinerja karyawan. Hasil yang berbeda akan memberikan sifat kompetitif diantara karyawan yang pada akhirnya diharapkan akan menunjang kemajuan bisnis kedepannya

Penetapan upah karyawan di Sahara Cake dan Bakery telah didasarkan dengan prinsip keadilan dan upah yang layak. Adil berarti upah yang diberikan kepada karyawan yang sesuai dengan tenaga yang telah dikeluarkan untuk menyelesaikan pekerjaannya. Sedangkan upah yang diberikan secara layak berarti upah yang diterima karyawan cukup untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, Sahara Cake dan Bakery telah memenuhi kewajibannya dalam memberikan upah atau gaji kepada karyawan sebagai imbalan atas kerja yang telah dikerjakan di suatu usaha.

Penerapan strategi pengembangan Sahara Cake dan Bakery berpengaruh pada pendapatan usaha yang semakin meningkat. Begitupun pendapatan yang diterima oleh karyawan juga mengalami peningkatan. Walaupun Sahara Cake dan Bakery belum sepenuhnya menerapkan media promosi, namun promosi yang diterapkan sekarang cukup efektif dan efisien dalam meningkatkan pendapatan karyawan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan Sahara Cake dan Bakery sudah berkembang cukup pesat dengan memperhatikan faktor internal dan faktor eksternal dengan menggunakan analisis SWOT serta menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu dari sisi pengembangan produk, penetapan harga, distribusi atau tempat, dan promosi. Dalam pelaksanaannya, hal tersebut sudah mampu dalam meningkatkan pendapatan usaha maupun pendapatan karyawan. Selain strategi pengembangan yang telah dilakukan oleh Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan didasarkan pada kualitas kinerja karyawan sehingga pendapatan yang dihasilkan dapat membantu perekonomian karyawan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka peneliti akan memberikan saran-saran agar lebih baik kedepannya terutama kepada pemilik Sahara Cake dan Bakery:

1. Sahara Cake dan Bakery dalam melakukan kegiatan promosi kurang maksimal agar ditingkatkan lagi, guna untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menyikapi perubahan pada saat ini, perlu adanya terobosan

dalam pemasaran kue Sahara Cake dan Bakery dengan memanfaatkan teknologi informasi atau internet dalam melakukan media promosi.

2. Strategi pengembangan yang telah diterapkan Sahara Cake dan Bakery untuk meningkatkan pendapatan usaha dan pendapatan karyawan agar tetap berjalan dan bertahan dengan menjaga kualitas produksi agar konsumen tetap menjadi pelanggan setia Sahara Cake dan Bakery.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas dan Muhammad Rakib. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)." *Jurnal Sosiohumaniora* Vol.19, no. 2, Juli 2017.
- Bambang Suryanto dan Daryanto. *Manajemen Bisnis Usaha Kecil*. Tangerang: Tira Smart, 2018.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- aila Maulidah dan Renny Oktafia. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Sayriah)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 6, no. 03, 2020.
- Ferry Christian Ham, Herman Karamoy, dan Stanly Alexander. "Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado." *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* Vol. 2, no. 13, 2018.
- Husaini, Purnomo Setyadi Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.
- Istiqomah dan Irsad Andriyanto. "Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)." *Jurnal Bisnis* Vol. 5, no. 2, Desember 2017.
- Muh. Fitrah dan Luthfiah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kelas*. Jawa Barat: CV Jejak, 2007.
- Muhammad Supriyanto dan Muhammad Taali. "Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di The Sun Hotel Madiun." *Jurnal Epicheirisi* Vol. 2, no. 1, 2018.
- Nurlaila Hanum. "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa." *Jurnal Samudra Ekonomika* Vol.1, no. 2, Oktober 2017.
- Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

- Pearce, Robinson. *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Rio Christoper, Rosmiyati Chodijah dan Yunisvita. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pekerja Wanita Sebagai Ibu Rumah Tangga.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 15, no. 1, Juni 2017.
- Rizal Syarief dan Sapta Raharja. “Strategi Pengembangan Pemasaran Batu Andesit (Studi Kasus pada PT Duta Keluarga Imfaco, Bogor Jawa Barat).” *Manajemen IKM* Vol.13, no. 02, September 2018.
- Soediyono. *Ekonomi Makro Pengantar Analisa Pendapatan Nasional edisi Revisi*. Yogyakarta: Liberty, 1998.
- Sondang P.Siagian. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara, 1998.
- Stefanus Andi Pratama, Moehammad Soe’oed Hakam, Gunawan Eko Nurtjahjono. “Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT. Asuransi Jiwasraya Persero Regional office Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 25, no. 1, Agustus 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sulistyo. “Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dengan Basic Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang.” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* Vol. 6, no. 1, 2010.
- Sumardi Suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Susatyo Herlambang. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014.
- Taufiqurokhman. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016.
- Yani Subaktilah, Nita Kuswardani dan Sih Yuwanti. “Analisis SWOT : Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso).” *Jurnal Agroteknologi* Vol. 12, no. 02, 2018.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.ain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2445/ln.28.1/J/TL.00/08/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Liberty (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **Laila Wulandari**
NPM : 1702040044
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 18 Agustus 2021
Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880429 201503 1 005



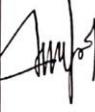
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Rabu 3 / 2 - 21		Bimbingan Proposal . Teknis penulisan harus mengacu pd buku panduan Latar belakang masalah harus di uraikan secara jelas perbaiki !	   

Dosen Pembimbing I



Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.



Laila Wulandari
NPM. 1702040044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2	Jumat 5/2-21		Cari ayat atau hadis yg berkaitan/ada referensi dengan judul Konsisten penulisan bahasa asing < Inggris/ Arab > cetak miring fahami kutipan / footnote, midelnot dll. perbaiki !	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; faksimil (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Laila Wulandari**
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : **FEBI / ESy**
Semester / TA : **VIII / 2020-2021**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
3	Senin 8/2-21		<p>Pada LBM jelaskan permasalahan secara cermat</p> <hr/> <p>Strategi secara Umum dan strategi yg ada di lapangan / uraikan</p> <hr/> <p>Untuk mengukur peningkatan pendapatuan karyawan tampilkan kondisi sebelum dan sesudah</p>	  

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
4	Kamis 11/2-21		<p>Pada landasan teori uraikan secara fariabel dari judul pembahasan</p> <hr/> <p>teknis kutipan < footnote > jika lebih dari 5 baris di kutih 1 Spasi</p> <hr/> <p>perbaiki</p> <hr/>	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inngmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 15/ - 21 / 2	1	Sicara kususruhan telah di perbaiki sesuai arahan Saat bimbingan <hr/> Proposal Acc <hr/> Siap di seminarakan H	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 8/3 - 21		BAB 1.2.3 / Proposal telah di Seminarkan dan telah di perbaiki sesuai arahan Saat Seminar Proposal.	
			BAB 1.2.3 / Proposal Acc, lanjutkan ke tahap selanjutnya	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metro.univ.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Laila Wulandari**
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : **FEBI / ESy**
Semester / TA : **VIII / 2020-2021**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 22 / - 21 / 3		Bimbingan Outline dan APD	
			Outline perbaikan sesuai arahan saat bimbingan	
			Teknis pengetikannya di perbaikan	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggumulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Laila Wulandari**
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 23/ - 21 /3		APD cukup baik. ----- Lanjutkan tahap selanjutnya ----- APD Acc. -----	 

Dosen Pembimbing



Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.



Laila Wulandari
NPM. 1702040044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A. Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 31 / -21 3		Outline Acc	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : IX / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa 7/9-21		Bimbingan Bab 4-5 Visi dan misi jika ingin di tampilkan harus ada narasinya . Pendapatan di buat per 3 th, nominal perkembangan penjualannya Pd bab 4 hasil wawancara maujud pada APD runutkan perbaiki	    

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47298, website. www.metroiain.ac.id, e-mail. iainmetro@metroiain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Laila Wulandari**
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : **FEBI / ESy**
Semester / TA : **IX / 2020-2021**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2	Senin 13 / - 21 / 9	✓	<p>Gambaran umum ttg sarana cake, lebih di per singkat.</p> <p>Tulis pengelikan fittnot di halaman 39 perbaiki.</p> <p>Hasil wawancara buat secara runtut mengacu pd APD</p> <p>Buahkan tabd hasil pengembangan usaha yg telah tercapai, sebelum dan sesudahnya.</p>	   

Dosen Pembimbing



Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.



Laila Wulandari
NPM. 1702040044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : IX / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
3	Rabu 15/9-21	✓	<p>Pada hal 41 cek pembatasan tabel : berapa jumlah penjual sopir, produksi, pemasaran, pelayanan toko utlh mengetahui total Pengeluaran Gaji karyawan</p> <p>Pada bab 4 harusnya sudah terlihat hasil capaian. Jangan ada lagi teori yg mesti di lumbungkan</p> <p>Mengerucut ke arah hasil H</p>	  

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : IX / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
3	Jum'at 17/9 - 21		Strategi distribusi yg di lakukan oleh Sahara cake apakah telah sesuai dengan analisis secara keilmuan yg di jadikan sebagai landasan Hasil wawancara yg mengacu berdasarkan APP harus runtut perbaiki !	  

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : IX / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 20/9 - 19		Keimpulan Harus menjawab pertanyaan sebelumnya di bab 1. Daftar pustaka susuaikan dgn kompetensi keilmuan Tidak usah terlalu banyak buku metopen.	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website. www.metrouniv.ac.id. e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044

Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : IX / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 24/9-21		Secara keseluruhan telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan.	
			Skrripsi = 4-5 ACC	
			lengkapi syarat yang terkait	
			siap di Ujikan	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Laila Wulandari
NPM. 1702040044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website www.metrouniv.ac.id; email iaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : LAILA WULANDARI

NPM : 1702040044

Jurusan : S1 Ekonomi Syariah

Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN
BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN

Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score 24%*.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 05 Oktober 2021

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, MA

NIP. 19880529 201503 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2478/In.28/D.1/TL.00/08/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA SAHARA CAKE DAN
BAKERY
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2477/In.28/D.1/TL.01/08/2021,
tanggal 23 Agustus 2021 atas nama saudara:

Nama : **Laila Wulandari**
NPM : 1702040044
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di SAHARA CAKE DAN BAKERY, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 Agustus 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulalkha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-2477/In.28/D.1/TL.01/08/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **Laila Wulandari**
NPM : 1702040044
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di SAHARA CAKE DAN BAKERY, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 23 Agustus 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN

A. Wawancara

1. Wawancara Kepada Pemilik Sahara Cake dan Bakery
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Sahara Cake dan Bakery?
 - b. Apa yang membedakan Sahara Cake dan Bakery dengan toko kue lainnya?
 - c. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang digunakan Sahara Cake dan Bakery dalam mengembangkan usahanya?
 - d. Bagaimana strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Sahara Cake dan Bakery?
 - e. Produk apa yang terlaris di Sahara Cake dan Bakery?
 - f. Apa saja produk-produk yang ada pada Sahara Cake dan Bakery?
 - g. Bagaimana strategi dalam menetapkan harga produk Sahara Cake dan Bakery?
 - h. Bagaimana cara mendistribusikan produk Sahara Cake dan Bakery?
 - i. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Sahara Cake dan Bakery untuk memperkenalkan produknya?
 - j. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang digunakan Sahara Cake dan Bakery dalam meningkatkan pendapatan karyawan?
 - k. Berapa jumlah karyawan yang anda miliki?
2. Wawancara Kepada Karyawan Sahara Cake dan Bakery
 - a. Sudah berapa lama anda bekerja di Sahara Cake dan Bakery?
 - b. Apakah dengan adanya usaha ini dapat membantu perekonomian?

- c. Apakah ada pelatihan atau reward yang diberikan Sahara Cake dan Bakery?
3. Wawancara kepada Konsumen Sahara Cake dan Bakery
 - a. Kenapa anda memilih Sahara Cake dan Bakery dibandingkan dengan toko kue lainnya?
 - b. Produk apa yang anda sukai di Sahara Cake dan Bakery?
 - c. Bagaimana menurut anda, tentang harga jual produk yang ada di Sahara Cake dan Bakery?
 - d. Bagaimana kualitas rasa produk kue di Sahara Cake dan Bakery?
 - e. Bagaimana pelayanan yang diberikan Sahara Cake dan Bakery?

B. Dokumentasi

1. Data yang berkaitan dengan profil Sahara Cake dan Bakery
2. Dokumentasi saat proses wawancara dengan responden

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Metro, Maret 2021

Peneliti



Laila Wulandari
NPM.1702040044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-849/ln.28/S/U.1/OT.01/08/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

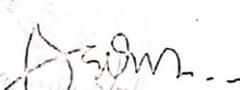
Nama : Laila Wulandari
NPM : 1702040044
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1702040044

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 23 Agustus 2021
Kepala Perpustakaan


Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



Wawancara kepada pemilik Sahara Cake dan Bakery





Wawancara kepada karyawan Sahara Cake dan Bakery





Wawancara kepada konsumen Sahara Cake dan Bakery



Produk-Produk Sahara Cake dan Bakery

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Laila Wulandari, lahir pada tanggal 08 Juni 1998 di Desa Trisnomulyo Kecamatan Batanghari Nuban Lampung Timur. Anak pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Tugiyo dan Ibu (Alm) Susiani.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di TK ‘Aisyiyah Bustanul Athfal pada Tahun 2004. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan pendidikan di SD Negeri 2 Cempaka Nuban dan tamat pada Tahun 2011, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Batanghari Nuban dan selesai pada Tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang SLTA, yaitu di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Metro lulus pada Tahun 2017 dengan mengambil jurusan IPA. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dimulai pada semester 1 tahun ajaran 2017/2018 dengan mengambil Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Pada akhir studi peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul, **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SAHARA CAKE DAN BAKERY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN”**.

Demikian riwayat hidup peneliti secara singkat yang dapat dituangkan dalam penelitian skripsi ini.