Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || ***ISSN 2723-5440 (Online)***

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menenah (UMKM) Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)

Dahrani[1*], Ropita Indah Siregar[2]

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*[1, 2]

[*1]*email: dahrani@umsu.ac.id*
[2]*email: ropitaindahsiregar@gamail.com*

Artikel Info			
Received: ***July 05, 2022***	***Revised:*** ***August 07, 2022***	***Accepted:*** ***September 04, 2022***	***Published:*** ***October 26, 2022***

Abstrack: This research was conducted to identify and analyze the strategy of developing the fabric business in the micro, small and medium enterprises of MSMEs in Binanga City, Kec. Barumun Tengah, Padang Lawas Regency. This research is descriptive in nature, namely research that aims to determine the development of the fabric business as the basis of the people's economy is something that needs to be followed up with real steps, by carrying out three strategies, namely management strategy, investment strategy and business strategy. The development of MSMEs needs to be destination directed at analyzing competitiveness, and formulating efforts to increase competitiveness in the context of developing competitiveness and the national economy, sharpening competitiveness is an effort that is in line with future competition. With a strategic location, promotions that can attract customers and sufficient capital will increase business development.

Keywords: Development Strategy, Fabric Business, UMKM.

Abstrak: Penelitan ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha kain pada usaha mukro, kecil dan menengah UMKM kota Binanga, Kec. Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas. Penelitian ini bersifat deskriftif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengembangan usaha kain sebaggai basis ekonomi kerakyatan merupakan hal yang perlu harus ditindak lanjuti dengan langkah nyata, dengan melakukan tiga strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis. Pengembangan UMKM perlu diarahkan untuk melakukan tujuan analisis daya saing, dan merumuskan upaya-upaya peningkatan daya saing dalam rangka pembangunan daya saing dan perekonomian nasional, mempertajam peningkatan daya saing merupakan usaha yang searah dengan persaingan kedepan. Dengan lokasi yang strategis, promosi yang bisa menarik minat pelanggan dan modal yang cukup yakni akan meningkatkan perkembangan usaha.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Usaha Kain, UMKM.

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || ***ISSN 2723-5440 (Online)***

A. Pendahuluan

Bangsa Indonesia kaya akan warisan budaya. Dari banyaknya ke banggaan indonesia dan semua masyarakat di indonesia yang menjadi kebanggaan ialah kekayaan akan warisan budayanya (Dahrani, 2018). Diantaranya banyaknya warisan budaya adalah kain tenun tradisional, yakni banyaknya kain tenunan tradisional dinegara indonesia seperti : Kain Batik dan lurik yang berasal dari Yokyakart, Kain Ulos yang berasal dari Sumatra Utara, Kain Limar yang berasal dari Sumatra Selatan, Kain Gringsing dan Endek yang berasal dari Bali. Dengan kain tradisional itu, dapat dilihat bahwa warisan budaya yang bukan hanya tampak dari segi teknik, segi beragam corak dan model kain yang akan dibuat (Siregar, 2021). Usaha Toko Kain A.A Mahmud (UMKM) Jalan Besar Kota Binanga, Padang Lawas Sumatra Utara depan Rumah Makan Ibu Mayan Harahap, dari observasi awal yang dilakukan peneliti dengan berbagai permasalahannya diataranya. Banyaknya pesaing dibidang jasa toko kain menyebabkan bisnis harus melakukan persaingan dengan ketet, agar toko kain secara terus menerus dapat memberikan yang terbaik dalam mengembangkan UMKM toko kain.

Dalam promos Toko Kain A.A Mahmud belum berkembang dalam memasarkan produk dengan baik maupun jasa yang ditawarka oleh Toko Kain A.A Mahmud, dan belum menerik minat dan perhatian pelanggan seperti memberikan diskon yang tidak tepat waktu, data dalam mempromosikan kain masih kurang baik dengan dimana toko kain ini hanya mengandalkan satu media, sehingga banyak pelanggan tidak mengetahui promosi yang di adakan Toko Kain A.A Mahmud dan dimana pelanggan tidak tertarik membeli produknya dimana Toko Kain A.A Mahmud sarana yang digunakan belum sesuai dengan minat konsumen. dan Toko Kain A.A Mahmud.

Toko Kain A.A Mahmud jugak memiliki lokasi yang kurang strategis dikarenakan lokasinya jauh dari jalan utama sehingga lokasi kurang dilewati orang dimana Toko Kain A.A Mahmud dalam memilih lokasi tidak mempertimbangkannya

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || *ISSN 2723-5440 (Online)*

secara matang, yang dimana kesinambungan dan keberhasilan usaha pada masa sekarang dan pada masa mendatang itu berkaitan jugak dengan lokasi untuk memajukan usaha yang dimiliki Toko Kain A.A Mahmud.

Dan Modal Toko Kain A.A Mahmud yang terbatas sehingga produk yang dijual kurang menaik perhatian konsumen dan produk yang dimilikinya dengan pergantian produk yang dijual barang/produk nya lama dimana modal salah satu tolak ukur untuk meningkatkan penjuaan usaha untuk mendapatkan produk terbaru Toko Kain A.A Mahmud harus menunggu terjualnya barang yang lama agar bisa mengganti dengan produk yang baru. Dari fenomena yang ada maka penulis tertarik membahas terkait **"Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menegah (UMKM) Di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud)".**

B. Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, tehnik observasi, dan tehnik dokumentasi (Sugiyono, 2015). Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Setiawan & Abrianto, (2019) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Begitu halnya penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data yang menggunakan berbagai sumber dan berbagai teknik pengumpulan data secara simultan, sehingga dapat diperoleh data yang pasti (Pondia, 2020).

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || *ISSN 2723-5440 (Online)*

C. Hasil dan Pembahasan

Sebagai mana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang lebih mengedapankan analisis mendalam terhadap data yang diperoleh (Satibi, 2011). Data-data yang dimaksud yakni hasil wawancara pada pihak-pihak yang berwenang dan dianggap berkompeten terhadap isu dan masalah dalam fokus penelitian. Dalam hal ini adalah Strategi Pengembangan Usaha Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga.

Perencanaan bisnis adalah rencana-rencana yang berguna bagi perusahaan untuk melihat ke depan, mengalokasikan sumber daya, memfokuskan pada key point dan menyiapkan diri terhadap peluang dan masalah (Pondia, 2020). Atas dasar hal tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha memerlukan rencana-rencana untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan perkembangan yang sesuai dengan prioritas perusahaan.

Untuk mengetahui bagaima cara meningkatkan suatu usaha yang dimiliki peneliti melakukan wawancara dengan Pemilik Masrona Harahap Toko A.A Mahmud selaku pemilik perusahaan, menjelaskan bahwa;

> "Menjalankan sebuah bisnis dari awal memang bukanlah suatu hal yang gampang dan mudah. Dengan demikian memang harus siap dengan berbagai growth hacking yang akan dihadapi. Bagi seorang pebisnis tentunya hal tersebut bukanlah sesuatu hal yang harus dihindari tetapi memang menjadi suatu hal yang harus diatasi, dalam perjalan bisinis ini saya melakukan beberapa langkah-langkah dalam proses penigkatan yang saya jalankan diantaranya yaitu, mengevaluasi kualitas produk yang saya pasarkan, melakukan promosi pada konsumen, dan juga menentukan harga yang sesuai dengan perekonomian masyarakat"

Selanjutnya Bagaimana proses strategi pengembangggan usaha yang dimiliki, peneliti mendapatkan hasil wawancara dengan Pemilik Masrona Harahap Toko A.A Mahmud A.A Mahmud yang menyatakan bahwa;

> "Strategi pengembangan bisnis yang biasa saya lakukan yaitu melakukan inovasi terhadap produk yang saya perjualbelikan. Inovasi bisnis dapat mencegah konsumen setia untuk berpaling ke merek lain sekaligus menarik perhatian konsumen baru. Selanjutnya yaitu penambahan modal usaha untuk memenuhi sejumlah hal, mulai dari

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || ***ISSN 2723-5440 (Online)***

menambah kapasitas produksi kain hingga memaksimalkan promosi dengan tujuan agar penjualan kain meningkat."

Membuat perencanaan dalam meningkatkan daya beli konsumen suatu usaha sangat diperlukan, terkait apa saja perencanaan yang dilakukan suatu usaha, peneliti melakukan wawancara dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud**;**

> "Langkah yang saya lakukan dalam meningkatkan penjualan produk kain yang diproduksi yaitu dengan melakukan promosi secara berkelanjutan, memanfaatkan digital markating pada *marketplace online*, serta menyesuaikan harga jual dengan kemampuan daya beli masyarakat di lokasi pemasaran produk."

Terdapat berbagai tolok ukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud menyatakan bahwa;

> "Keberhasilan usaha adalah keadaan di mana usaha mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya. Umumnya, keberhasilan usaha menunjukkan keadaan yang lebih baik/unggul dari pada masa sebelumnya. Keberhasilan usaha yang saya jalani juga diukur berdasarkan keuntungan yang didapat perusahaan dan juga perkembangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu."

Berbagai macam kendala selalu dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya pada jenis usaha pada skala kecil dan menengah, melalui hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemilik Masrona Harahap Toko Kain A.A Mahmud menyatakan bahwa;

> "berbagai kendala yang dihadapi dalam mengelola usaha, terbatasnya waktu dalam memenuhi kebutuhan pokok bisnis, dalam hal kegiatan produksi, penjualan, maupun pemasaran. Yang disebabkan oleh kurangnya tenaga ahli dan peralatan produksi. Kendala selanjutnya yaitu masalah finansial atau permodalan, keterbatasan modal membuat proses kapasitas produksi yang masih kecil, karena kurangnya sarana dan prasanan yang dibutuhkan dalam proses produksi.

Dari beberapa hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, strategi pengembangan usaha melalui perncanaan yang dijalankan di usaha Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga. Perushaan tersebut telah membuat beberapa perencanaan

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || *ISSN 2723-5440 (Online)*

sebagai upaya peningkatan usaha, seperti melakukan inovasi produk, memanfaatkan digital marketing sebagai marketplace penjualan produk kain, dan juga melakukan berbagai promosi dengan tujuan untuk menunjang peningkatan penjualan produk kain dalam jumlah yang lebih besar. Penentuan harga yang terjangkau dengan kualitas kain yang baik dan juga penambahan modal menjadi bagian dari perencanaan yang digunakan toko kain Kain A.A Mahmud merupakan bagian dari perencanaan pengembangan usaha tersebut. Namun terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses prencanaan pengembangan perusahaan, antara lain yaitu kurangan tenaga ahli dan juga peralatan produksi yang menyebabkan keterbatasan waktu dalam proses produksi, penjualan dan juga pemsaran. Dan juga kendala yang ditemukan yaitu kurangnya modal perusahaan dalam menunjang aktivitas produksi hingga promosi iklan perusahaan tersebut.

Temuan penelitian berupa data lapangan diperoleh melalui penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Ini sangat diperlukan sebagai hasil pertimbangan antara hasil temuan penelitian dilapangan dengan teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian. Dalam hal ini, peneliti menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud). Temuan penelitian terkait, diperoleh berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan sebagai pemilik perusahaan, yang diuraikan berdasarkan indikaror penjualan, modal usaha, dan juga persaingan usaha.

1. Penjualan

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasikan. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur dengan mengetahui tingkat penjualan dari produk yang dipasarkan yang disesuaikan dengan target penjualan yang telah direncanakan;

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || *ISSN 2723-5440 (Online)*

Berikut merupakan data hasil penjualan yang diperoleh Toko Kain A.A Mahmud pada tahun 2021, yang diklasifikasikan berbasarkan penjualan bulanan;

Tabel 4.2 Jumlah Penjulan Toko Kain A.A Mahmud Tahun 2020

Bulan	Volume Penjualan (Meter)	Pendapatan (Rp)
Januari	420	Rp 25.200.000
Februari	510	Rp 30.600.000
Maret	460	Rp 27.600.000
April	370	Rp 22.200.000
Mei	402	Rp 24.120.000
Juni	520	Rp 31.200.000
Juli	493	Rp 29.580.000
Agustus	455	Rp 27.300.000
September	532	Rp 31.920.000
Oktober	416	Rp 24.960.000
November	579	Rp 34.740.000
Desember	485	Rp 29.100.000
Total	**5642**	**Rp 338.520.000**

Tabel 4.3 Jumlah Penjulan Toko Kain A.A Mahmud Tahun 2021

Bulan	Volume Penjualan (Meter)	Pendapatan (Rp)
Januari	476	Rp 28.560.000
Februari	421	Rp 25.260.000
Maret	524	Rp 31.440.000
April	497	Rp 29.820.000
Mei	567	Rp 34.020.000
Juni	379	Rp 22.740.000
Juli	671	Rp 40.260.000
Agustus	519	Rp 31.140.000

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || ***ISSN 2723-5440 (Online)***

September	451	Rp	27.060.000
Oktober	592	Rp	35.520.000
November	570	Rp	34.200.000
Desember	508	Rp	30.480.000
Total	**6175**	**Rp**	**370.500.000**

Dari tabel di atas, diketahui Jumlah Penjulan Toko Kain A.A Mahmud Tahun 2020 berdasarkan volume penjualan kain yaitu sebanyak 5642 (Meter) dengan total pendapatan (Rp) adalah sebesar Rp 338.520.000 sementara pada tahun 2021 volume penjualan kain yaitu sebanyak 6175 dengan total pendapata sebesar Rp 370.500.000 masing-masing harga per meter di bandrol dengan rata-rata harga sebesar Rp. 60.000.00,.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan jumlah pendapatan tahunan yang diperoleh Toko Kain A.A Mahmud tahun 2022 sebesar Rp 338.520.000 dan pada tahun sebesar Rp.370.500.000, maka usaha Toko Kain A.A Mahmud dikategorikan sebagai usaha dengan jenis usaha kecil. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 dikatakan kriteria usaha kecil yaitu memiliki Omset penjualan tahunan dari Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar

Strategi pemasaran berkaitan dengan bagaimana cara meyakinkan pembeli/pelanggan terhadap produk yang akan dijual. Untuk dapat meyakinkan pembeli si penjual harus memiliki keyakinan bahwa produk yang dijual memang patut dibeli.

Volume penjualan dapat dijabarkan sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan. Hasil wawancara yang diperoleh menunjukkan bahwa pemasaran dengan media browsur dan juga media online merupakan bagian perencanaan vital yang selalu dilaksanakan oleh perusahaan agar mampu meningkatkan penjualan.

Pemasaran merupakan upaya mengatur strategi dan cara agar konsumen mau mengeluarkan uang yang mereka miliki untuk menggunakan produk atau jasa yang

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || *ISSN 2723-5440 (Online)*

dimiliki sebuah perusahaan, dalam hal ini usaha kecil dan menengah. Dengan strategi pemasaran yang baik posisi usaha kecil dan menengah menjadi kuat dan patut diperhitungkan dalam kegiatan ekonomi nasional yang akhirnya membawa keuntungan bagi usaha tersebut.

b. Modal

Berdasarakan data hasil wawancara yang diperoleh diketahui bahwa modal awal pendirian usaha yang dijalankan Toko Kain A.A Mahmud adalah sebesar Rp. 81.509.500 berikut merupakan rincian modal awal yang dikeluarkan dalam membangun usaha Toko Kain A.A Mahmud;

Tabel 4.4 Modal Awal Toko Kain A.A Mahmud

No	Keterangan Biaya	Biaya (Rp)
1	Biaya sewa selama 1 tahun	27.000.000
2	Biaya pembelian peralatan Usaha	5.180.000
3	Biaya pembelian perlengkapan Usaha	9.013.500
4	Biaya Pembelian Bahan Kain	22.500.000
5	Legalitas pendirian usaha	750.000
6	Renovasi	6.987.500
7	Cadangan kas	10.078.500
Total		81.509.500

Perputaran modal kerja digunakan untuk menentukan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modal kerja untuk menghasilkan penjualan bersih. Perputaran modal kerja menunjukkan seberapa modal kerja perusahaan berputar dalam satu tahun. Selanjutnya untuk mengetahui perputaran modal yang dikeluarkan perusahaan, berikut merupakan data yang diperoleh peneliti di lapangan terkait modal pengeluaran Toko Kain A.A Mahmud per bulan ;

Tabel 4.5 Modal Bulanan Toko Kain A.A Mahmud

No	Barang	Harga

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || *ISSN 2723-5440 (Online)*

1	Stock baju batik 1 bulan	Rp13.000.000
2	Plastik kemas	Rp300.000
3	Kresek	Rp200.000
4	Listrik dan air	Rp150.000
5	Gaji 1 orang pegawai	Rp1.750.000
6	Biaya tambahan	Rp200.000
Total		Rp15.600.000

Perhitungan keuntungan bersih dalam 1 bulan, dapat dihitung dengan rumus = Keuntungan kotor dalam bulan – modal usaha per bulan. Maka untuk perhitungan keuntungan bersih Toko Kain A.A Mahmud per bulannya, dapat diketahui seperti rincian di bawah ini:

Keuntungan Bersih Toko Kain A.A Mahmud Per Bulan

NO	Rincian	Biaya
1	Keuntungan Kotor dalam 1 Bulan	28.560.000
2	Modal Usaha Per Bulan	15.600.000
	Total Pengurangan	Rp12.960.000

Dapat diketahui bahwa Total Keuntungan Bersih Toko Kain A.A Mahmud **Tiap Bulan adalah sebesar** Rp12.960.000. Jika dihitung untuk penghasilan bersih yang diperoleh Toko Kain A.A Mahmud yaitu Rp12.960.000 X 12 Bulan = Rp 155.520.000 . jadi dapat disimpulkan bahwa keuntungan bersi per tahun yang diperoleh perusahaan adalah Rp 155.520.000

Selanjutnya untuk menghitung perputaran modal pada suatu bisnis adalah jumlah antara modal per tahun dan juga modal awal. Sedangkan untuk penentuan balik modal usaha, untuk mengetahui perputaran modal digunakan metode perhitungan berikut;

Perolehan balik modal = Modal awal : Keuntungan bersih per tahun.

Berikut estimasi perputaran modalnya modalnya:

Perputaran Modal Toko Kain A.A Mahmud Per Tahun

No	Rincian	Total
1	Total Modal Awal	Rp81.509.500

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || *ISSN 2723-5440 (Online)*

2	Total Keuntungan Bersih Per Bulan	Rp 155.520.000
	Total Balik Modal	0,5241

Dengan Total Perolehan Balik Modal pertahun sebesar 0,5241. Maka untuk mengetahui perputaran modal suatu perusahaan digunakan rumus perhitungan dengan cara 0,5241 X 360 Hari = 189 hari. Jadi perputaran Modal kerjanya untuk UMKM Toko Kain A.A Mahmud per tahun adalah 189 hari.

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

c. Persaingan

Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan, persaingan menentukan ketetapan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya, seperti inovasi, budaya kohesif atau pelaksanaan yang baik. Saat ini dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi, banyak terjadi persaingan usaha. Persaingan merupakan keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Dari data wawancara yang diperoleh diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi terjadainya persaingan usaha antara lain yaitu, kualitas produk, harga produk dan juga lokasi strategis. Kualitas produk akan sangat menentukan arah konsumen dalam melakukan pemilihan tempat pembelian terhadap produk yang diinginkan, sama halnya dengan harga, konsumen akan memilih harga yang lebih terjangkau dengan kualitas yang baik, serta lokasi yang strategis sebagai tempat pemasaran produk akan mampu mengambil alih minat dan perhatian konsumen untuk melakukan suatu pembelian.

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || ***ISSN 2723-5440 (Online)***

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Binanga (Studi Kasus Toko Kain A.A Mahmud) dalam melaksanakan tugas pokoknya sudah cukup berjalan Efektif secara keseluruhan. Hal tersebut dikarenakan beberapa indikator yang digunakan yaitu membuat perencanaan, Dalam menentukan pernecanaan yang baik dan produktif Toko Kain A.A Mahmud telah membuat beberapa perencanaan sebagai upaya peningkatan usaha, seperti melakukan inovasi produk, memanfaatkan *digital marketing* sebagai marketplace penjualan produk kain, dan juga melakukan berbagai promosi dengan tujuan untuk menunjang peningkatan penjualan produk kain dalam jumlah yang lebih besar. Pada indikator pengelolaan usaha, Toko Kain A.A Mahmud Kota Binanga selama ini telah menjalankan beberapa langkah-langkah pengelolaan usaha agar berjalan dengan baik, yaitu, melakukan perencanaan yang meliputi kegiatan pengumpulan potensi atau sumber daya yang ada di sekitar lingkungan usaha, baik bahan baku, sumber permodalan, sumber daya manusia, potensi pasar, rencana promosi yang akan dilakukan, serta system pelayanan dalam usaha. Selanjutnya pada indikator pertumbuhan usaha Toko Kain A.A Mahmud juga merambah dunia komunikasi sebagai media pemasaran produk.. Serta indikator pendorong usaha Toko Kain A.A Mahmud dalam menjalankan kegiatan bisnis nya, pengaruh modal dan juga pemasaran merupakan sesuatu yang mampu mendngkrak pengembangan usaha, seperti pada aspek peningkatan penjualan dan juga permodalan. Dalam hal ini faktor pendorong yang paling dibutuhkan oleh Toko Kain A.A Mahmud yaitu penambahan modal dan juga pemasaran.

Daftar Pustaka

Dahrani. (2018). *Analisis Kompetensi Sumber Daya Insani Berkarakter Pada BPRS Di Sumut*. *November*, 239.

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Al-Sharf
Jurnal Ekonomi Islam
Vol. 03, No. 3 (2022) || ***ISSN 2723-5440 (Online)***

Pondia, S. (2020). Stretegi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto*, *1*, 1–476.

Satibi, O. (2011). *Metode Pengembngan Moral dan Nilai-Nilai Agama*. Universitas Terbuka.

Setiawan, H. R., & Abrianto, D. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bildung.

Siregar, D. S. (2021). *Strategi pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan*.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

Copyright© 2022. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).