

ANALISIS MANAJEMEN BISNIS SYARIAH STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SOTO MIE BOGOR KANG JAMAL

Jamaludin R¹, Rully Trihantana², Ermi Suryani³

^{1, 2, 3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

¹rjsoke88@gmail.com, ²rully.trihantana@febi-inais.ac.id,

³ermisuryani@febi-inais.ac.id

ABSTRACT

A business development strategy is a method or effort taken by a company to develop the business it runs. In this case, there are several reasons that support the development of a business, including the potential for the creation and expansion of the workforce for the unemployed, to increase the income of the surrounding community, and to grow the skills possessed by the community. With the Soto Mie Bogor Kang Jamal business that implements business development strategies effectively and efficiently, it can make Soto Mie Bogor Kang Jamal's business able to empower independent communities by producing quality products that do not violate Islamic principles. Qualitative method using Spradley model research. Data analysis. The results show that the business development strategy implemented by Soto Mie Bogor Kang Jamal is a joint combination strategy, namely vertical integration strategy (forward integration strategy, backward integration strategy, and horizontal integration strategy), intensive strategy (market penetration strategy and product development strategy), and the diversification strategy applies a related/concentric diversification strategy. If analyzed with Islamic economics, the strategies applied by Soto Mie Bogor Kang Jamal in general are in accordance with the existing theory. In this case, Soto Mie Bogor Kang Jamal only focuses on general strategies, but Soto Mie Bogor Kang Jamal also does not forget things that are regulated by Islam.

Keywords: Sharia Management, Business Development, Soto Mie Bogor Kang Jamal

ABSTRAK

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu cara atau upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Dalam hal ini, terdapat beberapa alasan yang mendukung pengembangan suatu usaha, diantaranya yaitu potensi terhadap penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran, untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, dan untuk menumbuhkan skill yang dimiliki oleh masyarakat. Dengan adanya usaha Soto Mie Bogor Kang Jamal yang menerapkan strategi pengembangan bisnis secara efektif dan efisien, maka dapat menjadikan usaha Soto Mie Bogor Kang Jamal mampu memberdayakan masyarakat yang mandiri dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan tidak melanggar prinsip-prinsip Islam. Metode kualitatif memakai penelitaian model spradley Analisis datanya. Dalam hasil penelitian

bahwa strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal yaitu strategi kombinasi bersama, yakni strategi integrasi vertikal (strategi integrasi ke depan, strategi integrasi ke belakang, dan strategi integrasi horizontal), strategi intensif (strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk), dan strategi diversifikasi menerapkan strategi diversifikasi terkait/ konsentrik. Jika dianalisis dengan ekonomi Islam, strategi-strategi yang diterapkan Soto Mie Bogor Kang Jamal secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Dalam hal ini Soto Mie Bogor Kang Jamal hanya fokus pada strategi-strategi secara umum, namun Soto Mie Bogor Kang Jamal juga tidak melupakan hal-hal yang diatur oleh agama Islam.

Kata-kata Kunci : Manajemen Syariah, Pengembangan Bisnis, Soto Mie Bogor Kang Jamal.

I. PENDAHULUAN.

Islam sebagai agama yang mengatur berbagai perilaku kehidupan manusia. Tak hanya mengatur perihal ibadah saja, namun Islam juga mengatur urusan ekonomi dan sosial. Islam memperbolehkan berbagai usaha perdagangan dan perniagaan, serta jual beli yang didalamnya terdapat bisnis (Arifin, 2009: 81). Allah SWT berfirman di dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang artinya sebagai berikut:

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa jual beli ataupun bisnis dihalalkan oleh Allah SWT. Bentuk jual beli barang dagangan dan penajagaan maupun bidang produksi jual beli bidang jasa

(Muhammad dkk, 2002: 141). Sangat Baik Berbeda halnya dengan perihal riba, Allah sangat mengharamkan karena didalamnya tidak diridhoi Allah SWT halnya perbuatan dan yang sekilas bagi orang Dzolim dalam kesempatan pemanfaatan uang (Suwiknyo, 2010: 128).

Dalam menjalankan bisnis Islam memiliki suatu pedoman maupun aturan terhadap umatnya. Diantar pedoman tersebut adalah Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Sumber ajaran dan hukum Islam, akan implementasikan mengarahkan terwujudnya prinsip-prinsip dan nilai-nilai umum mengenai penerapan di dalam bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini (Muhammad, 2004: 7).

Pada ayat Al-Qur'an firman Allah SWT dalam Q.S Al-Jumu'ah: 10, sebagaimana berikut:

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

Artinya: *“Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”*

Ayat di atas, menjelaskan bahwa manusia diperintahkan untuk berusaha dan menjalankan bisnis agar mencapai tujuan dalam kehidupan. Tujuan Bisnis

tidak semata-mata mencari materi atau kekayaan saja. akan tetapi, menjalankan kebaikan dalam agama Allah SWT diantaranya menyediakan shodaqah, Infak, dan zakat. bisa menjaga keseimbangan antara materi dan kebutuhan rohani (Manullang, 2013:2). menyebutkan bahwa Bisnis merupakan segala aktivitas dari berbagai institusi yang diperlukan untuk kehidupan masyarakat sehari-hari dalam menghasilkan barang dan jasa. Bisnis yang diperbolehkan dalam Islam adalah bisnis yang menghasilkan pemasukan yang halal lagi berkah (Hasan,2009:196).

Semakin maju perkembangan zaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia juga berubah, terutama dalam kebutuhan primer. Kebutuhan primer salah satunya adalah makanan dan minuman. Kebutuhan primer karena jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat.makin sulit memahaminya kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap pangan semakin meningkat secara terus menerus. Hal tersebut terlihat pada hasil sensus penduduk pada tahun 2018 berjumlah 206.264.595 jiwa yang terus mengalami kenaikan mencapai 237.641.326 jiwa pada tahun 2018. Rata-rata peningkatan jumlah penduduk dari tahun 2018 (Badan Pusat Statistik). Meningkatnya kebutuhan pangan akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh masyarakat Indonesia salah satunya bisnis. Salah satunya bisni perkembangan usaha makanan dan minuman yang pesat dapat dilihat dari banyaknya pemanfaatan usaha dalam penyediaan makanan dan minuman siap saji seperti makanan Food. Salah satu jenis bisnis banyak makanan yang ada di masyarakat usaha kuliner yang banyak digemari oleh masyarakat adalah Soto Mie.

Soto mie merupakan kuliner yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Tidak hanya di Bogor saja, soto mie masa sejarah kini ada dimintai seluruh nusantara. Proses pembuatan soto mie yang tergolong praktis sehingga masyarakat menjadi menu Favorit masyarakat dimana makanan ini menjadi satu diantara banyak kuliner yang ada. Harganya yang berada terjangkau dikalangan masyarakat selain dari sifatnya yang praktis salah satu soto mie yang aktif melaraskan rasa khas bogor nusantara.

Soto Mie Bogor Kang Jamal adalah bisnis yang dijalankan mulai tahun 2017 bersama keluarga sudah 5 tahun. Dalam menjalan bisnis ini pada awalnya hanya berbekal keterampilan membuat soto dan menghitung harga pokok produksi dan soto mie terjual laris setiap harinya dengan cara apapun.

Kondisi peningkatan persaingan ini tentunya mendorong adanya persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga membuat suatu bisnis termasuk bisnis kuliner berada pada posisi yang mudah diserang. Siapapun yang mampu bersaing, dialah yang akan memenangkan persaingan itu. Namun kategori didalam bisnis Islam, selain bersaing dalam dunia bisnis secara umum, para pebisnis Muslim juga harus lebih cermat dalam mengkaji aspek-aspek syari'at dalam kegiatan bisnis mereka (Faizah,2015:2).

Pada praktek Soto Mie Bogor Kang Jamal peneliti menerapkan konsep Pengembangan menurut Bisnis Islam. Setelah usaha yang dirintis berjalan, lebih baik mulai berfikir tentang bagaimana mengembangkannya. Pengembangan suatu usaha tidak akan berjalan dengan sendirinya, melainkan dengan melakukan beberapa upaya dan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi diartikan juga sebagai

sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan, tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan (Solihin, 2012:64).

Pengembangan sebagai suatu proses perubahan kearah yang lebih baik perusahaan. Sedangkan arti dari bisnis yaitu suatu kegiatan usaha yang mengorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Rochman, 2011:3). Dari pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis merupakan suatu cara atau upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna mengembangkan bisnis yang dijalankannya.

Dalam hal ini, terdapat beberapa alasan yang mendukung pengembangan suatu usaha, diantaranya yaitu potensi terhadap penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran, untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, dan untuk menumbuhkan skill yang dimiliki oleh masyarakat. Dengan adanya usaha Soto Mie Bogor Kang Jamal yang menerapkan strategi pengembangan bisnis secara efektif dan efisien, maka dapat menjadikan usaha Soto Mie Bogor Kang Jamal mampu memberdayakan masyarakat yang mandiri dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan tidak melanggar prinsip-prinsip Islam. melalui upaya yang dilakukan secara terencana oleh sebuah Fungsi strategi dalam bisnis Soto Mie Bogor Kang Jamal mesti efektif dan efisien. Untuk itu penulis berusaha mengkaji konsep pengembangan bisnis syariah pada Soto Mie Bogor Kang Jamal

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu cara atau upaya yang

dilakukan oleh suatu perusahaan guna mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Dalam hal ini, terdapat beberapa alasan yang mendukung pengembangan suatu usaha, diantaranya yaitu potensi terhadap penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran, untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, dan untuk menumbuhkan skill yang dimiliki oleh masyarakat. Dengan adanya usaha Soto Mie Bogor Kang Jamal yang menerapkan strategi pengembangan bisnis secara efektif dan efisien, maka dapat menjadikan usaha Soto Mie Bogor Kang Jamal mampu memberdayakan masyarakat yang mandiri dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan tidak melanggar prinsip-prinsip Islam.

II. TINJAUAN PUSTAKA.

II.1 Strategi.

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratos* = *militer* dan *ag* = memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang (Sedarmayanti, 2014: 2). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus (Departemen Pendidikan Nasional, 2005: 1093). Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Didalam bukunya Freddy Rangkuti menjelaskan beberapa pengertian mengenai strategi menurut beberapa para ahli, dijelaskan sebagai berikut. Menurut Chandler (1962), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuafn perusahaan dalam kaitannya dengan

tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Sofjan, 2013: 8). Menurut Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965), strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.

Strategi bisnis adalah rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut (Hariadi, 2003:34). Menurut Mulyono (2012:24) strategi bisnsi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh suatu organisasi dalam rangka menjalankan misi bisnis guna mencapai visi bisnisnya. Selanjutnya Cravend dalam Tripomo (2005,37) mengatakan bahwa strategi bisnis merupakan sarana organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Jaewono (2012:3) mengatakan bahwa strategi bisnis adalah strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko, dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktik pengelolaan bisnis.

II.2. Bisnis dalam Islam.

Kata bisnis dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “business” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Sedangkan secara terminologis bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang mengorganisasi untuk menghasilkan

(laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Arifin, 2011:20).

Menurut Yusanto dan Widjajakusuma, bisnis Islami diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Disamping anjuran untuk mencari rizeki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalan, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaan (pengelolaan dan pembelanjaan) (Muhammad & Lukman, 2002:60). Sebagaimana dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Ahmad yang artinya “Kedua telapak kaki seorang anak Adam di hari kiamat masih belum beranjak sebelum ditanya kepadanya mengenai lima perkara: tentang umurnya, apa yang dilakukannya; tentang masa mudanya, apa yang dilakukannya; tentang hartanya, dari mana dia peroleh dan untuk apa dia belanjakan; tentang ilmunya, apa yang dia kerjakan dengan ilmunya (Kustoro, 2009: 2).

II.3. Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Meneladani Bisnis Nabi Muhammad Saw.

Strategi bisnis (business strategy) merupakan strategi yang dibuat pada level unit bisnis dan strateginya lebih ditekankan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan didalam suatu industri atau segmen pasar tertentu (Solihin 2012:196). Strategi bisnis adalah strategi yang menekankan pada peningkatan dari posisi kompetitif terhadap produk atau jasa perusahaan dalam industri yang spesifik atau segmen

pasar yang dilayani oleh unit bisnis tersebut (Wheelen dan Hunger, 2011:13).

Sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Banyak diantara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis (Sindoro, 2001:22).

Sebagaimana diketahui, pekerjaan Muhammad SAW sebelum menjadi Rasul adalah seorang enterpreneursip yang sukses. Adapun petunjuk Rasulullah SAW dalam hal etika bisnis meliputi perilaku bisnis yang diperbolehkan dan perilaku bisnis yang dilarang. Etika-etika bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW diantaranya adalah (Ali Hasan, 2009:269):

1. Jujur (Siddiq).
2. Tanggung Jawab (Amanah).
3. Fathanah (Cerdas).
4. Tabligh (Komunikatif).
5. Murah Hati.
6. Profesional.
7. Niat Suci dan Ibadah.

III. METODE PENELITIAN.

III.1. Jenis Penelitian.

Penelitian merupakan tata-cara bagaimana suatu penelitian dilaksanakan (Iqbal, 2002: 21). Peneliti yang dilakukan ini menggunakan deskriptif kualitatif sesuatu metode dalam penelitian status

sekelompok manusia, suatu objek, suatu aset kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun kelas peristiwa pada masa sekarang, tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Nazir, 1988: 63). Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif (*qualitative approach*), dengan informasi yang bersifat subyektif dan historis.

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami Kemudian penelitian deskriptif dalam bentuk studi kasus untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan komprehensif tentang Soto Mie Bogor Kang Jamal. deskriptif ini tidak memberikan melakukan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Teknik pengambilan data dengan menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan kepustakaan adalah percakapan dengan maksud tertentu (Sugiyono, 2010: 17 dan Lexy, 2014: 186).

Strategi yang digunakan adalah studi kasus dengan pertimbangan bahwa: (1) pertanyaan penelitian berkenaan dengan "bagaimana" dan "mengapa", (2) penelitian ini memberikan peluang yang sangat kecil bagi peneliti untuk mengontrol gejala atau peristiwa sosial yang diteliti, dan (3) menyangkut peristiwa atau gejala kontemporer dalam kehidupan yang riil (Yin dalam Widiyanto, 2009:12). Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus yang memungkinkan

terjadinya dialog peneliti dan tineliti, sehingga kebenaran yang lahir merupakan kesepahaman bersama melalui interaksi antara keduanya mengenai sebuah masalah. Strategi tersebut digunakan untuk meneliti dinamika pengembangan bisnis syariah Soto Mie Bogor Kang Jamal dan organisasinya untuk mengambil makna dan pemahaman dari proses transformasi nilai dan struktur, serta perkembangan pengorganisasian.

III.2. Waktu dan Tempat Penelitian.

Penelitian ini akan dilaksanakan di Soto Mie Bogor Kang Jamal yang memiliki beberapa cabang diantaranya wilayah Jabodetabek. Penelitian ini akan dilaksanakan bulan maret sampai bulan Agustus 2022.

III.3. Pengumpulan Data Penelitian.

Penulisan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

1. Data primer, adalah data atau informasi dalam pokok yang menjadi sumber dalam penelitian yang teknis dalam penelitian tersebut responden, sumber awal yang merupakan bukti atau saksi tunggal dari peristiwa yang sudah di alami merupakan bukti yang orisinil dari data yang diperlukan sesuai dengan jenis peneliti, sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data, merupakan sumber dari tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang atau lewat dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), Interview (wawancara), dokumentasi dan Kepustakaan (Nazir, 2014: 39).

2. Data sekunder, merupakan sumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. (Sugiyono, 2016: 225).

Pengumpulan data merupakan suatu cara untuk menerapkan metode pada masalah yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2010:193), teknik pengumpulan data merupakan metode yang paling mudah dan strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data. Pengumpulan data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap suatu gejala atau fenomena yang ada pada objek yang diteliti tahap pertama dan penting dalam sebuah penelitian, dimana observasi adalah kegiatan pengamatan yang dilakukan sebelum data yang lebih mendalam didapatkan. Dengan melakukan pengamatan diharapkan peneliti dapat melihat dan mengamati secara langsung pada keadaan yang sebenarnya sesuai obyek yang diteliti (Tika, 2005:44). Observasi dilakukan untuk mencari data awal tentang lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran umum di lokasi penelitian.
2. Studi Pustaka. Teknik dokumentasi dipergunakan untuk melengkapi sekaligus menambah keakuratan, kebenaran data atau informasi yang dikumpulkan dari bahan-bahan dokumentasi yang ada di lapangan serta dapat dijadikan bahan dalam pengecekan keabsahan data. Analisis

dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang berada ditempat penelitian atau ang berada diluar tempat penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen. Fungsinya sebagai pendukung dan pelengkap bagi data-data yang diperoleh melalui observasi.

III.4. Tahap-Tahap Penelitian.

Dalam melakukan penelitian ini peneliti memakai empat tahapan.

III.4.1. Tahapan Persiapan.

Dalam tahapan persiapan ini peneliti mulai mengumpulkan buku-buku atau teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian mengenai hukum perlindungan konsumen dan perlindungan konsumen pada makanan kemasan industri rumah tangga.

III.4.2. Tahapan Pelaksanaan.

Tahap ini dilaksanakan dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan fokus penelitian dari lokasi penelitian. Dalam proses pengumpulan data ini peneliti menggunakan metode observasi. Setelah mendapat izin dari Soto Mie Bogor Kang Jamal, peneliti kemudian mempersiapkan diri untuk memasuki lembaga tersebut demi terciptanya informasi sebanyak-banyaknya pengumpulan data. Peneliti terlebih dahulu menjalin keakraban dengan responden dalam berbagai aktifitas, agar peneliti diterima dengan baik dan lebih leluasa dalam memperoleh data yang diharapkan. Kemudian peneliti melakukan pengamatan lebih mendalam,

wawancara dan mengumpulkan data-data dari dokumentasi.

III.4.3. Tahapan Analisis Data.

Pada tahapan ini peneliti menyusun semua data yang telah terkumpul secara sistematis dan terinci sehingga data tersebut mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain secara jelas. Setelah peneliti mendapatkan data yang cukup dari lapangan, peneliti melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh dengan teknik analisis yang telah penulis uraikan diatas, kemudian menelaahnya, membagi dan menemukan makna dari apa yang telah diteliti.

III.4.4. Tahapan Pelaporan.

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari tahapan penelitian yang peneliti lakukan. Tahap ini dilakukan dengan membuat laporan tertulis dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, laporan ini akan ditulis dalam bentuk laporan secara sistematis.

III.5 Teknik Analisis Data.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, informan yang berwibawa dan objek penelitian, setelah itu penelitian dan memulai mengajukan pertanyaan deskriptif, dilanjutkan dengan analisis terhadap hasil dokumentasi dan pengamatan, berdasarkan hasil dari pengamatan selanjutnya penelitian melakukan analisis domain, pada langkah ketujuh peneliti sudah menentukan fokus, dan melakukan analisis taksonomi, berdasarkan hasil analisis taksonomi, selanjutnya penelitia mengajukan pertanyaan kontras, yang dilanjutkan dengan analisis komponensial hasil dari komponenial, selanjutnya penelitia menemukan tema-tema budaya. Berdasarkan temuan tersebut, selanjutnya

peneliti menulis laporan penelitian etnografim (Sugiyono, 2016: 253). tahapan tahapan penelitaian model spradley Analisis datanya yaitu (Sugiyono, 2016: 254):

1. Reduksi Data (*Data Reduction*).
Reduksi data merupakan data yang diperoleh dari lapangan jumlah cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dari rincian, seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti dilapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit dalam mereduksi data berikut merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, divari tema dan polanya (Sugiyono, 2016: 247).
2. Penyajian Data (*Data Display*).
Setelah data direduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data adalah dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, Diagram alir (*flowchart*) dan sejenisnya (Sugiyono, 2016: 249). Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisaikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami (Sugiyono, 2016: 249). Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori, serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk tersebut mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi (Sugiyono, 2016: 249).
3. *Verification* (*Conclusion Drawing*).
Tahap ini merupakan tahap penarikan simpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai

hasil dari penelitian. *Verification* (*Conclusion Drawing*) adalah masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka simpulan yang dikemukakan merupakan yang kredibel (Sugiyono, 2016: 252). Penarikan simpulan ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data.

III.6. Triangulasi.

Selain menggunakan reduksi data peneliti juga menggunakan teknik Triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi sumber adalah tehnik untuk menguji kredibilitas data, tehnik ini dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber. Triangulasi tehnik adalah tehnik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek pada sumber yang sama tetapi dengan tehnik yang berbeda. Triangulasi waktu adalah tehnik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data pada waktu yang berbeda (Moloeng, 2004: 330).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

IV.1. Deskripsi Soto Mie Bogor Kang Jamal.

Soto Mie Asli Bogor Kang Jamal, Berdiri tahun 2009 yang didirikan langsung oleh Kang Jamal, Outlet pertama

kami hadir di kota bogor pada tahun 2009 dan sampai saat ini cabang-cabang kami telah tersebar di beberapa lokasi di Indonesia. Soto Mie Asli Bogor Kang Jamal sudah berpengalaman dalam bidang soto mie Bogor dengan mempertahankan rasa soto mie dari leluhur dengan khas kenikmatan rasanya, bumbu-bumbu pilihan dan campuran rempah-rempah dan bahan-bahan berkualitas pilihan yang bermutu tinggi yang sudah terjamin higienis dan halal.

Makanan Soto Mie Asli Bogor Kang Jamal bisa diterima disemua kalangan, sebagai komitmen untuk memberikan yang terbaik kepada para pelanggannya, Soto Mie Asli Bogor Kang Jamal akan selalu meningkatkan kualitas dan kuantitas layanannya. Soto Mie Asli Bogor Kang Jamal bukan hanya melayani kemitraan usaha saja, kami melayani acara-acara lainnya seperti acara ulang tahun, pernikahan, arisan dan lain-lain. Alamatnya di Perum Arraya II Blok BC-12 Ds.Cibatok I Kec.Cibungbulang Kab.Bogor 16630 No Telp : 0251-8594658 Email : kangjamalsotomiebogor@gmail.com (<https://sotomiebogorkangjamal.com>).

IV.2 Strategi Soto Mie Bogor Kang Jamal.

Pengembangan Soto Mie Bogor Kang Jamal adalah perusahaan waralaba yang membantu perekonomian indonesia untuk mengurangi angka pengangguran di indonesia, dan membantu pelaku usaha/mitra untuk mengoptimalkan penghasilan tambahannya.

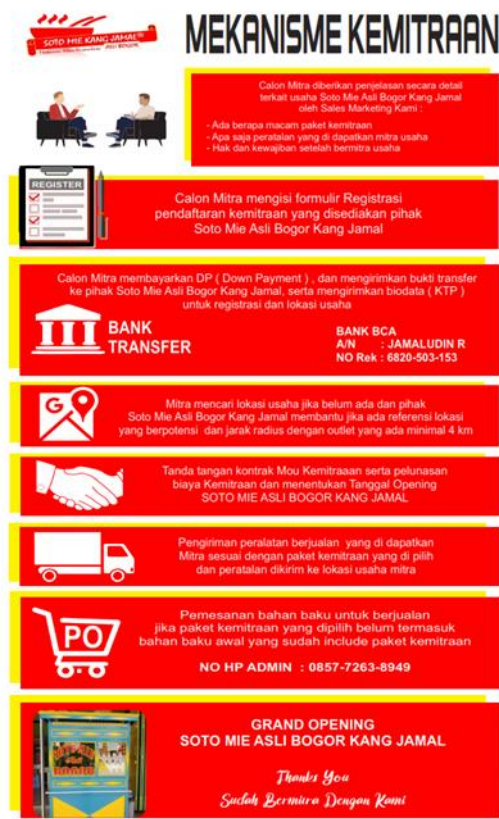
IV.2.1. Syarat Menjadi *Franchise*.

1. Menyukai makanan khas nusantara khususnya soto mie Bogor.

2. Bersedia untuk bekerja sama untuk memajukan soto mie asli Bogor Kang Jamal.
3. Berkomitmen untuk menjaga kualitas dan pelayanan kepada pelanggan.
4. Berkomitmen untuk mengembangkan brand/merk soto mie asli Bogor Kang Jamal.
5. Memahami keuntungan dan resiko bergabung dengan bisnis soto mie asli Bogor Kang Jamal.
6. Memiliki dana yang memadai/cukup untuk berinvestasi *franchise* soto mie asli Bogor Kang Jamal.
7. Hal lain-lain yang tidak ada di point di atas dijelaskan secara langsung.

IV.2.2. Mekanisme.

1. Persentasi, Calon mitra usaha diberikan pemahaman terkait usaha kuliner dan paket kemitraan yang disediakan.
2. Form registrasi, Calon mitra usaha mengisi formulir yang kami telah disediakan.
3. *Down payment*, Calon mitra usaha membayarkan dp. Sebesar 1 jt sebagai tanda jadi kerjasama kemitraan.
4. Survey lokasi, Team lapangan kami mengecek lokasi yang diberikan mitra usaha.
5. Kerjasama, Pendatanganan kerjasama kemitraan bersamaan dengan pelunasan sisa biaya kemitraan.
6. *Grand opening*, Menentukan tanggal opening usaha soto mie asli Bogor Kang Jamal.



Gambar IV.1. Mekanisme Kemitraan.
Sumber: Soto Mie Bogor Kang Jamal.

IV.3 Hasil Penelitian.

Dalam penelitian Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Soto Mie Bogor Kang Jamal Dalam Perspektif Bisnis Islam adalah perencanaan segala sesuatu secara baik untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Dalam pandangan Islam segala sesuatu yang harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur dengan menggunakan proses yang harus diikuti dengan baik dan tidak boleh dikerjakan secara asal-asalan. Dikarenakan hal tersebut merupakan prinsip ajaran Islam (Hafidudin, 2005:3). Strategi bisnis (business strategy) merupakan strategi yang dibuat pada level unit bisnis dan strateginya lebih ditekankan untuk

meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan didalam suatu industri atau segmen pasar tertentu (Solihin 2012:196).

IV.3.1. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Soto Mie Bogor Kang Jamal.

Dalam Hasil Observasi (Pengamatan) dan Dokumentasi penelitian di Soto Mie Bogor Kang Jamal yang menjalankan sebuah bisnis, tidak akan selamanya berada pada posisi yang selalu menguntungkan, namun terkadang berada pada posisi yang stabil atau bahkan pada posisi yang memprihatinkan. Soto Mie Bogor Kang Jamal juga pernah mengalami hal demikian. Soto Mie Bogor Kang Jamal akan melakukan berbagai cara untuk memposisikan bisnis kulinernya dalam kondisi yang menguntungkan, dengan cara-cara yang sesuai dengan aturan didalam syari'ah Islam. Sebagai cara untuk memperoleh posisi tersebut, maka hal yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal yaitu dengan menerapkan beberapa strategi untuk menjadikan produknya unggul dan mampu berdaya saing diantara para pesaingnya.

IV.3.1.1. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*).

Penerapan strategi integrasi vertikal di Soto Mie Bogor Kang Jamal tergambar pada proses pengolahan Makanan Soto Mie Khas Bogor dari awal sampai akhir, yaitu proses produksi, pemasaran yang kemudian dilanjutkan dengan pendistribusian. Dalam strategi integrasi vertikal dikembangkan lagi ke dalam integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal.

Penerapan strategi vertikal pada Soto Mie Bogor Kang Jamal terlihat dengan adanya proses produksi dan pemasaran. Pada proses produksi terlihat

pada pengolahan aneka menu makanan khas Bogor. Langkah pertama yang dilakukan dalam proses produksi ini adalah memilih bahan baku dan bahan pelengkap yang akan digunakan untuk menu pesanan dari konsumen. Bahan baku dan bahan pelengkap tersebut dipilih yang masih dalam keadaan segar dan langsung dari supplier. Langkah kemudian yaitu meracik bahan. Meracik bahan disini artinya menyiapkan bumbu-bumbu yang diperlukan untuk proses memasak bahan tersebut. Proses selanjutnya adalah mengolah bahan yaitu memasak semua bahan-bahan yang disesuaikan dengan jumlah pesanan. Setelah proses mengolah bahan menjadi hidangan yang siap antar, terlebih dahulu dilakukan pengecekan akhir. Pada bagian ini, menu pesanan diperiksa dari segi cita rasa, tampilan menu yang akan disajikan sampai dinyatakan siap untuk di cicipi oleh pelanggan.

IV.3.1.1.1. Strategi Integrasi ke Depan (*Forward Integration Strategy*).

Strategi integrasi ke depan berkaitan dengan pengendalian terhadap distributor. Kendali distributor ditunjukkan dengan adanya saluran distributor yang melibatkan beberapa pihak, yaitu melalui pihak acara Pernikahan, acara keluarga dan langsung ke tangan pelanggan. Namun pihak yang memiliki kendali besar yaitu pelanggan, sebab pelanggan memiliki kapasitas yang besar. Dengan memberikan perhatian dan perlakuan yang sama terhadap semua distributor, maka Soto Mie Bogor Kang Jamal akan memperoleh penjualan yang maksimal.

IV.3.1.1.2. Strategi Integrasi ke Belakang (*Backward Integration Strategy*).

Strategi ini berkaitan terhadap pengawasan bahan baku. Dalam hal ini, Soto Mie Bogor Kang Jamal kadang kala mengalami beberapa masalah mengenai bahan baku, diantaranya keterlambatan bahan baku, terjadi bahan baku yang rusak atau cacat, kadang kala terjadi kelebihan atau bahkan kekurangan terhadap bahan baku yang dipesannya. penerapan strategi integrasi ke belakang yang diterapkan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal masih belum maksimal, sebab masih terdapat beberapa permasalahan yang timbul. Sehingga dalam penerapan strategi integrasi ke belakang yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal diperlukan pembenahan lebih lanjut.

IV.3.1.2. Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*).

Strategi ini berkaitan dengan peningkatan pengawasan terhadap para pesaing. Soto Mie Bogor Kang Jamal tidak memandang mereka pesaing. Namun Soto Mie Bogor Kang Jamal tetap melihat kondisi para pesaing serta makan-makanan yang mereka tawarkan. Dengan melihat hal tersebut, tentunya akan mendorong Soto Mie Bogor Kang Jamal untuk bisa lebih baik lagi. Hal ini terlihat pada inovasi-inovasi yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal, yaitu dengan menawarkan berbagai variasi menu dan variasi rasa khas bogor pada setiap produknya. Persaingan yang diterapkan Soto Mie Bogor Kang Jamal yaitu persaingan yang bisa menuju bisnis yang lebih sehat.

IV.3.1.3. Strategi Instentif (Insentive Strategy).

Beberapa strategi intensif yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal.

IV.3.1.3.1. Strategi Penetrasi Pasar (Market Penetration Strategy).

Dalam menerapkan strategi penetrasi pasar, Soto Mie Bogor Kang Jamal berusaha mengembangkan pasar yang sudah ada, dalam artian pasar yang sudah dimiliki oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal. Dalam hal ini, Soto Mie Bogor Kang Jamal akan lebih berusaha aktif dalam kegiatan pemasaran, seperti melakukan pameran kuliner pada event-event tertentu sehingga masyarakat akan semakin tertarik dan akan lebih berusaha memperbaiki kualitas pelayanan kepada para pelanggan. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa sebuah bisnis tanpa disertai dengan pemasaran, tentunya bisnis tersebut akan dengan mudah bangkrut. Dari pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi penetrasi pasar sudah sesuai dengan teori yang ada. Sebab Soto Mie Bogor Kang Jamal terus berusaha mengembangkan pasar yang sudah ada, agar pasar tersebut tidak jenuh.

IV.3.1.3.2. Strategi Pengembangan Produk (Product Development Strategy).

Strategi ini berkaitan dengan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Sebagai sebuah bisnis yang menghasilkan beberapa produk, Soto Mie Bogor Kang Jamal juga menerapkan strategi pengembangan produk. Hal ini terlihat dari beberapa perubahan yang terjadi pada Soto Mie Bogor Kang Jamal, seperti sering melakukan inovasi-inovasi dalam tampilan menu makanan Soto Mie Khas Bogor yang akan disajikan dengan cara

memberikan variasi menu dan rasa pada setiap produknya. Soto Mie Bogor Kang Jamal sering melakukan inovasi pada setiap produknya yaitu dengan meluncurkan menu-menu baru.

IV.3.1.4. Strategi Diversifikasi (Diversification Strategy).

Soto Mie Bogor Kang Jamal menerapkan strategi diversifikasi yaitu dengan menghasilkan beberapa produk, yaitu aneka makanan Khas Bogor dengan beberapa menu dan aneka minuman dengan beberapa menu. Strategi diversifikasi yang dilakukan Soto Mie Bogor Kang Jamal berasal dari industri yang sama, yaitu makanan dan minuman siap saji. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi diversifikasi yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal adalah strategi diversifikasi terkait atau konsentrik, yaitu dengan cara menambah produk makanan atau minuman, tetapi masih saling berhubungan.

Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya strategi diversifikasi terkait ini memiliki tujuan untuk meminimalisir risiko apabila terjadi gagal jual pada salah satu produk, sehingga Soto Mie Bogor Kang Jamal masih memiliki cadangan hasil penjualan pada produk lain. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa strategi deiversifikasi terkait yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal sudah sesuai dengan teori yang ada.

IV.3.2 Analisis Bisnis Syariah terhadap Strategi Pengembangan Bisnis Pada Soto Mie Bogor Kang Jamal.

Kunci sukses dalam berbisnis yakni terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam hal mengelola bisnisnya, Rasulullah SAW memiliki sifat-sifat yang menjadi suri tauladan bagi para pebisnis agar bisnis

yang dijalkannya tidak menyimpang dari aturan Islam. Sifat-sifat ini juga telah diterapkan oleh pihak Soto Mie Bogor Kang Jamal.

IV.3.2.1. Jujur (Siddiq).

Dalam dunia bisnis, kejujuran bisa ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketetapan, baik ketetapan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) yang kemudian diperbaiki secara terus-menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (Kartajaya & Syakir, 2014:124). Sikap jujur yang telah diterapkan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal dalam menjalankan bisnisnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tidak melipatgandakan harga.
2. Mengakui kelebihan dan kelemahan produk.
3. Jujur dalam takaran.

IV.3.2.2 Tanggung Jawab (Amanah).

Sikap bertanggung jawab dan dapat dipercaya yang diterapkan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal, antara lain sebagai berikut:

1. Menepati janji.
2. Pencatatan keuangan.

IV.3.2.3. Fathanah (Cerdas).

Dalam aspek ini, Soto Mie Bogor Kang Jamal memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi. Hal ini terlihat dari berbagai macam inovasi yang telah dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal yaitu memperbanyak variasi pada setiap menunya, memodifikasi produk lama, dan menciptakan produk baru yang masih berhubungan. Dalam melakukan inovasi terhadap produk barunya tersebut tidak tergolong produk yang dilarang oleh aturan Islam.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal tidak bertentangan dengan syari'at Islam, sebab produk yang dihasilkan dari inovasi tersebut merupakan produk yang memiliki manfaat dan tidak termasuk dalam produk yang diharamkan dalam aturan Islam.

IV.3.2.4. Tabligh (Komunikatif).

Sikap tabligh (komunikatif) yang telah diterapkan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal, diantaranya sebagai berikut:

1. Komunikasi dalam melayani pelanggan, Pada dasarnya komunikasi adalah penyampaian dan penerimaan suatu pesan (Sutrisno, 2010:47). Dalam hal berkomunikasi dengan konsumen maupun dengan mitra bisnisnya, Soto Mie Bogor Kang Jamal menggunakan bahasa yang sopan, halus, dan mengedepankan sopan santun.
2. Mampu menyampaikan visi dan misi Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa Soto Mie Bogor Kang Jamal telah memiliki visi dan misi yang jelas.

Dalam proses pencapaian visi dan misi tersebut, pemilik Soto Mie Asli Bogor Kang Jamal tidak menghalalkan dengan berbagai cara, namun tetap memperhatikan kaidah-kaidah dan aturan Islam. Hal tersebut terlihat dari usaha kerja keras dan diiringi dengan berdo'a kepada Allah SWT. Selain itu, Soto Mie Asli Bogor Kang Jamal juga selalu melakukan inovasi- inovasi bagi dari segi produk, promo maupun pelayanan.

IV.3.2.5. Murah Hati.

Dalam hal ini, Soto Mie Bogor Kang Jamal akan selalu memberikan

pelayanan yang terbaik kepada konsumen, sebab konsumen menjadi prioritas dalam terciptanya kebutuhan bisnis kulinernya. Soto Mie Bogor Kang Jamal memberikan pelayanan yang tepat, cepat, murah hati dan pelayan yang ramah. Rasulullah SAW sangat menganjurkan para pebisnis untuk bermurah hati dalam setiap transaksi, murah senyum dan ramah tamah.

Apapun dan bagaimanapun bentuk dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, semua hal itu dilakukan untuk menarik minat dan membuat pelanggan merasa nyaman. Soto Mie Bogor Kang Jamal akan selalu memberikan pelayanan yang maksimal dengan cara memberikan arahan kepada karyawannya untuk selalu ramah, sopan, dan murah senyum kepada konsumen.

IV.3.2.6. Profesional.

Profesional yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal yaitu sudah memiliki segmen pasar dan target tertentu yang harus dipenuhi dalam menjalankan bisnis kulinernya. Selain itu, Soto Mie Bogor Kang Jamal selalu mengamati dan memperhatikan setiap perubahan trend baru yang ada di masyarakat. Soto Mie Bogor Kang Jamal juga selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta memanfaatkan teknologi tersebut untuk hal-hal yang positif, seperti media untuk mempromosikan produk-produknya ke masyarakat.

IV.3.2.7. Niat Suci dan Ibadah.

Bagi seorang Muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci, cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula (Ma'ruf, 2010:24). Dalam aspek ini, terlihat jelas dari tujuan bisnis Soto Mie Bogor Kang Jamal yaitu

dapat memperbaiki perekonomian keluarga dan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Dalam menjalankan bisnis Makanan Soto Mie Khas Bogor, Soto Mie Bogor Kang Jamal tidak hanya menguntungkan secara finansial bagi pemilik usaha, tetapi juga menguntungkan secara sosial bagi masyarakat sekitar. Hal ini terlihat dari kualifikasi karyawan yang direkrut dengan melihat kondisi sosialnya.

Soto Mie Bogor Kang Jamal juga memberangkatkan umroh untuk dua orang karyawan setiap dua tahun sekali. Hal ini sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT akan bisnisnya yang dapat berjalan dengan baik. Selain itu, untuk memotivasi para karyawannya agar lebih giat lagi dalam bekerja. Soto Mie Bogor Kang Jamal juga sering melakukan hal-hal yang bersifat kepedulian sosial kepada masyarakat sekitar, seperti melakukan program sunat massal, buka bersama dengan anak-anak panti asuhan dan panti jompo, dan lain sebagainya.

Dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal, sebaiknya dari pihak Soto Mie Bogor Kang Jamal memiliki strategi tersendiri untuk mengahadapinya. Pada strategi integrasi vertikal, pengawasan yang dilakukan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal terhadap bahan baku sangat diperlukan dan diperhatikan, sebab keterlambatan atau kesalahan pada ketersediaan bahan baku akan menghambat proses produksinya. Sehingga pada strategi ini perlu adanya pembenahan lebih lanjut. Pada strategi integrasi horizontal, Soto Mie Bogor Kang Jamal agar lebih memperhatikan gerak-gerik para pesaingnya, sebab persaingan di bidang kuliner semakin tahun semakin ketat.

Oleh karena itu, perlunya observasi ke beberapa tempat kuliner lainnya guna melihat trend-trend yang diminati oleh masyarakat sekarang ini dan perlunya melakukan inovasi-inovasi terhadap produk-produknya. Perhatian terhadap para pesaing disini bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk, pelayanan, dan mampu menjadikan Soto Mie Bogor Kang Jamal terus berkembang serta mampu berdaya saing dengan catering-catering lainnya. Dalam strategi intensif, Soto Mie Bogor Kang Jamal hanya fokus pada strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk. Sebaiknya Soto Mie Bogor Kang Jamal juga menjalankan strategi pengembangan pasar, tujuan dari startegi ini untuk memperkenalkan produk yang ada sekarang ke daerah-daerah baru. Sehingga Soto Mie Bogor Kang Jamal mampu memperluas pangsa pasarnya.

V. SIMPULAN.

Dari beberapa penelitian dapat mengambil kesimpulan dan sekaligus sebagai jawaban atas beberapa perumusan masalah yang penelitian berikut ini:

1. Strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal yaitu strategi kombinasi bersama, yakni strategi integrasi vertikal (strategi integrasi ke depan, strategi integrasi ke belakang, dan strategi integrasi horizontal), strategi intensif (strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk), dan strategi diversifikasi yakni menerapkan strategi diversifikasi terkait/ konsentrik.
2. Pengembangan bisnis Soto Mie Bogor Kang Jamal sudah sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen syariah. Hal ini dilihat dari bahan baku, tambah yang digunakan

dan cara pembuatan sesuai dengan syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA.

- Ali Hasan. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badrudin. (2013). *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Boedi Abdullah, dan Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2013). *Al-Qur'an dan Terjemahannya* Pustaka Al-Mubin.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung. (2003) *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Dwi Suwiknyo. (2010). *Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka.Pelajar.
- George R Terry. (2009) *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- G.R Terry dan L.W Rue. (2009). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Husaini Usman. (2013). *Manajemen (Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan)*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hakim, Lukman, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2012.

- Hasan, Ali, Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hasan, Ali, Manajemen Bisnis Syariah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Herdiansyah, Haris, Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Hermawan, Agus, Komunikasi Pemasaran, Malang: Erlangga, 2012.
- Huda, Choirul, Ekonomi Islam, Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015.
- Hurriyati, Ratih, Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen, Bandung: CV. Alfabeta, 2015.
- Solihin, Ismail. 2012. Manajemen Strategik. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Khamidah Nurul. (2017). Analisis Sistem Manajemen Syariah Pada Bank Syariah Mandiri Kc Banyumanik Semarang. Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Walisongo
- Laeliyah Siti. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Usaha Kang Bagong Catering Semarang). Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Walisongo
- Malayu S.P Hasibuan. (2007). Manajemen (dasar, pengertian dan masalah). Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Muhammad dan R. Lukman Fauroni. (2002). Visi Al-Qur'an Tentang Etika Bisnis Islam. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Muhammad. (2004). Etika Bisnis Islami. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- M. Manullang. (2013). Pengantar Bisnis. Jakarta: PT Indeks.
- Muhammad. (2005). Manajemen Dana Bank Syariah. Yogyakarta: Ekonisia.
- Muhammad Abdul Jawwad. (2004). Menjadi Manajer Sukses. Jakarta : Gema Insani.
- Ma'ruf Abdullah, Wirausaha Berbasis Syari'ah, Banjarnasin: Antasari Press, 2011.
- Manullang, M., Pengantar Bisnis, Jakarta: PT Indeks, 2013.
- Mardani, Hukum Bisnis Syariah, Jakarta: Prenada Media Group, 2014
- Mardani, Hukum Sistem Ekonomi Islam, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Moleong, Lexy J., Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Roskarya, 2004.
- Nanang Fattah. (2001). Landasan Manajemen Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Usman Effendi, Asas Manajemen (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014)
- Pawit M Yusup. (2012). Perspektif Manajemen Pengetahuan, Informasi, Komunikasi, Pendidikan, dan Perpustakaan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sondang P. Siagian, Manajemen Statistik (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015)
- T. Hani Handoko dkk. (2012). Manajemen dalam Berbagai Perspektif. Jakarta: Erlangga.
- Yusanto dan Widjajakusuma. (2002). Menggagas Bisnis Islami. Jakarta: Gema Insani Press.
- Wheelen, Thomas L., and J. David Hunger. (2002). Strategic Management and Business Policy.

New Jersey: Pearson Education
Prentice Hall.
Williamson, D, Cooke, P., Jenkins.W., &
Moreton, K.M. (2004). Strategic
Management and Business
Analysis. United Kingdom:
Elsevier Ltd.