

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS JASA ETALASE DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM PADA TOKO SEMOGA JAYA GROUP DI KECAMATAN IV NAGARI
KABUPATEN SIJUNJUNG**

Yelvi Andriani ^{*1}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi, Indonesia
yelviandriani6199@gmail.com

Novera Martilova

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi, Indonesia
martilovanovera@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to find out and analyze how the SWOT analysis of the storefront service business in the Harapan Jaya Group in IV Nagari District, Sijunjung Regency and to find out and analyze the business development strategy analysis for storefront services in a sharia perspective in the hopefully jaya group store in IV Nagari District, District Sijjung. Based on the results of research conducted using SWOT analysis, the strategy used is the S-O (Strengths-Opportunities) strategy with a score of 4.35, using opportunities to minimize existing opportunities, namely: maintaining product quality and adjusting product quality to market demands so that customers have more confidence and loyal to the products provided by the May Jaya Group store, and always prioritizes the wishes of customers so that customers are satisfied with what the May Jaya Group store provides. The business development strategies implemented by the Selamat Jaya Group store are: innovating, choosing the right location, improving product quality, and prioritizing customer service. Of these strategies, there is a strategy that has the most influence on the May Jaya Group Store, namely the strategy to improve product quality. From the business development strategy carried out by the Harapan Jaya Group, there are obstacles in running its business, namely: Promoting a product and a lack of human resources.

Keywords: Strategy, Business Development, SWOT Analysis.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari dan menganalisis bagaimana Semoga Jaya Group di Kecamatan IV Nagari, Kabupaten Sijunjung, melakukan analisis SWOT layanannya di industri etalase, serta bagaimana rencana grup untuk mengembangkan bisnisnya dari prinsip syariah. perspektif. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan metode analisis SWOT, strategi

¹ Coresponding author.

yang paling efektif adalah strategi S-O (Strengths-Opportunities) dengan skor 4,35 memanfaatkan peluang semaksimal mungkin untuk meminimalisir ancaman, seperti terus mempertahankan keragaman produk dan menyesuaikan produk. kualitas untuk tuntutan pasar untuk memastikan loyalitas pelanggan yang terus meningkat. Strategi pertumbuhan bisnis Toko Semoga Jaya Grup adalah sebagai berikut : melakukan inovasi, memilih lokasi yang tepat, meningkatkan kualitas produk, dan mengutamakan pelayanan konsumen. Dari strategi-strategi tersebut terdapat strategi yang paling berpengaruh terhadap Toko Semoga Jaya Grup yaitu strategi meningkatkan kualitas produk. Dari strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Toko Semoga Jaya Grup terdapat kendala dalam menjalankan usahanya yaitu: Mempromosikan suatu produk dan kurangnya sumber daya manusia.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Bisnis, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu dan kebutuhan bisnis berkembang, dunia perdagangan mengadopsi strategi baru dan menggunakannya di pasar yang kompetitif. Tujuan penerapan konsep strategis dalam dunia bisnis adalah untuk mengamankan posisi perusahaan dan memperluas dominasi pasarnya. Tujuan dari penerapan strategi dalam dunia bisnis adalah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan mempertahankan keunggulan kompetitif dari waktu ke waktu. Tujuan penerapan manajemen strategis perusahaan adalah untuk menentukan alokasi optimal dari semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan finansial dan nonfinansial sesuai dengan proyeksi.

Sejarah perkembangan bisnis Indonesia diwarnai dengan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Situasi ini telah menyebabkan persaingan yang ketat di antara bisnis, baik sebagai akibat dari meningkatnya jumlah bisnis di pasar, meningkatnya populasi, atau kemajuan teknologi yang pesat. Cara perusahaan memasarkan produknya untuk memastikan mereka tetap kompetitif di pasar merupakan indikator yang baik tentang seberapa baik perusahaan beradaptasi dengan perubahan cepat yang dibawa oleh kemajuan teknologi dan pengetahuan ekonomi, baik di dalam maupun di luar batas negara. Kesuksesan perusahaan yang berkelanjutan bergantung pada kemampuannya untuk menargetkan pasar yang lebih besar secara strategis. Untuk mempertahankan perusahaan seperti itu, bisnis harus kompeten dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya.

Pada intinya, strategi pertumbuhan adalah rencana pemasaran yang komprehensif dan unik yang menjabarkan langkah-langkah yang akan diambil organisasi untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pengembangan berkelanjutan berdasarkan pandangan ke depan tentang apa yang akan dihadapi pesaing di masa depan sangat penting untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Namun, dari perspektif syariah, strategi pertumbuhan bisnis harus menekankan pada sikap dan perilaku berikut: memiliki hati yang baik (niat), pikiran yang baik (akhlak), iman kepada Allah (takdir dan ridha), rasa syukur (syukur), memperlakukan pekerjaan sebagai ibadah (ibadah), ketaatan hukum syariah (syariah), watak rendah hati (akhlak), menghindari kesombongan (sikap), dan kejujuran (selalu melakukan apa yang benar).

Setiap bisnis berusaha untuk mempertahankan keberadaannya dan berkembang, dan tujuan ini hanya dapat dicapai dengan mempertahankan dan memperluas margin keuntungan perusahaan (atau "laba"). Upaya ini dapat dilakukan hanya jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan melalui akuisisi sumber daya, alokasi sumber daya, dan penguasaan pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai jika bagian pemasaran memanfaatkan peluang yang diberikan oleh pemasaran sehingga posisi pasar perusahaan dapat dipertahankan atau diperkuat sekaligus berkembang.

Berdasarkan percakapan kami dengan pemilik Toko Semoga Jaya Grup, kami mengetahui bahwa toko tersebut kurang promosi dan terutama melayani pelanggan lama yang telah mempercayai kualitas layanan yang selalu mereka terima dari perusahaan. Kami juga tahu bahwa ini tidak cukup untuk meningkatkan penjualan dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan layanan perusahaan. Produk di toko Semoga Jaya Grup masih terlihat standar dibandingkan dengan kedai kopi lain yang menawarkan lebih banyak variasi dan inovasi yang lebih baik, yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan di era modern. Karena kurangnya pasokan bahan baku yang bervariasi, gerai ritel Semoga Jaya Grup hanya dapat menawarkan satu model dari setiap bahan baku yang digunakan dalam produk mereka.

Tabel 1.2
Pendapatan Toko Semoga Jaya Grup Tahun 2020– 2022

Tahun	Pendapatan Semoga Jaya Grup	Persentase
2020	Rp. 197.200.000	-
2021	Rp. 213.100.000	8,06%
2022	Rp. 229.300.000	7,60%

Sumber Data: data primer dari pemilik Toko Semoga Jaya Grup

Bagi hasil mengalami penurunan dari tahun 2020 ke tahun 2022, seperti terlihat pada tabel 1.2. Toko Semoga Jaya Grup memperkirakan pendapatan sebesar Rp197.200.000 pada tahun 2020, penurunan pendapatan sebesar 8,06% pada tahun 2021, dan penurunan pendapatan lebih lanjut sebesar 7,60% pada tahun 2022.

Penulis mendasarkan pemahamannya tentang strategi pertumbuhan perusahaan Semoga Jaya Grup pada materi latar belakang tersebut. Atas dasar hal tersebut di atas,

maka penulis melakukan penelitian tambahan terhadap usaha perdagangan dan diberi judul ". " **“Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Etalase Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Toko Semoga Jaya Grup Kecamatan IV Nagari Kabupaten Sijunjung”**.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan langsung dengan pemilik toko Semoga Jaya Grup melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen terhadap usaha etalase mereka di Kecamatan IV Nagari, Kabupaten Sijunjung, Indonesia.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko Semoga Jaya Grup di JL. Lintas Sumatera di desa Nagari di kabupaten Sijunjung. Dan waktu penelitian akan dimulai dari bulan September 2022 sampai Juni 2023.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer berupa wawancara dengan para pemilik toko Semoga Jaya Grup yang diharapkan dapat memberikan gambaran penerapan strategi perluasan usaha perusahaan dalam penyediaan layanan etalase.

Informan Penelitian

Sumber manusia (narasumber) memainkan peran penting dalam penelitian kualitatif karena mereka berada dalam posisi untuk mengetahui jawaban atas pertanyaan penelitian. Informan adalah orang atau kelompok yang memiliki pengetahuan langsung dan keterlibatan dalam pokok permasalahan investigasi. Pemilik Toko Semoga Jaya Grup, pak Ikhwanul Rizki, memberikan informasi untuk penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman teoretis seseorang terhadap suatu objek dari keadaan aktual objek yang diteliti.

Metode Analisis Data

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis dari sejumlah faktor yang dapat digunakan untuk menginformasikan strategi bisnis. Analisis SWOT ini didasarkan pada penalaran yang masing-masing dapat memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kerugian, atau kekuatan dan peluang dan kelemahan.

Matriks analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengembangkan strategi perusahaan. Model ini dapat dengan jelas menggambarkan bagaimana kekuatan dan

kelemahan organisasi terkait dengan peluang dan ancaman yang dihadapinya di lingkungan eksternal.

Empat jenis strategi pengembangan bisnis yang membentuk matriks SWOT adalah sebagai berikut:

- Strategi SO (strengths-opportunities) memaksimalkan kekuatan internal organisasi untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- Dengan memaksimalkan kemungkinan yang diperoleh dari lingkungan eksternal perusahaan, strategi WO (weakness-opportunity) dapat membantu memperbaiki kelemahan lingkungan internal.
- Strategi ST (strengths-threats) memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mengurangi dampak potensi bahaya di lingkungan eksternal perusahaan.
- Strategi WT (kelemahan-bahaya) adalah metode defensif untuk meminimalkan efek dari kelemahan lingkungan internal dan menangkal ancaman eksternal.

Tabel bobot skor

Setelah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, alat seperti IFAS dan EFAS dan matriks analisis SWOT akan membantu membidik tindakan yang paling efektif. Untuk memahami hal tersebut, diperlukan analisis strategis dengan menggunakan bobot skor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT Bisnis Jasa Etalase Toko Semoga Jaya Grup di Kecamatan IV Nagari Kabupaten Sijunjung

Analisis SWOT

Salah satu strategi yang berguna untuk memperluas bisnis adalah penggunaan analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (SWOT). Pendekatan ini berusaha menggambarkan kekuatan dan kelemahan suatu usaha dari dalam, serta peluang dan ancaman eksternal yang ada. Perspektif ini menunjukkan bahwa aktivitas sentral perusahaan dapat diisolasi melalui analisis yang dipertimbangkan dengan hati-hati dari setiap faktor eksternal yang relevan. Kemudian, informasi diberikan tentang strategi untuk memutuskan bagaimana mendekati masalah ini.

1. Analisis lingkungan internal

a. Kekuatan (*Strength*)

- Memiliki mutu produk yang berkualitas.
- Ketepatan waktu pengiriman sesuai permintaan konsumen.
- Lokasi yang strategis.
- Konsisten menjaga produk dan pengerjaan pemesanan.

- Peralatan produk memadai.
 - b. Kelemahan (*Weaknesses*)
 - Desain produk yang terbatas dan pilihan konsumen yang sedikit.
 - Belum mempromosikan menggunakan media sosial.
 - Kurangnya ketenagakerjaan.
2. Analisis lingkungan eksternal
- a. Peluang (*Opportunities*)
 - Memiliki bahan baku yang berkualitas, kuat dan aman membuat pelanggan puas.
 - Harga bahan baku bisa berkurang karena sudah berlangganan.
 - Perkembangan teknologi yaitu mempromosikan menggunakan media sosial dan lokasi di tepi jalan.
 - Usaha sejenis tidak terfokus untuk meluaskan usahanya ke jejaring media sosial.
 - b. Ancaman (*Threats*)
 - Tingkat persaingan tinggi.
 - Kesulitan mendapatkan bahan baku.
 - Model produk yang ditiru pesaing.
 - Kondisi ekonomi yang tidak stabil.
3. Matriks IFAS dan EFAS
- a. Matriks IFAS

Tabel 4.3
Hasil Matriks IFAS Toko Semoga Jaya Grup

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)				
1.	Memiliki mutu produk yang berkualitas	0.15	4	0.6
2.	Ketetapan waktu pengiriman sesuai permintaan konsumen	0.1	3	0.3
3.	Lokasi yang strategis	0.15	3	0.45
4.	Konsisten menjaga produk dan pengerjaan pemesanan	0.15	4	0.6
5.	Peralatan produk memadai	0.15	4	0.6
Jumlah		0.7		2.55
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
1.	Desain produk yang terbatas dan pilihan konsumen yang sedikit	0.1	2	0.2
2.	Belum mempromosikan menggunakan media social	0.1	1	0.1
3.	Kurangnya ketenagakerjaan	0.1	2	0.2
Jumlah		0.3		0.5

Total	1.00		3.05
--------------	-------------	--	-------------

Sumber: Penelitian lapangan (data diolah)

Kenaikan Bobot berkisar dari 0,01 (sangat rendah) hingga 0,05 (cukup rendah), 0,10 (cukup tinggi), dan 0,15 (sangat tinggi). Jumlah total bobot, baik di dalam maupun di luar gedung, harus sama dengan 1,00, atau 100%. Bobot berikut diberikan untuk menentukan tingkatan: 4 (sangat penting), 3 (penting), 2 (agak penting), dan 1 (sama sekali tidak penting). Nilai total ini adalah hasil dari operasi AND boolean, dengan bobot yang diberikan pada masing-masing empat faktor (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Menurut hasil analisis matriks IFAS yang ditunjukkan pada tabel 4.2 di atas, nilai keseluruhan dari internal ini posisinya adalah 3,05. Nilai tersebut terdiri dari kekuatan individu sebesar 2,55 dan kelemahan sebesar 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Semoga Jaya Grup mampu mengerahkan sumber dayanya secara efektif untuk mengatasi masalah yang ada.

b. Matriks EFAS

Tabel 4.4
Hasil Matriks EFAS Toko Semoga Jaya Grup

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)				
1.	Memiliki bahan baku yang berkualitas, kuat dan aman membuat pelanggan puas	0.15	4	0.6
2.	Harga bahan baku bisa berkurang karena sudah berlangganan	0.15	3	0.45
3.	Perkembangan teknologi yaitu mempromosikan menggunakan media sosial dan lokasi di tepi jalan	0.15	3	0.45
4.	Usaha sejenis tidak terfokus untuk meluaskan usahanya ke jejaring media sosial.	0.1	3	0.3
Jumlah		0.55		1.8
Ancaman (Threats)				
1.	Tingkat persaingan tinggi	0.1	1	0.1
2.	Kesulitan mendapatkan bahan baku	0.1	2	0.2
3.	Model produk yang ditiru pesaing	0.15	1	0.15
4.	Kondisi ekonomi yang tidak stabil	0.1	2	0.2
Jumlah		0.45		0.65
Total		1.00		2.45

Matriks Dampak Faktor Eksternal (EFAS) digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sejauh mana faktor eksternal tertentu berpengaruh pada bisnis.

Berdasarkan hasil tabel 4.4 terlihat bahwa sisi peluang eksternal memiliki nilai 1,8, sedangkan sisi ancaman eksternal memiliki nilai 0,65, dengan total keseluruhan 2,45. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Semoga Jaya Grup mahir memanfaatkan peluang untuk memitigasi ancaman.

4. Matriks SWOT

Berdasarkan identifikasi banyak faktor internal dan eksternal, kita dapat merumuskan faktor-faktor strategis perusahaan dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks ini secara grafis menggambarkan bagaimana kekuatan dan kelemahan organisasi dapat diseimbangkan dengan peluang dan ancaman yang dihadapinya di lingkungan eksternal.

Strategi dalam bentuk tabel matriks SWOT, seperti yang tercantum di bawah ini, tersedia berdasarkan analisis SWOT tersebut:

Tabel 4.5
Matriks SWOT Bisnis Jasa Etalase Toko Semoga Jaya Grup

IFAS EFAS	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki mutu produk yang berkualitas. 2. Ketepatan waktu pengiriman sesuai permintaan konsumen 3. Lokasi yang strategis 4. Konsisten menjaga kualitas produk dan pengerjaan pemesanan 5. Peralatan produk memadai 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain produk yang terbatas dan pilihan konsumen yang sedikit. 2. Belum mempromosikan menggunakan media sosial. 3. Kurangnya ketenagakerjaan.
PELUANG (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki bahan bangunan yang berkualitas tinggi, tahan lama, dan aman membuat pelanggan senang. 2. karena bahan bakunya sudah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga integritas produk dan menyesuaikan kualitas produk dengan permintaan pasar untuk memastikan pelanggan Semoga Jaya Grup tetap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan media online dan sosial untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. 2. 2. Memperkenalkan beberapa varian

<p>lama digunakan, harganya bisa turun.</p> <p>3. kemajuan teknologi menekankan pada promosi penggunaan media sosial dan lokasi-lokasi utama.</p> <p>4. inisiatif serupa tidak memiliki fokus yang diperlukan untuk memperluas upaya mereka ke dalam ekosistem media sosial.</p>	<p>percaya diri dan berdedikasi pada penawaran merek.</p> <p>2. 2. Selalu memprioritaskan kebutuhan pelanggan untuk memastikan bahwa mereka puas dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh toko Semoga Jaya Group.</p>	<p>dan bentuk etalase baru untuk memenuhi preferensi dan permintaan konsumen.</p> <p>3. Meningkatkan ketersediaan sumber daya manusia dengan membentuk tenaga kerja yang sesuai dengan harapan perusahaan.</p>
<p>ANCAMAN (T)</p> <p>1. Tingkat persaingan tinggi.</p> <p>2. Kesulitan mendapatkan bahan baku.</p> <p>3. Model produk yang ditiru pesaing.</p> <p>4. Kondisi ekonomi yang tidak stabil.</p>	<p>STRATEGI S-T</p> <p>1. Untuk mengalahkan kompetitor yang membuat produk serupa, beberapa hal penting dilakukan: 1. mempertahankan kualitas produksi etalase yang tinggi, dan 2. memulai produksi variasi dan bentuk etalase baru.</p> <p>2. Meningkatkan layanan pelanggan dan pemasaran selama proses produksi akan menghasilkan barang dan layanan berkualitas tinggi bagi pengguna akhir.</p>	<p>STRATEGI W-T</p> <p>1. Mulai aktivitas pemasaran dan menarik pelanggan untuk memenangkan persaingan.</p> <p>2. 2. praktek efisiensi bisnis. Untuk memastikan saluran penjualan ritel, saya berharap Grup Jaya segera menemukan stabilitas.</p>

Sumber: Penelitian diolah tahun 2023

Dari tabel matriks SWOT diatas dapat dirumuskan beberapa alternative strategi yang dapat di pilih dan diterima oleh perusahaan sebagai berikut:

1. **Strategi SO (Strengths-Opportunities)** memaksimalkan sumber daya internal organisasi untuk memanfaatkan peluang di lingkungan eksternal. Beberapa strategi SO telah muncul, antara lain sebagai berikut:

Menjaga konsistensi produk dan menyesuaikan kualitas produk dengan tuntutan pasar untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap barang dan jasa yang diberikan retailer.

Arti sebenarnya dari kekuatan yang dimiliki broker Pelanggan dapat mempercayai dan setia pada produk yang dijual di Semoga Jaya Grup karena standar kualitas perusahaan yang tinggi dan keamanan yang digunakan untuk memproduksi dan mengemasnya sebelum dikirim ke pelanggan.

SO2 Selalu memprioritaskan kebutuhan pelanggan untuk memastikan kepuasan terhadap produk dan layanan kami.

Arti sebenarnya dari kekuatan broker Semoga Jaya Group dapat memodifikasi produknya sehingga sesuai dengan keinginan pelanggannya. Pelanggan toko Semoga Jaya Grup harus puas dengan layanan yang diberikan oleh toko tersebut.

2. **Strategi WO (Weakness-Opportunities)** Artinya, memperbaiki kekurangan di lingkungan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang dihadirkan oleh dunia luar secara maksimal. Beberapa strategi WO telah muncul, antara lain sebagai berikut:

WO1 Memanfaatkan media online dan sosial untuk memperluas jangkauan perusahaan Anda dan meningkatkan keuntungan Anda.

Peluang apa yang sebenarnya dimiliki toko tersebut? Kami berharap Jaya Group adalah kemajuan teknologi, khususnya di ranah media online, yang akan berguna dalam memasarkan perusahaan kami dan mengatasi setiap masalah yang dihadapi oleh mitra ritel kami. Semoga Jaya Group puas dengan upaya promosi minimal dalam menyediakan pelanggan dengan berbagai jenis produk yang memuaskan kebutuhan mereka.

WO2 Meningkatkan ketersediaan varietas dan bentuk etalase baru untuk memenuhi preferensi dan permintaan konsumen.

Masalah utama yang dimiliki toko Semoga Jaya Grup adalah bahwa mereka tidak menawarkan variasi dan bentuk etalase baru yang cukup untuk memenuhi preferensi pelanggan, sehingga sulit bagi pelanggan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

WO3 Meningkatkan sumber daya manusia dengan membentuk tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

3. **Strategi ST (Strengths-Threats)** yaitu, memanfaatkan sumber daya organisasi untuk mengurangi efek negatif dari lingkungan eksternalnya.

ST1 Menjaga kualitas produk dan menginisiasi varian dan bentuk etalase baru untuk mengungguli produk pesaing sejenis.

Peluang apa yang sebenarnya dimiliki toko tersebut? Hope Jaya Group memiliki produk berkualitas tinggi dan tahan lama dalam desain yang inovatif. Kepemilikan jebakan oleh vendor Dengan sedikit keberuntungan, pesaing akan meniru desain produk Grup Jaya, membuat perusahaan yang lebih dulu dengan desain produknya sendiri dan bentuk yang unik kompetitif.

ST2 Meningkatkan layanan pelanggan dan pemasaran selama proses produksi untuk menyediakan barang dan layanan berkualitas tinggi kepada pengguna akhir.

Peluang apa yang sebenarnya dimiliki toko tersebut. Semoga Jaya Grup adalah tingkat layanan yang diberikan oleh mitra ritel kami. Tidak ada keluhan tentang produk yang diberikan, jadi saya harap Jaya Group baik-baik saja. Kepemilikan jebakan oleh vendor Wishing Jaya Group memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi.

4. **Strategi WT (Weakness-Threats)** Strategi ini dimaksudkan untuk mengurangi dampak kelemahan lingkungan internal dan ancaman eksternal.

WT1 telah memulai kegiatan promosi sebagai upaya untuk menarik pelanggan karena bersaing di pasar. Seperti apa permasalahan sebenarnya toko Kami berharap Jaya Group sejauh mana upaya promosi perusahaan. Kepemilikan jebakan oleh vendor Saya berharap masih banyak lagi perusahaan seperti Jaya Group di luar sana yang mempromosikan produk serupa.

WT 2 : Meningkatkan Efisiensi Bisnis. Seperti apa masalah sebenarnya dari toko Semoga Jaya Group dapat memangkas biaya tanpa mengorbankan kualitas produk dengan mempelajari bagaimana produksi dan bahan baku harus seimbang. Kepemilikan jebakan oleh vendor Semoga Jaya Group karena perekonomian saat ini sedang tidak stabil.

Tabel bobot Toko Semoga Jaya Grup

Setelah menyelesaikan langkah-langkah sebelumnya—yaitu identifikasi faktor internal dan eksternal, pembuatan model IFAS dan EFAS, serta pengembangan model SWOT—strategi pertumbuhan Toko Semoga Jaya Grup dapat ditentukan dengan menghitung skor total ditugaskan untuk setiap strategi.

Dimana perusahaan akan menggunakan strategi skor tertinggi dalam mempengaruhi penelitian dan keputusan yang akan mempengaruhi kinerja Toko Semoga Jaya Grup? Jawabannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.:

Tabel 4.6
Tabel Bobot Skor Toko Semoga Jaya Grup

Internal Eksternal	Strenght (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)	Strategi S-O Total Skor $2.55 + 1.8 = 4.35$	Strategi W-O Total Skor $0.5 + 1.8 = 2.3$
Threat (Ancaman)	Strategi S-T Total Skor $2.55 + 0.65 = 3.2$	Strategi W-T Total Skor $0.5 + 0.65 = 1.15$

Sumber data: Data diolah 2023

Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Etalase Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Toko Semoga Jaya Grup di Kecamatan IV Nagari Kabupaten Sijunjung

Mencoba berinovasi

Kemampuan Grup Toko Semoga Jaya untuk mempertahankan pelanggan bergantung pada kemauannya untuk menerapkan strategi bisnis yang inovatif. Bapak Ikhwanul Rizki, CEO perusahaannya, memperhatikan tren konsumen dan mencoba berinovasi dengan produknya. Agar pelanggan tetap berinvestasi dalam bisnis mereka yang terus berkembang, Grup Toko Semoga Jaya terus berinovasi dengan tetap menjaga kualitas produk yang tinggi. Lemari pajangan, lemari pakaian, rak piring, akuarium, dan tempat TV adalah produk inovatif yang dimiliki oleh Toko Semoga Jaya Group saat ini.

Memilih lokasi yang tepat

Salah satu faktor terpenting dalam mengembangkan bisnis adalah menemukan lokasi yang cocok. Toko Semoga Jaya Group memilih lokasi yang nyaman bagi pelanggannya dan dekat dengan jalan raya utama. Etalase Toko Semoga Jaya Group berlokasi di JL. Lintas Sumatera, Nagari Kecamatan 4 Kabupaten Sijunjung. Grup Toko Semoga Jaya memilih lokasi yang nyaman, sehingga pelanggan mereka dapat menemukan bisnis mereka dengan cepat dan mudah, meningkatkan kemungkinan mereka akan menarik pelanggan baru.

Meningkatkan Kualitas Produk

Toko Semoga Jaya Group telah meningkatkan kualitas produknya. Output produksi dapat ditingkatkan dengan memperhatikan bahan baku yang digunakan dan proses manufaktur yang digunakan. Sebanding dengan kualitas bahan baku yang digunakan, produk jadi akan memiliki standar yang lebih tinggi. Untuk memastikan kualitas produk

akhirnya, Grup Toko Semoga Jaya hanya menggunakan bahan baku berkualitas tinggi. Bahan baku utama yang digunakan dalam produksi setiap produk adalah kaca dan aluminium. Bahan yang digunakan dalam produksi termasuk kayu keras dan aluminium berkualitas tinggi dalam berbagai warna.

Mengutamakan layanan pelanggan

Strategi ini digunakan oleh Grup Toko Semoga Jaya karena memberikan layanan pelanggan yang sangat baik adalah cara terbaik untuk membuat pelanggan senang, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Anda dapat membantu Grup Toko Semoga Jaya sukses dengan memberikan layanan pelanggan yang sangat baik. Karena pelanggan menilai suatu bisnis tidak hanya dari kualitas produknya tetapi juga dari cara perusahaan memperlakukan pelanggannya, baik dan buruk. Demi efisiensi dan pertumbuhan bisnis, Toko Semoga Jaya Group terus berupaya untuk meningkatkan layanan pelanggan. Perusahaan melakukan ini melalui empat metode utama: meningkatkan kualitas produk, meningkatkan layanan pelanggan, memilih lokasi strategis, dan memperkenalkan inovasi baru. Strategi yang paling berpengaruh pada Toko Semoga Jaya Grup adalah strategi selalu berinovasi. Produk yang terus berkembang cenderung lebih terkenal dan dihargai oleh pembeli. Contoh inovasi produk melalui pengenalan varian baru antara lain pembuatan sofa reversibel dan sandal hak tinggi.

Kendala yang dihadapi oleh Toko Semoga Jaya Group

Saat mengiklankan produknya

Ada kekurangan dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Grup Toko Semoga Jaya dalam upaya untuk menarik minat pelanggan terhadap barang dagangan mereka. Ketika seorang pemilik bisnis mencoba untuk mempromosikan perusahaan mereka dengan melakukan percakapan biasa dengan pelanggan potensial, percakapan tersebut sering kali berakhir sulit karena pelanggan potensial tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang poin-poin produk yang lebih baik untuk membuat keputusan pembelian yang terinformasi. Oleh karena itu Toko Semoga Jaya Group membutuhkan media promosi untuk membantu mempromosikan produk dan menyebarkan informasi, sehingga konsumen dapat memperoleh informasi yang lebih sesuai dengan kebutuhannya. Sebagai solusinya, platform seperti Facebook, Instagram, dan lainnya harus dikembangkan untuk membantu Toko Semoga Jaya Group dalam mempromosikan desain produk. Grup Toko Semoga Jaya baru memulai, jadi sebaiknya mereka berkonsentrasi pada pemasaran di satu toko. Kemudian, terapkan optimalisasi berkelanjutan untuk memastikan penjualan di outlet tersebut mendapatkan hasil yang diinginkan. Setelah berfokus pada satu pasar, Grup Toko Semoga Jaya dapat mengoptimalkan pasar di tempat lain, sehingga penjualan barang dagangan Grup Toko Semoga Jaya meningkat.

Sifat sumber daya manusia yang terbatas

Sumber daya manusia, atau SDM, adalah komponen penting dari setiap bisnis yang sukses. SDM juga merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan perusahaan di masa depan. Sederhananya, SDM adalah orang yang bekerja untuk perusahaan sebagai pemimpin, pemikir, dan perencana untuk membantu perusahaan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Grup Toko Semoga Jaya kesulitan memproduksi produk untuk dijual tanpa karyawan. Ketika Toko Semoga Jaya Grup mendapat banyak pesanan, pemilik usaha kesulitan memenuhi semuanya. Pemilik Toko Semoga Jaya Grup perlu mempekerjakan staf untuk memfasilitasi pesanan pelanggan sebagai sarana penyelesaian masalah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan analisis strategi pengembangan usaha penyediaan etalase perspektif syariah di Toko Semoga Jaya Group Kecamatan IV Nagari kota Sijunjung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa faktor kekuatan dan peluang (S-O) memiliki skor tertinggi yaitu 4,35 jika dibandingkan dengan strategi lainnya. Strategi SO (Strengths-Opportunities) bertujuan untuk memaksimalkan keunggulan yang ditawarkan oleh lingkungan internal perusahaan agar dapat memanfaatkan peluang yang dihadirkan oleh lingkungan eksternal perusahaan secara maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Toko Semoga Jaya Group terus menerus menjaga konsistensi produk dan menyesuaikan kualitas produk yang mencerminkan permintaan pasar, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang mereka terima dan memastikan pelanggan tersebut puas dengan pelayanan yang mereka terima dari Toko Semoga Jaya Group.

Strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Toko Semoga Jaya Group ada 4 strategi yaitu: melakukan inovasi, memilih lokasi yang tepat, meningkatkan kualitas produk dan mengutamakan pelayanan konsumen. Dari strategi-strategi tersebut terdapat strategi yang paling berpengaruh terhadap Toko Semoga Jaya Grup yaitu strategi meningkatkan kualitas produk. Karena dengan meningkatkan kualitas produk maka konsumen puas dan semakin loyal terhadap hasil produk yang dipasarkan oleh Toko Semoga Jaya Grup. Dari strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Toko Semoga Jaya Grup terdapat kendala dalam menjalankan usahanya yaitu: mempromosikan suatu produk dan kurangnya sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Assaury, S. 2002. *Marketing Management Concepts, Fundamentals And Strategies*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, Miftakhurrizal, N. H. 2017. *Analysis of Business Development Strategy for Drinking Soursop Juice*. *Journal of Agro-industry Technology and Management* Vol 6, No. 2, 97-102.
- Nilasari, Senja. 2014. *Strategy Management*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Reza F, B. S. 2020. *Swot Analysis Marketing Strategy in the Mini Market at Mutiara Mart Rowotengah Jember*. *Journal International Journal Of Social Science And Business* Vol. 4, No. 2, 301-307.
- Rizki, Ikhwanul. Pemilik Toko Semoga Jaya Group. Wawancara, Sijunjung 1 Oktober 2022.
- Santoso. 2016. *"Business Development Strategy at PT Timur Jaya Panel"*. *Agora Journal* Vol. 4, No. 1.
- Siagian, Sondang P. 2012. *Strategic Management*. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Tandoko, C, *Business Development Strategy at PT. Indoagung Grand Prix*, *Agora Journal* Vol. 3, No. 2 (2015), 631.
- Wennadi, Udaya And Lemdana. 2013. *Strategic Management*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yam, Hoy. 2020. *Strategic Management*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- Yusniar, Sari, and Mefrina. 2014. *Business Principles*. Bogor: CV Rizeva Utama.