

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PADA USAHA SEBLAK PUSAT SEKTOR
MANGLI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :
Fadilatul Muharromah
NIM : 212105020022

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2025**

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PADA USAHA SEBLAK PUSAT SEKTOR
MANGLI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :
Fadilatul Muharromah
NIM : 212105020022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dosen Pembimbing

Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si.MM
NIP.198509152019032005

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PADA USAHA SEBLAK PUSAT SEKTOR
MANGLI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 20 Maret 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Aminatus Zahriya, SE., M.Si.
NIP. 198907232019032012


M. Daud Rhosvidy, M.E
NIP. 198107022023211003

Anggota :

1. Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si., M.M
2. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

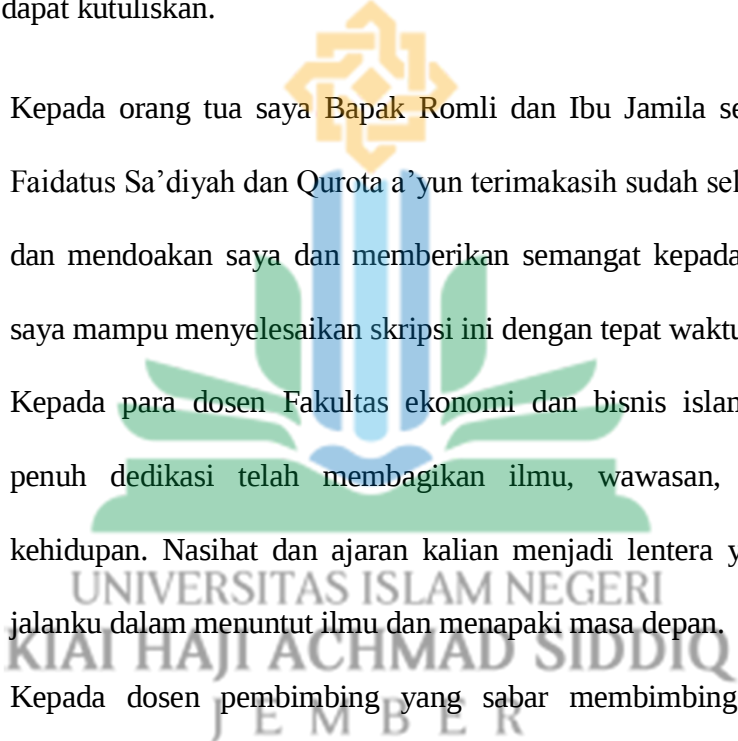
Artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. surat al baqarah ayat 275¹

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama RI, *Al-quran dan terjemah for woman* (Bandung: Sygma Exmedia arkanleema, 2009)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur dan ketulusan, kupersembahkan karya ini kepada mereka yang telah menjadi sumber cahaya dalam perjalanan hidup dan akademisku. Kepada Allah SWT, Sang Pemilik segala ilmu dan kebijaksanaan, yang dengan kasih-Nya telah memberikan kesehatan, kekuatan, serta keteguhan hati dalam menyelesaikan karya ini. Tanpa ridha dan pertolongan-Nya, tiada satu huruf pun yang dapat kutuliskan.

- 
1. Kepada orang tua saya Bapak Romli dan Ibu Jamila serta kakak saya Faidatus Sa'diyah dan Qurota a'yun terimakasih sudah selalu mendukung dan mendoakan saya dan memberikan semangat kepada saya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
 2. Kepada para dosen Fakultas ekonomi dan bisnis islam yang dengan penuh dedikasi telah membagikan ilmu, wawasan, dan nilai-nilai kehidupan. Nasihat dan ajaran kalian menjadi lentera yang menerangi jalanku dalam menuntut ilmu dan menapaki masa depan.
 3. Kepada dosen pembimbing yang sabar membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.
 4. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan, yang telah menjadi teman diskusi, berbagi tawa, serta penguat di saat lelah dan ragu melanda. Kehadiran kalian menjadikan perjalanan ini.

ABSTRAK

Fadilatul Muharromah, Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si.MM 2025
: Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam
Kata Kunci: Kelayakan Bisnis, Daya Saing, Ekonomi Islam

Usaha Seblak Pusat di sektor Mangli merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup terkenal dan memiliki keunggulan dalam strategi pemasaran dibandingkan dengan usaha seblak lainnya di daerah tersebut. Analisis kelayakan bisnis menjadi aspek yang sangat penting untuk dikaji guna menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak untuk dijalankan dalam jangka panjang.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti kelayakan usaha Seblak Pusat di sektor Mangli dengan mempertimbangkan berbagai aspek kelayakan bisnis, seperti aspek pemasaran, keuangan, ekonomi dan sosial, teknis dan operasional, organisasi, analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL), serta aspek hukum. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis dalam meningkatkan daya saing pada usaha seblak pusat sektor mangli.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan field research teknik yang digunakan untuk memperoleh data dalam penyusunan penelitian ini adalah menggunakan snowball. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1.) Usaha Seblak Pusat telah memenuhi sebagian besar aspek kelayakan bisnis, kecuali aspek hukum. Hal ini disebabkan oleh belum adanya surat izin usaha yang resmi serta belum diperbarunya sertifikasi halal pada produk seblaknya. Sehingga dapat berdampak pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang, terutama dalam hal legalitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. 2.) Dari perspektif ekonomi Islam, strategi yang diterapkan oleh pemilik dan karyawan Seblak Pusat dalam meningkatkan daya saing sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam usaha. Namun, dalam aspek pelayanan, usaha ini masih menghadapi kendala, terutama dalam sistem pemesanan online.

Seblak Pusat belum menjalin kerja sama dengan layanan kurir online, sehingga proses pemesanan dan pengantaran produk menjadi kurang efisien dan memerlukan waktu yang lebih lama. Hal ini dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan potensi peningkatan penjualan melalui platform digital. Oleh karena itu, disarankan agar usaha Seblak Pusat segera menjalin kerja sama dengan layanan kurir online guna meningkatkan kualitas pelayanan dan memperluas jangkauan pasar.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Analisis Kelayakan Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”* ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M., Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr, Sofiah M.E, selaku koordinator program studi ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
5. Ibu Dr.Hj.Nurul Widyawati Islami,S.Sos,M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik saya.
6. Ibu Siti Indah Purwaning Yuwaana S.Si.MM selaku Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan arahan kepada saya sejak memulai mengerjakan sampai menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Staf dan Dosen FEBI yang telah memberikan jasa pelayanan dan

membantu menyelesaikan skripsi ini.

8. Almamater saya Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan keberkahan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah	7
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	10
A. Peneliti terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Pendekatan dan Jenis penelitian.....	43
B. Lokasi Peneltian.....	43
C. Subyek Penelitian	43

D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Analisis Data.....	45
F. Keabsahan Data	46
G. Tahap-tahap penelitian.....	47
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	48
A. Gambaran Objek Penelitian	48
B. Penyajian Data dan Analisis.....	50
C. Pembahasan Temuan.....	68
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Pernyataan Keaslian Tulisan	
Matrik Penelitian	
Surat izin penelitian	
jurnal penelitian	
.surat selesai penelitian	
pedoman wawancara	
surat keterangan lulus plagiasi	
dokumentasi penelitian	
Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No. Uraian	Hal
Tabel 1.1 Perbandingan Perbedaan.....	4
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	19



DAFTAR GAMBAR

No.Uraian	hal.
4.1 Gambar Struktur Organisasi Seblak Pusat	49
4.2 Gambar Produk Seblak Pusat Kemasan Frozen	59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia usaha saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, dengan beragam bentuk bisnis yang hadir dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis menjadi peluang untuk mencapai kehidupan yang lebih baik, dan siapa pun yang berminat untuk berbisnis dapat melakukannya. Apabila seseorang dapat mengenali peluang bisnis, ia memiliki potensi untuk meraih kesuksesan melalui keterlibatannya dalam bisnis tersebut.²

Salah satu sektor bisnis yang kini banyak diminati adalah industri makanan dan minuman. Generasi milenial pun semakin banyak yang terjun ke dunia bisnis, seperti berjualan es krim atau produk makanan modern yang sedang tren di pasar perdagangan Islami.³

Islam menghendaki perdagangan yang berlangsung dengan bebas dan bebas dari distorsi. Hal ini bertujuan untuk memelihara unsur keadilan semua pihak dan Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan secara adil. Persaingan dan globalisasi adalah sesuatu yang mesti dihadapi. Untuk menghadapinya diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang baik, supaya omzet penjualan tetap stabil.⁴

Suatu usaha jika ingin berhasil maka harus memikirkan kelayakan

²Siti Rahmadani, Makmur, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Ukm Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan", Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis 1 no.1 hlm 76-63

⁴Diyan Yusri, Alang Sidek, Indra Syahputra, "Penerapan Hukum Islam Dalam Praktek Jual Beli Makanan Pada Aplikasi Go-Food," *Journal Economy and Currency Study (JECS)* 5, no. 2 (2023): 21–26, <https://doi.org/10.51178/jecs.v5i2.1431>.

hisnis karna sangat penting untuk keberhasilan suatu usaha adapun pengertian dari kelayakan bisnis yaitu mengkaji secara komperatif dan mendalam terhadap kelayakan suatu usaha. Usaha yang dikatakan layak atau tidak layak dijalankan dapat dilihat dari hasil perbandingan dari faktor ekonomi yang dialokasikan kedalam usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembaliannya atau pendapatan yang diperoleh dari usaha tersebut. Dan dapat dilihat dari beberapa aspek seperti aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis atau operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, aspek dampak lingkungan hidup.⁵

Suatu bisnis tidak lengkap tanpa adanya pesaing. Pesaing dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk meraih kemenangan atau hasil yang lebih baik secara kompetitif, tanpa menimbulkan ancaman atau benturan fisik terhadap pihak lain. Pesaing merupakan bagian dari struktur industri, di mana berbagai kekuatan pesaing saling mempengaruhi kemampuan laba dalam suatu industri.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Ananda Fasa (2024) "Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Seblak Di Sekampung". Berdasarkan hasil penelitian pada seblak teteh di sekampung dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa aspek kelayakan bisnis yang sudah terpenuhi yakni aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek produksi, aspek teknis, aspek kemanfaatan,

⁵ Vira Yuniar et al., "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu Dan Tempe Di Desa Pondok Jeruk Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan," *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management* 2, no. 2 (2022): 142–51, <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.929>.

dan aspek kesempatan kerja dan aspek lingkungan. Sehingga seblak teteh mampu meningkatkan daya saing produknya, akan tetapi dalam aspek hukum seblak teteh belum terpenuhi.

Fenomena tersebut juga ditemukan di kabupaten jember khususnya di Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember yang merupakan salah satu kampus terbesar di kota jember jadi tidak heran jika kampus tersebut dikelilingi oleh berbagai macam umkm seperti makanan pokok hingga jajanan viral seperti seblak.

Makanan seblak telah ada sejak tahun 1990-an, tetapi seblak baru menjadi salah satu makanan yang populer pada tahun 2015. Seblak berarti kerupuk, dan makanan ini berasal dari Bandung, Jawa Barat, dengan bahan dasar yang agak berbeda: telur ayam dan kerupuk. Rasa kencur yang terdapat dalam seblak membuat makanan ini terasa lebih unik. Seblak khas Bandung memiliki level pedas yang sangat bervariasi seperti pedas manis, pedas sedang, pedas gila, dan bahkan sampai pedas setan. Seblak juga dapat dimasak dengan berbagai teknik yaitu dimasak kering atau dengan kuah. Banyaknya pilihan rasa dan level seblak membuat makanan ini tidak bosan untuk menikmati dengan rasa gurih pedasnya. Menu ini sangat cocok disajikan terutama untuk kaum milenial yang sangat menyukai makanan pedas.⁶

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di Universitas

⁶ Fitria Fatihah Amalia et al., "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Seblak Teh Uun Di Dusun Cambay Desa Jatibaru (Studi Kasus Pada Aspek Pemasaran Dan Aspek Manajemen)," *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting* 5, no. 2 (2024): 808–14, <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.8645>.

Islam Negri Kiai Achmad Siddiq Jember, terdapat lima UMKM seblak, masing-masing dengan ciri khas tersendiri yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing. Adapun UMKM seblak yang ada di Diuinkhas yaitu Seblak Yu Lilik, Seblak Subang, Seblak Segitiga, Seblak Gokil dan Seblak Pusat. Dari kelima UMKM seblak tersebut memiliki perbedaan keunggulan mulai dari segi pemasaran hingga cita rasa. Adapun perbedaannya dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1: Perbandingan Perbedaan

Perusahaan	Keunggulan	Kelemahan
Seblak Yu Lilik	1.segi pemasaran:unggul dalam pemasaran melalui aplikasi gojek dan shoppe food 2.segi rasa:untuk rasa standar yakni cukup enak. 3.segi harga:sangat murah hal ini yang menjadikan seblak Yu Lilik unggul dalam segi Pemasaran	1.Dalam segi tempat kurang memadai karna usaha seblak Yu Lilik Termasuk Usaha Rumahan yang kurang luas sehingga para konsumen tidak bisa makan ditempat. 2.pelayanan yang cukup lama karna keterbatasan karyawan dan juga alat masak.
Seblak Gokil	Tidak ada keunggulan pada seblak gokil	1.dari segi pelayanan kurang memuaskan karna kurang ramah 2.segi harga cukup mahal
Seblak Segitiga	1.segi pemasaran:unggul karena rasanya yang enak dan pelayanan yanga ramah. 2.segi harga:sangat murah serta menyeydiakan topping yang cukup banyak. 3.segi tempat yang strategis,berdekatan langsung dengan kampus Universitas Islam Negri	1.Segi Tempat:kurangnya tempat parkir karena padatnya umkm disekitar seblak tersebut,kurangnya tempat duduk untuk konsumen.

	Kiai Achmad Siddiq Jember.	
Seblak Subang	Unggul karena rasanya yang sangat enak serta harga yang terjangkau. Dari segi pelayanan sangat ramah sehingga konsumen tertarik dan menjadi pelanggan tetap.	Tidak bisa dimakan ditempat karena akses lokaasi yang sangat sempit dan kurangnya pemasaran via online seperti gojek sehingga konsumen yang berada cukup jauh dari lokassin tidak bisa merasakan, Tidak memiliki akun pemasaran seperti Instagram,tiktok dll sehingga banyak yang belum mengetahui seblak tersebut.
Seblak Pusat	Unggul dalam segi pemasaran baik dari segi pemasaran online maupun offline, Sering membuat konten yang menarik dan viral sehingga para konsumen penasaran untuk mencoba, Dari segi rasa cukup enak dan hanya seblak pusat yang menerapkan sistem antar serta gratis ongkir untuk area Universitas Kemasan frozen sehingga konsumen yang jauh dari lokasi bahkan yang berada diluar kota dapat merasakan seblak tersebut. Dari segi tempat dan area parkir yang cukup luas dengan konsep cafe milenial dan cocok untuk mengerjakan tugas kuliah.	masih menggunakan kurir pribadi dan tidak terdaftar di aplikasi gojek

Dari ke lima seblak diatas dapat disimpulkan bahwa yang paling unggul adalah seblak pusat, dari fenomena diatas peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai **“Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam”** untuk mengetahui mengenai kelayakan bisnis yang terdapat pada seblak pusat sehingga mampu meningkatkan daya saing.

B. Fokus Penelitian

Dengan adanya batasan masalah yang ditentukan maka fokus penelitian yang dapat diambil yakni:

1. Bagaimana kelayakan bisnis yang ada di seblak pusat ?
2. Bagaimana strategi dalam meningkatkan daya saing ditinjau dari persepektif ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kelayakan bisnis yang ada pada usaha seblak pusat sektor mangli jember.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis pada usaha seblak pusat ditinjau dari beberapa aspek kelayakan bisnis.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberi informasi kepada pembaca mengenai kelayakan bisnis yang diterapkan di usaha seblak pusat
2. Dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya mengenai analisis kelayakan bisnis untuk meningkatkan daya saing ditinjau dari persepektif ekonomi islam.

3. Memberi informasi kepada pembaca mengenai kelayakan bisnis dalam meningkatkan daya saing ditinjau dari persepektif ekonomi islam

E. Definisi Istilah

1. Kelayakan bisnis

Studi kelayakan usaha adalah kegiatan mengidentifikasi, merencanakan, dan memperdalam setiap kegiatan atau usaha yang menghasilkan keuntungan dan manfaat sosial melalui penyediaan barang dan jasa yang diperlukan untuk sistem perekonomian

Hasilnya akan menentukan apakah usaha tersebut layak dilakukan kegiatan identifikasi di sini maksudnya sebelum memperkenalkan suatu perusahaan, terlebih dahulu harus diketahui dan dijelaskan ciri-ciri perusahaan, kebutuhan dan keinginan modelnya, baru kemudian dibentuk pola usahanya setelah itu barulah perencanaan dan perencanaan detail, artinya analisis menyeluruh dilakukan dengan menggunakan sumber informasi yang terukur dan dapat dihitung Dengan mengukur dan menghitung rencana bisnis yang akan dibangun, agar bisa mendapatkan hasil maksimal dari analisis keputusan untuk menentukan kesesuaian.

Bahwa analisis yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah usulan usaha tersebut siap dilaksanakan; Jika sudah operasional, berarti usaha akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar setelah pengusaha mengeluarkan modal dan aset untuk menjalankan usahanya

Kontribusi dalam bentuk uang atau non-moneter dapat diberikan tergantung pada tujuan pendirian perusahaan jika dicermati, makna “nilai”

di sini juga dapat diartikan bahwa manfaat yang didapat tidak hanya dirasakan oleh pengusaha saja, namun tentu saja juga dirasakan oleh investor, kreditor, pemerintah, dan masyarakat luas.⁷

2. Daya saing

Daya saing adalah pengembangan nilai yang dapat diciptakan suatu perusahaan untuk pembelian. menurut Agustinus Sri Wahyadi, pengertian keunggulan bersaing adalah suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang dicapai pesaing dalam industri tersebut

Daya saing mengacu pada kemampuan menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi uji internasional dengan tetap mempertahankan tingkat pendapatan berkelanjutan yang tinggi, atau tingkat pendapatan tinggi dan peluang kerja yang terbuka terhadap persaingan eksternal.⁸

3. Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah adalah sistem ekonomi yang berdasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam atau Syariah. Prinsip utama ekonomi syariah mencakup aspek keuangan dan perekonomian yang sejalan dengan ajaran islam yang terdapat dalam al-qur'an dan hadits, serta dapat diterapkan pada berbagai bidang ekonomi seperti perbankan, keuangan, investasi, dan perdagangan. Prinsip-prinsip tersebut bertujuan untuk menciptakan

⁷ Septi Septi, Rahman Febliansa, and Eska Prima Monique D, "Analysis Of Business Feasibility Study On The Development Of Father Yulianto's Tofu And Tempe Msme Business Reviewed From The Production And Marketing Aspects," *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital* 3, no. 2 (2024): 41–44, <https://doi.org/10.37676/jamdbd.v3i2.6262>.

⁸ Revita Sari and Chandra Halim, "Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Coffee Shop Di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr. Coffee)," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 1, no. 3 (2022): 231–48, <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1139>

perekonomian yang lebih adil dan berkelanjutan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Penerapan strategi ekonomi syariah dapat memberikan kontribusi positif terhadap stabilitas perekonomian Indonesia. Di bawah ini adalah beberapa cara ekonomi Syariah meningkatkan stabilitas perekonomian suatu negara⁹

F. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan Bab ini mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka Bab ini berisi tinjauan terhadap penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang dikaji, serta landasan teori yang mendukung penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian Bab ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data, validitas data, serta tahapan penelitian yang dilakukan.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis Bab ini memuat deskripsi objek penelitian, penyajian serta analisis data, dan pembahasan terhadap temuan penelitian.

BAB V Penutup Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan oleh peneliti berdasarkan temuan yang diperoleh.

⁹ Mutmainnah Mutmainnah and Siti Indah Purwaning Yuwana, "Strategi Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Stabilitas Ekonomi Indonesia," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)* 4, no. 1 (2024): 1–12, <https://doi.org/10.56013/jebi.v4i1.2694>.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Peneliti Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi sumber untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitiannya serta membantu dalam menentukan langkah langkah yang harus dilakukan secara sistematis untuk menyusun sebuah penelitian berdasarkan teori dan konsep, diantaranya yakni:

1. Skripsi oleh Wufron Rofiqi (2024)" Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Petis Ibu Atun di Desa Lembung Barat Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep Madura"Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif maupun kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research).hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha petis ibu Atun termasuk home industry yang sudah berjalan 5 tahun. Usaha ini belum dilakukan perhitungan manajemen yang matang. Sehingga tidak mengetahui keuntungan atau kerugian yang dialaminya. Oleh karena itu, perlu dilakukannya kelayakan bisnis agar dapat mengetahui layak tidaknya usaha yang dijalankannya.Dalam Aspek Hukum mengenai ketentuan hukum dan perizinan. Dari syarat tersebut, usaha Ibu Atun hanya mempunyai surat sertifikat tanah dan Kartu Tanda Penduduk. Aspek pasar dan Pemasaran pada usaha ini ialah memiliki satu jenis produk dengan sistem pemasarannya menggunakan mulut ke mulut. Jenis pasar yang dimasukinya adalah kalangan ibu rumah tangga. Dalam Aspek keuangan, modal yang digunakan sebesar Rp.1.300.000. Hasil perhitungan Payback

Period yaitu 4 bulan 3 minggu. Net Present Value ialah Rp. 9.959.641. Internal Return ialah 0,3746. Dan profitability Index adalah 866,12. Penilaian aspek teknis/operasi pada usaha petis Ibu Atun ialah pembuatan petis membutuhkan waktu kurang lebih 6 jam dalam 10 liter sari ikan. Letak usaha ini dekat dengan pasar tradisional. Pada usaha ini tidak mempunyai tenaga kerja. Ditinjau dari aspek sosial/ekonomi bisa membantu perekonomian masyarakat dengan cara dijual kembali. Dan tidak mempunyai limbah berbahaya. Adapun Kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha dalam melakukan pengembangan adalah terbatasnya biaya yang dimiliki oleh Ibu Atun sehingga belum dilakukan pengembangan dalam usahanya.¹⁰

2. Jurnal oleh Lusi Lusmawati, Della Filiyanti, Siti Noer Hafifah, Intan Roisah Maulidah, Nuril Aprisia Rokhmawan, Taufiqurrozzaq (2024) "Analisis Kelayakan Usaha Tahu Kriuk Sebagai Salah Satu Inovasi UMKM Guna Meningkatkan Selera Masyarakat" metode yang digunakan pada jurnal ini yaitu kualitatif deskriptif yang menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha tahu kriuk sebagai salah satu inovasi UMKM guna meningkatkan selera masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha tahu kriuk layak untuk

¹⁰ Wufron Rofiki "Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Petis Ibu Atun Di Desa Lembung Barat Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep" (skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Achamd Siddiq, Jember, (2024))

terus dijalankan berdasarkan aspek keuangan.¹¹

3. Jurnal oleh Anisa Triyana Bate'e, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani Krisanti, RR. Wening Ken Widodasih(2024)."Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran(Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan) jurnal ini fokus pada kelayakan bisnis Sop Ayam Pak Mim Klaten, yang telah berhasil beroperasi sekitar tahun 2019 di Cikarang, Bekasi. adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki dan menganalisis potensi pengembangan bisnis dengan membuka cabang-cabang di beberapa wilayah di Indonesia. Aspek-aspek tertentu yang digunakan dalam menganalisis kelayakan bisnis mencakup pasar dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rencana pengembangan usaha ini sangat positif, terutama dalam hal pasar dan pemasaran. Dari segi pasar, produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang unggul, harga yang bersaing dengan pesaing lain, dan UMKM Sop Ayam Pak Mim Klaten telah menjalin kerjasama dengan platform pemesanan makanan online seperti Gofood, Grabfood, dan Shopeefood. Di samping itu, penerapan strategi promosi melalui word of mouth dan diskon pada awal pembukaan juga menjadi faktor yang mendukung. Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mendalam. Dari hasil keseluruhan penelitian ini, tergambar gambaran menyeluruh

¹¹ L Lusmawati et al., "Analisis Kelayakan Usaha Tahu Kriuk Sebagai Salah Satu Inovasi UMKM Guna Meningkatkan Selera Masyarakat," *Analisis Kelayakan Usaha Tahu Kriuk Sebagai Salah Satu Inovasi UMKM Guna Meningkatkan Selera Masyarakat* 2, no. 2 (2024), <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBIKIN/article/view/89%0Ahttps://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBIKIN/article/download/89/116>.

bahwa Sop Ayam Pak Mim Klaten menunjukkan tingkat kelayakan yang cukup tinggi, terutama ketika dipertimbangkan dari perspektif pasar dan pemasarannya yang telah dikaji secara mendalam. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Sop Ayam Pak Mim Klaten memiliki potensi yang kuat untuk berhasil dalam pengembangan usahanya di beberapa wilayah di Indonesia.¹²

4. Skripsi oleh Muhammad Ridwan(2024)"Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Rongsokan Mas Andi Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” pada skripsi tersebut meneliti tentang analisis kelayakan bisnis pada usaha rongsokan ditinjau dari etika bisnis islam adapun alasan penulis meneliti usaha tersebut karena pekerjaan di bidang barang bekas seringkali dianggap rendah oleh sebagian masyarakat, salah satunya yaitu Mas Andi yang merupakan salah satu warga Desa Bumiharjo yang bergerak di bisnis ini barang bekas. Mas Andi tidak menyebutkan secara jelas harga untuk tiap jenis barang rongsok yang dibeli, hanya menyebutkan jumlah total yang diperoleh oleh penjual barang rongsok. Penelitian tersebut bertujuan untuk: 1) mengetahui studi kelayakan bisnis usaha rongsokan Mas Andi ditinjau dari etika bisnis Islam, dan 2) mengetahui faktor penghambat studi kelayakan bisnis usaha rongsokan Mas Andi. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dan sifat penelitiannya bersifat deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi.

¹² Anisa Triyana Bate'e et al., “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan),” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 221–35.

Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir deduktif Hasil kajian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa: Berdasarkan etika bisnis Islam, studi kelayakan bisnis barang bekas yang dilakukan Mas Andi didasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu kesatuan (kebulatan suara), keseimbangan/keadilan, dan kebenaran (kebajikan) dan integritas) dan tanggung jawab Prinsip keseimbangan dan keadilan dicapai dengan menyesuaikan gaji pegawai dengan tingkat pekerjaannya Semakin keras pekerjaannya, semakin besar pahalanya Asas persatuan (tauhidan) terlihat dari peningkatan perekonomian masyarakat melalui pemanfaatan sampah Prinsip kebenaran (kebajikan dan integritas) tercermin dari Mas Andy yang tidak melakukan persaingan harga dengan perusahaan lain Asas tanggung jawab dibuktikan dengan ketika Mas Andy membeli barang curian, ia selalu bertanggung jawab penuh dengan mempertanggungjawabkan kepada polisi dan Faktor penghambat studi kelayakan usaha barang bekas Mas Andi antara lain: a) persaingan harga dengan pengepul lain; b) Cuaca pada musim hujan C) Pemasok sampah yang tidak jujur.¹³

5. jurnal oleh umar gibra asshidduq dan abdur rohman(2023)."analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek keuangan pada kedai es boba manis didesa slopeng".Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis

¹³ Muhammad Ridwan,"Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Rongsokan Mas Andi Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam", (Skripsi, IAIN Metro, 2024)

kelayakan bisnis pada Kedai es boba manis di desa slopeng ditinjau dari aspek keuangannya. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan secara kualitatif, dengan mengambil obyek penelitian pada Kedai es boba manis di desa slopeng. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi dengan narasumber atau penjual yang berkaitan dengan es boba manis di desa slopeng, yaitu owner dan pelanggan. Hasil analisis kelayakan bisnis pada aspek keuangan dikatakan layak hal tersebut karena Faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan yang dijelaskan menunjukkan bahwa pengembangan usaha es boba telah berjalan dengan baik. Salah satu contoh inovasi yang telah diimplementasikan yaitu melalui penawaran variasi rasa dan minuman yang alami tanpa adanya pemanis buatan yang telah dipamerkan dalam Pesta Wirausaha dan juga dijual di outlet es boba manis.¹⁵

6. Jurnal Oleh Haafis Ramadhan setiawan dan Kamaludin(2023)."Studi Kelayakan Jasa Digital Ilustrasi pada Era Bisnis Digital"Jurnal tersebut bertujuan untuk mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data riset pasar mengenai potensi dan minat pasar terhadap usaha jasa digital ilustrasi.Penelitian tersebut difokuskan pada studi kelayakan pasar dalam negeri maupun luar negeri untuk mengetahui posisi kebutuhan digital ilustrasi. Adapun metode yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan penelitian

¹⁵ Umar Gibran Asshiddiqi and Abdur Rohman, "Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Keaungan Pada Kedai Es Boba Manis Di Desa SlopengKANALISIS KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN PADA KEDAI ES BOBA MANIS DI DESA SLOPENG," *Jma* 2, no. 6 (2024): 3031–5220.

kualitatif dengan jenis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jasa digital ilustrasi memiliki potensi dan minat pasar yang baik. Penelitian ini berkontribusi secara praktis bahwa analisis kelayakan usaha merupakan sebuah strategi dalam peningkatan potensi penjualan dan penetapan segmentasi pasar jasa digital¹⁶

7. Jurnal oleh Alfian Adhitama, Nur Fitri Rahmawati Dan Selvi yang (2023). "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Pada Cofee Shop Pilona Coffe Di Kota Tangerang" Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan usaha kedai kopi Bapak. Orip Nurslim dapat dan akan terus beroperasi dan berkembang. Kajian empiris ini didasarkan pada faktor non finansial yaitu faktor pasar dan faktor pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi tetapi faktor finansial yaitu PP (payback period) 0.5 tahun atau 5 bulan, NPV > 0 yaitu Rs. 130.703.893, nilai P>1 sebesar 3,3 dan nilai IRR investasi ini lebih tinggi 58,5% dibandingkan tingkat bunga tahun 2021.¹⁷
8. Jurnal oleh Lili Milyaningsih, Efi Pertiwi Rahayu, Isnaini Niswatun Khasanah Dan Indra Astuti (2023). "Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sablon soba Jaya Untuk Membangun Usaha Kreatif Dan Inovatif". Tujuan dari penelitian ini adalah apakah Suba Jaya dapat dibaca layarnya atau tidak. Agar diskusi menjadi efektif, setiap bagian harus memiliki proposisi

¹⁶ Hafis Ramadhan Setiawan and Kamaludin Kamaludin, "Studi Kelayakan Jasa Digital Ilustrasi Pada Era Bisnis Digital," *Journal of Business Technology and Economics* 1, no. 1 (2023): 8–16, <https://journal.pipuswina.com/index.php/jbte/article/view/45>.

¹⁷ Alfian Adhitama et al., "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Pada Coffee Shop Pilona Coffee Di Kota Tangerang," *Jurnal Adminitrasi Bisnis* 351, no. 3 (2023): 6, <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>.

nilai, namun bukan merupakan proses evaluasi tunggal. Evaluasi untuk menentukan kelayakan harus didasarkan pada beberapa faktor. Metode yang digunakan dalam studi kelayakan usaha adalah metode kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara, yang kemudian diolah dengan menggunakan perhitungan margin keuntungan (BEP) dan laba atas investasi (ROI). Hasil studi kasus ini menunjukkan bahwa Soba Jaya dapat dibaca oleh layar.¹⁸

9. Jurnal oleh Priskila Valentina Santoso, Rizcha Verda Amarillo Dan Seviana (2022). "Analisis Kelayakan Bisnis Pada UMKM Makanan Khas Palembang Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang)," Adapun hasil dari yang di teliti yaitu Usaha "Pempek Sultan Asli Palembang" merupakan usaha memasak yang dijalankan sebagai usaha keluarga. Produk yang ditawarkan adalah Pompek Kapal Selam, Pompek Teller dan Pompek Langer, Kulit Pompek, Sosis Pompek, Keju Pompek, Bakso Pompek atau Adan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kemungkinan didirikannya usaha "Pempek Sultan Asli Palembang" yang berlokasi di kota Malang yaitu Karanglo, Banjararum, Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Dalam penelitian ini usaha "Pempek Sultan Utama Palembang" telah mencakup seluruh aspek metode analisis untuk dapat menyajikannya.¹⁹

¹⁸ Rifat Tri Nugraha and Raditha Dwi Vata Hapsari, "Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kos," *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi* 2, no. 3 (2023): 823–31, <https://doi.org/10.21776/jki.2023.02.3.17>.

¹⁹ Priskila Valentina Santoso, Rizcha Verda Amarillo, and Seviana Prasetyarini, "Analisis Kelayakan Bisnis Pada UMKM Makanan Khas Palembang Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang)," *Jurnal Multidisiplin West Science* 01, no. 02 (2022):

10. Jurnal oleh Mahfud Nugroho,Fitria Yuni Astuti (2021). “Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Pedagin”. Adapun hasil dari penelitiannya yaitu Ayam broiler merupakan jenis ayam yang paling populer dikonsumsi masyarakat India. Hasil penelitian Kementerian Pertanian menunjukkan bahwa konsumsi ayam broiler selalu tinggi dan meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan survei BPS RI, pada tahun 2019 mencapai 12,79 kg per orang per tahun. Informasi tersebut meningkat hingga tahun 2018 yang mencapai 11,5 kg per orang per tahun. Oleh karena itu, peluang usaha di bidang ayam broiler masih terbuka. Hasil perhitungan nilai NPV adalah sebesar 585.846.048 yang menunjukkan bahwa nilai arus kas masuk lebih besar dibandingkan dengan arus kas keluar. Payback period (PP) 1 tahun 3 bulan. Nilai indeks produk (PI) sebesar 0,788. Tingkat pengembalian internal (IRR) adalah 53%, melebihi tingkat pengembalian yang disyaratkan sebesar 10%. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa usaha peternakan ayam broiler dapat dilanjutkan atau dikembangkan.²⁰

181–95,
<https://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/view/48%0Ahttps://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/download/48/46>.

²⁰ Mahfud Nugroho and Fitria Yuni Astuti, “Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Pedaging,” *Jurnal Manajemen Dayasaing* 23, no. 1 (2021): 59–72, <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i1.14065>.

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti,Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Wufron Rofiqi (2024)" Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Petis Ibu Atun di Desa Lembung Barat Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep Madura"	persamaan kedua peneliti yaitu terletak pada metode penelitiannya. yakni menggunakan metode penelitian kualitatif	perbedaan:terletak pada fokus penelitian yakni pada skripsi yang dilakukan oleh Wufron rofiki fokus mengenai analisis kelayakan bisnis dan kendala apa saja yg dialami oleh usaha petis pada saat menerapkan kelayakan bisnis tersebut,se sedangkan fokus penelitian yang akan diteliti yaitu mengenai kelayakan bisnis dan daya saing usaha.
2	Lusi Lusmawati,Della Filiyanti,Siti Noer Hafifah,Intan Roisah Maulidah,Nuril Aprisia Rokhamawan dan Taufiqurrozaq(2024) ." Analisis Kelayakan Usaha Tahu kriuk Sebagai Salah Satu Inovasi Umkm Guna Meningkatkan Selera Masyarakat."	persamaanya terletak pada objek penelitian yakni meneliti mengenai kelayakan usaha pada umkm dan pada jurnal tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif.	perbedaan dari kedua penelitian tersebut yaitu terletak pada teori yang digunakan pada jurnal tersebut menggunakan teori kelayakan bisnis dan analisis swot sedangkan pada skripsi ini menggunakan teori kelayakan bisnis dan daya saing
3	Anisa Triyana Bate'e, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani Krisanti,RR. WeningKenWidodasih(2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Umkm Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam	persamaan nya yaitu terletak pada permasalahan yang akan diteliti yakni sama sama menganalisis kelayakan bisnis pada umkm serta teori yang digunakan pada jurnal ini sama dengan skripsi yang akan diteliti oleh penulis serta metode penelitiannya memiliki kesamaan yaitu sama sama menggunakan	pembedaannya yaitu pada jurnal tersebut hanya berfokus menganalisis kelayakan bisnis dari aspek pemasaran saja sedangkan yang akan diteliti oleh penulis yaitu meneliti dari semua aspek yang ada pada kelayakan bisnis, serta lokasi yang di teliti pada jurnal tersebut yaitu terletak dikota cikarang sedangkan yanh akan diteliti oelh penulis terletak di kota jember

	Pak Mim Klaten Di Cikarang	metode kualitatif.	
4	Muhammad Ridwan(2024)"Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Rongsokan Mas Andi Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam	persamaan dari kedua penelitian tersebut yaitu terletak pada teori yang digunakan yakni kelayakan bisnis dan metode penelitian yakni menggunakan metode kualitatif	pada skripsi milik muhammad ridwan meneliti mengenai analisis kelayakan bisnis ditinjau dari segi etika bisnis islam serta hanya fokus meneliti dari beberapa aspek yang terdapat pada studi kelayakan bisnis sedangkan yang akan diteliti oleh penulis yakni meneliti kelayakan bisnis untuk meningkatkan daya saing suatu usaha ditinjau dari persepektif ekonomi islam dan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berfokus pada semua aspek kelayakan bisnis
5	umar gibra asshidiq dan abdur rohman (2023)" analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek keuangan pada kedai es boba manis didesa slopeng	persamaanya terdapat pada metode penelitian yaitu sama sama menggunakan metode kualitatif dengan cara mewawancarai pemilik usaha untuk menemukan hasil terkait analisis kelayakan usaha pada objek penelitian yang dilakukan oleh umar gibra dan yang akan diteliti oleh penulis.pada penelitian tersebut sama sama ingin mengetahui tentang layak atau tidaknya usaha ditinjau dari aspek kelayakan bisnis.	perbedaanya terdapat pada fokus penelitian yakni pada jurnal milik umar gibra asshidiq hanya fokuss meneliti dari aspek keuangan pada objek yang diteliti sedangkan untuk skripsi yang akan diteliti oleh penulis fokus menganalisis kelayakan bisnis untuk meningkatkan daya saing usaha ditinjau dari persepektif ekonomi islam
6	hafis ramadhan setiawan dan kamaludin,(2023)" studi kelayakan jasa digital ilustrasi pada era bisnis digital	Pada jurnal milik hafis ramadhan sama sama menganalisis bagaimana kelayakan bisnis mampu menigkatkan daya saing serta strategi	Jurnal tersebut bertujuan untuk mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data riset pasar mengenai potensi dan minat pasar terhadap usaha jasa digital ilustrasi

		apa saja yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing usaha.	sedangkan yang akan diteliti oleh penulis yaitu untuk mengetahui kelayakan bisnis untuk meningkatkan daya saing ditinjau dari perspektif ekonomi islam.
7	Alfian Adhitama,Nur Fitri Rahmawati Dan Selvi,(2023)” Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Pada Coffeeshop Pilona Coffee Di Kota Tangerang	pada jurnal tersebut menggunakan metode kualitatif sama dengan metode yang akan digunakan oleh penulis,serta jurnal tersebut meneliti kelayakan bisnis umkm dan mamakai teori yang sama.	pada jurnal tersebut meneliti fokus untuk mengetahui Studi Kelayakan Usaha Kuliner Pada Coffee Shop Pilona Coffee Periode 202 dilihat dari aspek finansial dan non finansial sedangkan yang akan diteliti oleh penulis yaituu fokus dari berbagai aspek seperti aspek hukum,pemasaran,sumberdaya alam dll
8	Lili Milyaningsih,Efi Pertiwi Rahayu,Isnaini Niswaton Khasanah,Dan Indra Hastuti (2023)” Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sablon Soba Jaya Untuk Membangun Usaha Kreatif, Dan Inovatif”	Persamaanya yaitu terdapat pada teori yakni menggunakan teori studi kelayakan bisnis	Perbedaanya terletak pada lokasi,objek penelitian serta pada penelitian tersebut fokus bagaimana studi kelayakan bisnis ini diterapkan pada usaha sablon untuk membangunusaha yang kreatif
9	priskila valentina santoso,rizcha verda amarillo dan seviana presetyarini (2022), “analisis kelayakan bisnis pada umkm makanan khas palembang dikota malang(studi kasus pada bisnis pempek sultan asli pelembang)”	Persamaanya terletak pada metode penelitian dan juga pembahasan yang akan diteliti yaitu meneliti 1 umkm dari semua segi aspek yang ada distudi kelayakan bisnis seperti aspek sdm,keuangan dll	Perbedaannya pada penelitian yang dilakukan oleh priskila yaitu fokus meneliti kelayakan kelayakan bisnisnya saja tanpa meneliti cara meningkatkan daya saing pada umkm tersebut
10	Mahfud Nugroho,Fitria Yuni Astuti (2021)” Analisis Kelayakan	Persamaanya yaitu terdapat pada fokus penelitian pada jurnal sama sama	Perbedaanya yaitu pada jurnal tersebut juga meneliti dari segi aspek finansial sedangkan yang akan diteliti oleh penulis

	Usaha Pertenakan Ayam Pedaging (broiler)”	meneliti dari aspek pemasaran dan juga sumber daya manusia	tidak meneliti mengenai aspek tersebut.
--	---	--	---

Sumber data: Diolah peneliti tahun 2024

B. Kajian Teori.

1. Pengertian bisnis islam

Islam sangat menganjurkan agar semua orang beriman terus bekerja. Tidak ada satu kata pun yang mengatakan bahwa umat Islam dianjurkan untuk bermalas-malasan karena ini adalah perilaku setan. Pentingnya perilaku yang menjaga etos kerja adalah agar manusia senantiasa bekerja, bekerja dan bekerja, Rasulullah Muhammad SAW bersabda didalam suatu hadis yang artinya bahwa bekerja mencari rejeki yang halal merupakan kewajiban, setelah kewajiban ibadah (H.Ath. Thabrani dan Baihaqi).

Hadits ini kemudian diperkuat dengan firman Allah dalam surat al-A'raff ayat 10:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشًا قَلِيلًا ۗ مَا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

Artinya:”Dan sungguh, Kami telah menempatkan kamu di bumi dan di sana Kami sediakan (sumber) penghidupan untukmu. (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur.”²¹

Al-Qur'an di atas sangat jelas dan tegas meminta manusia untuk bekerja mencari sumber penghidupan yang telah disediakan oleh Allah SWT. Al-Quran di atas kemudian ditegaskan dalam hadis agar dalam mencari sumber rezeki harus dilakukan dengan cara yang halal karena

²¹ Al-Qur'an "Surah Al A'raf, Ayat 10." *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019

mencari rezeki yang halal itu wajib. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengertian bisnis syariah Islam adalah segala bentuk usaha yang dibatasi pada cara memperoleh dan memanfaatkan harta agar selalu halal dan menolak hal-hal yang haram.

Bisnis syariah sebagai suatu kegiatan ekonomi bisnis dengan berbagai bentuk yang tidak mempunyai batasan dalam hal kepemilikan aset, baik jasa maupun barang, namun terbatas dalam cara memperoleh dan memanfaatkan aset karena tentang aturan haram dan halal menurut islam. Bisnis menurut Islam adalah sesuatu yang dibolehkan bahkan sangat dianjurkan oleh Islam. Bisnis bahkan pernah dilakukan oleh Nabi dan Para Sahabat Rasulullah pada zaman dahulu kala.

Para sahabat Rasulullah SAW banyak yang berprofesi sebagai saudagar dan kekayaannya dapat membawa manfaat yang besar bagi kemajuan Islam. Islam tidak memperbolehkan perdagangan yang mengarah pada riba, perjudian, atau menawarkan produk atau layanan yang mengandung bahan berbahaya. Untuk itu di balik bisnis ini benar menurut Islam, dimana ada rasa akhlak dan manfaat yang bisa didapat. Berikut ini kami akan menjelaskan prinsip dan manfaat bisnis dalam perspektif Islam. Islam juga berharap agar bisnis yang dilakukan seorang muslim tidak hanya menguntungkan dirinya sendiri, namun dapat membawa manfaat yang banyak bagi banyak orang. Sesuai konsep Rahmatan Lil Alamin.

Konsep bisnis dalam Islam banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an

dengan menggunakan beberapa istilah, seperti; tijarah, al-bai, isytara dan tadayantum. Semua istilah tersebut menunjukkan bahwa bisnis dalam perspektif Islam hakikatnya tidak semata-mata bersifat material yang tujuannya hanya mencari keuntungan duniawi, tetapi juga bersifat immaterial yang tujuannya adalah mencari keuntungan dan kebahagiaan di akhirat. Bisnis dalam Islam harus dijalankan secara profesional dengan melibatkan ketelitian dan keakuratan dalam proses pengelolaan dan administrasinya agar terhindar dari kerugian, juga harus terbebas dari unsur penipuan (gharar), kebohongan, riba dan praktik-praktik lainnya yang dilarang oleh syariat. Karena pada dasarnya kegiatan bisnis tidak hanya dilakukan antara sesama manusia tetapi juga antara manusia dengan Allah. Dalam konteks ini, Al-Qur'an menawarkan keunggulan bisnis yang tidak pernah mengenal kerugian yang dalam Al-Qur'an disebut dengan "tijaratan lan tabura". Karena sekalipun seorang pelaku bisnis muslim mengalami kerugian secara material, hakikatnya ia tetap beruntung karena memperoleh pahala atas komitmennya dalam menjalankan bisnis sesuai syariat.²² serta sesuai prinsip prinsip syariah.

Prinsip syariah merupakan suatu kebenaran yang dijadikan sebagai pokok dasar berfikir dan bertindak dalam bisnis prinsip merupakan pijakan atau sandaran seseorang dalam menjalankan aktivitas bisnis. Oleh karena itu, prinsip bisnis syari'ah merupakan pokok dasar berfikir dan bertindak dalam menjalankan aktivitas bisnis berdasarkan tuntunan

²² Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*, FEBI UIN-SU Press, 2018.

syari'at Islam. Secara umum terdapat beberapa prinsip dasar dalam bisnis syari'ah, namun dalam tulisan ini penulis akan membahas tujuh prinsip bisnis syari'ah, yaitu: Prinsip tauhid, Prinsip Kenabian, Prinsip Kemaslahatan, kesukarelaan, keadilan, persaudaraan, kebebasan dan tanggung jawab.

a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid atau prinsip ilahiyyah merupakan pilar utama dalam segala aktivitas manusia di muka bumi ini. Inti tauhid yakni bahwa Allah adalah zat yang maha mencipta, mengatur dan maha memelihara alam semesta. Dengan prinsip tauhid akan menimbulkan tiga asas pokok yang dapat dipegang oleh pebisnis muslim Dunia dan seluruh isinya adalah milik Allah, dan berjalan sesuai kehendak Allah. Semua makhluk adalah ciptaan Allah dan wajib tunduk dan patuh terhadap titah Allah. Iman kepada hari kiamat akan mempengaruhi tingkah laku manusia menurut horizon waktu. Dalam bisnis prinsip tauhid akan mengintegrasikan dan mengkoneksikan antara dimensi material dan dimensi spiritual. Dalam bisnis Islam dimensi material tidak berjalan sendiri-sendiri dengan dimensi spiritual, akan tetapi keduanya merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Oleh karena itu, Sebagai makhluk sosial seseorang butuh bekerja (berbisnis) untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, akan tetapi dalam setiap bisnis atau pekerjaan yang dilakukan seseorang tetap memiliki kewajiban spiritual berupa ibadah kepada Alla, hal ini menarik jika diilustrasikan

dalam firman Allah Surat al-Jumu'at ayat 9-10:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.*

Ayat tersebut berisi ajaran normatif yang sangat indah sekali, bagaimana tugas seseorang untuk memenuhi kebutuhan duniawinya dengan berbisnis yang diimbangi dengan tugas manusia sebagai makhluk ciptaan Allah yang harus melakukan ibadah penghambaan terhadap Allah. Dalam ayat berikutnya, manusia diingatkan kembali bahwa hidup didunia bukan hanya untuk ibadah semata, akan tetapi ada kewajiban untuk bekerja sebagai wasilah untuk memenuhi kebutuhan didunia. Pada intinya prinsip tauhid dalam bisnis Islam merupakan penegasan bahwa pelaksanaan bisnis harus disertai dengan penyerahan diri kepada Allah. Bahwa Allah adalah zat yang mengatur semua urusan hambanya, seorang pebisnis tidak hanya berbisnis semata akan tetapi berbisnis disertai dengan ibadah kepada Allah.

- b. Prinsip Kenabian Nabi Muhammad SAW, merupakan insan kamil (manusia paripurna) yang diutus oleh Allah sebagai pembawa ajaran kebenaran di belahan dunia ini, sebagai nabi pembawa kebenaran dan rahmat seluruh alam, Rasulullah tidak hanya membawa ajaran tentang persoalan iman dan ibadah makhluk semata, akan tetapi ajaran yang

dibawa oleh rasulullah adalah ajaran yang universal yang mencakup seluruh aktivitas manusia baik dari segi keimanan, ibadah, sosial, politik, ekonomi, bisnis dan lain sebagainya.

Secara historis nabi Muhammad adalah sumber sekaligus founding father bisnis dalam Islam. Hal ini tercermin dalam diri nabi Muhammad saat menjalankan usaha perniagaan dari hasil kerjasama antara nabi Muhammad dengan Siti Khadijah. Bisnis perniagaan dilakukan pertama kali oleh nabi Muhammad saat berusia 25 tahun dengan membawa barang dagangan Siti Khadijah untuk dipasarkan diSyiria.Prinsip an-nubuwwah adalah prinsip bisnis dalam islam yang disandarkan kepada sifat nabi yang empat yaitu: siddiq (jujur), amanah (terpercaya), tabligh (komunikatif) dan fathanah (cerdik atau pandai)

c. Membawa kebaikan

Kegiatan bisnis bertujuan untuk meningkatkan taraf kehidupan sosial masyarakat. Bisnis dalam pandangan Islam bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat agar menjadi lebih baik yang disebut dengan falah (فلاح). Falah bisa berdimensi dunia dan akhirat. Artinya bisnis tidak hanya bertujuan untuk perbaikan secara duniawi saja akan tetapi sampai ukhrawi. Dalam prinsip ini yang di utamakan adalah kemashlahatan umat. Artinya setiap pelaku bisnis selalu menghindari hal-hal yang akan merugikan pihak lain. Oleh karena itu dalam bisnis harus dihindari praktik-pratik yang dapat menimbulkan kenestapaan bagi orang lain

d. Kesukarelaan

Prinsip ini menyatakan bahwa setiap bentuk bisnis baik antar individu ataupun dengan pihak lain harus berdasarkan kerelaan atau suka sama suka. Yang dimaksud dengan kerelaan disini adalah kerelaan dalam menerima atau menyerahkan harta yang menjadi objek bisnis. Dalam bisnis selalu didasari kesukarelaan, setiap bisnis yang dijalani merupakan kehendak sendiri bukan atas dasar paksaan dari pihak lain. Setiap tindakan bisnis yang terjadi merupakan faktor alamiah, artinya bukan tekanan dari orang lain atau sebagainya. Akan tetapi dalam prinsip ini harus diperhatikan status kehalalan objek transaksi, jika objek transaksi adalah sesuatu yang dilarang, maka prinsip kesukarelaan ini menjadi sia-sia. Seperti contoh pelaku bisnis yang melakukan transaksi riba, maka kesukarelaan dalam transaksi ini menjadi sia-sia. Sebab kesukarelaan merupakan rukun atau prinsip dari bisnis bukan merupakan prinsip menghalalkan atau melegalkan bisnis yang dilarang dalam Islam.

e. Keadilan

Secara umum keadilan dapat diartikan sebagai menempatkan sesuatu pada tempatnya. Adil merupakan suatu keadaan dimana setiap orang dapat mencapai apa yang menjadi hak nya. Prinsip keadilan menjadi titik sentral dalam aktivitas bisnis, sekalipun bisnis yang dijalankan tidak sesama orang muslim. Keadilan merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Dalam bisnis prinsip keadilan merupakan

hal yang paling urgen. Termasuk adil dalam bisnis adalah adil dalam menentukan harga dari objek bisnisnya sehingga barang yang dijadikan objek bisnisnya dapat terjangkau oleh masyarakat pada umumnya. Disamping hal tersebut antara sesama bisnis juga harus berlaku adil yaitu dengan memberikan kesempatan yang sama untuk tumbuh dan berkembang bersama. Oleh karena itu para pebisnis diharuskan untuk berhati-hati agar tidak melakukan bisnis yang dapat merugikan orang lain atau sebaliknya dapat merugikan terhadap pebisnis itu sendiri

f. Persaudaraan

Ukhuwah atau persaudaraan merupakan salah satu tujuan atau misi dalam bisnis. Aktivitas bisnis dilakukan agar umat Islam menyatu dalam koridor yang sama untuk mendapatkan sebuah kesejahteraan dan kemakmuran yang sama. Dalam Islam sangat dianjurkan untuk bekerja sama atau selalu berjamaah dalam melakukan apapun termasuk dalam bisnis, karena dalam Islam antara pebisnis terhadap pebisnis yang lain bukanlah permusuhan tetapi tetap persaudaraan. Secara umum bisnis adalah dunia kompetisi yang didalamnya terdapat rivalitas dan persaingan antara pebisnis dengan pebisnis yang lainnya. Akan tetapi dalam Islam terdapat prinsip persaudaraan, bahwa setiap pebisnis adalah sama dihadapan Allah. Oleh karena itu persaingan bisnis dalam Islam bukan seperti persaingan bisnis yang menghilangkan aspek persaudaraan melainkan saling menguatkan

Esensi dari prinsip ukhuwah (persaudaraan) adalah terjalinnya keharmonisan dan tercapainya jiwa ta'awun (saling tolong-menolong). Dengan demikian dalam bisnis seseorang tidak dibenarkan meraih keuntungan diatas penderitaan orang lain atau diatas penderitaan pebisnis lain.

g. Kebebasan dan tanggung Jawab

1) Kebebasan

Dalam gramatikal arab kata al-Hurriyah memiliki terjemahan kebebasan berarti kebebasan. Dalam bisnis seseorang memiliki kebebasan untuk menjalankan bisnis selama bisnis tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Hukum asal dalam transaksi (bisnis) adalah boleh selama tidak ada argumentasi yang melarang transaksi (bisnis) tersebut.

Kaidah tersebut memberikan gambaran bahwa dalam Islam seorang pebisnis memiliki kebebasan dalam berbisnis selama bisnis tersebut tidak menyalahi aturan-aturan dalam Islam. prinsip al- Hurriyah akan memberikan peluang kepada setiap orang untuk memiliki kreatifitas dan inovasi dalam berbisnis.

2) Tanggung jawab

Prinsip Kebebasan dalam bisnis akan senantiasa diimbangi oleh prinsip pertanggungjawaban. Dalam Islam setiap perbuatan seseorang akan dimintai pertanggungjawaban baik pertanggungjawaban secara horizontal (sesama manusia) maupun

pertanggungjawaban secara vertikal (dengan Allah). Oleh karena itu, setiap bisnis yang dilakukan oleh seseorang akan dimintai pertanggungjawaban. Prinsip al- masuliyah akan melahirkan kehati-hatian bagi para pebisnis, agar bisnis yang dilakukan tetap sesuai dengan ajaran Islam.²³

2. Pengertian kelayakan bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah suatu proses di mana dilakukan penelitian mendalam terhadap suatu bisnis untuk menentukan apakah bisnis tersebut layak atau tidak. Penelitian mendalam meliputi pemeriksaan secara cermat terhadap data dan informasi yang tersedia, kemudian mengukur, menghitung, dan menganalisis hasil penelitian dengan menggunakan metode tertentu. Penelitian dilakukan terhadap bisnis yang dijalankan dalam skala besar agar penelitian lebih efektif. Efektivitas biaya berarti penyelidikan dilakukan untuk menentukan apakah manfaat tindakan tersebut lebih besar daripada biayanya. Efektivitas dengan kata lain diartikan dalam arti usaha yang dijalankan memberikan manfaat finansial dan non finansial berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Tidak menutup kemungkinan di sini akan ada manfaat tidak hanya bagi perusahaan yang beroperasi, namun juga bagi investor, kreditor, otoritas, dan masyarakat pada umumnya. Definisi bisnis adalah bisnis yang dijalankan demi uang dengan tujuan utama menghasilkan uang. Keuntungan inilah yang dalam bisnis dikenal sebagai keuntungan

²³ Asiva Noor Rachmayani, *Manajemen bisnis Syariah*, Media Sains Syariah, Bandung, 2015.

ekonomi. Namun dalam praktiknya, perusahaan nirlaba juga harus melakukan studi kelayakan bisnis, karena manfaat yang diterimanya tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga non finansial. Oleh karena itu, dengan melakukan studi kelayakan bisnis, Anda dapat menunjukkan apakah bisnis atau usaha yang diteliti layak atau tidak. Kekuatan suatu bisnis dapat dilihat dari berbagai aspek. Agar setiap kondisi dianggap adil, kategori nilai tertentu harus dipenuhi, namun keputusan penilaian tidak didasarkan pada satu kategori saja. Evaluasi untuk menentukan kelayakan harus didasarkan pada seluruh faktor yang akan dievaluasi di kemudian hari.²⁴

3. Tujuan kelayakan bisnis

Tujuan utama dari studi kelayakan bisnis adalah agar perusahaan berkinerja sesuai yang diharapkan dalam jangka pendek dan jangka panjang. Selain itu, mengukur sejauh mana potensi bisnis dalam situasi yang mendukung atau tidak disponsori. Tidak ada kesalahan dalam perhitungan, jadi utilitasnya harus benar. 5 tujuan studi kelayakan usaha adalah :

- a. Untuk menghindari resiko kerugian. Tujuan dari studi kelayakan adalah untuk menghindari resiko kerugian dimasa depan yang belum pasti . Beberapa dari situasi ini dapat diprediksi dan ada pula yang tidak. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakan adalah meminimalkan risiko-risiko yang tidak diinginkan, baik yang dapat dikendalikan maupun tidak.

²⁴ I Made Adnyana, *Studi Kelayakan Bisnis I*, Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2020.

- b. Perencanaan menjadi lebih mudah. Memperkirakan apa yang akan terjadi di masa depan membuat perencanaan menjadi lebih mudah. Rencana ini meliputi: berapa jumlah uang yang dibutuhkan, Di mana akan didirikan atau dibangun siapa yang akan mengelola, berapa keuntungan yang akan dihasilkan selama resesi sektor tersebut biasanya merupakan rencana bisnis dari sebelum dan sejak pekerjaan selesai pada waktu yang ditentukan.
- c. Pengelolaan pelaksanaan kegiatan berbagai rencana yang telah disusun sangat efektif dalam pelaksanaan kegiatan usaha. Ada pedoman yang harus diikuti oleh setiap manajer bisnis. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara sistematis, agar tepat sasaran dan sesuai rencana yang telah disusun. Diagram ini dapat digunakan sebagai acuan untuk melaksanakan suatu bagian dari desain struktur. Pemantauan ini dilakukan untuk memastikan tidak terjadi penyimpangan terhadap rencana yang telah ditetapkan. Manajer bisnis juga akan dapat melakukan pekerjaannya karena ada yang mengawasi mereka untuk menghindari masalah yang tidak perlu. Penyakit, untuk dapat memeriksa perbedaan-perbedaan ini. Tujuan manajemen adalah mengendalikan aktivitas yang tidak tepat guna mencapai tujuan.²⁵
- d. Manfaat Studi Perilaku Bisnis (SKB) untuk membantu mengkonfirmasi atau menyangkal kebenaran laporan tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini juga dapat dilakukan dengan adanya

²⁵ MM. Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE., *Studi Kelayakan Bisnis* 2018.

laporan SKB yang baik, namun hal tersebut dapat dilakukan karena pengambil keputusan akhir tidak akan menerimanya karena adanya tekanan dari pihak lain yang merasa kepentingannya tidak terlindungi. Kelompok yang berminat dengan laporan studi kelayakan usaha adalah:

- a) Investor. Jika hasil studi kelayakan ditemukan, maka kebutuhan finansial proyek perseroan akan tercukupi. Misalnya mencari investor yang ingin menanamkan modalnya pada suatu perusahaan, mereka akan membaca studi kelayakan usaha yang telah disiapkan karena investor sangat tertarik dengan hasilnya dan menjamin keamanan modal. Keuangan
- b) Kreditor. Pinjaman usaha untuk keperluan perusahaan dapat diperoleh dari pinjaman bank. Bank dapat memutuskan apakah akan memberikan pinjaman kepada suatu perusahaan, betapapun besarnya kebijaksanaan yang diperlukan. Ada banyak metode pembiayaan yang mencakup pemeriksaan kelayakan bisnis, niat baik, aset dan uang untuk menjaminnya.
- c) Manajemen bisnis. Perusahaan dapat menyiapkan laporan studi kelayakan dari pihak internal dan eksternal. Untuk mewujudkan ide proyek, Anda perlu membuat proposal dan bertujuan untuk meningkatkan bisnis dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Tugas direksi suatu perusahaan tentunya adalah kajian praktis, terutama mengenai posisi keuangan, besaran pembagian ekuitas,

rencana keuangan dari investor dan utang-utang.

- d) Otoritas dan masyarakat. Pedoman yang diadopsi oleh pihak berwenang mempengaruhi persiapan studi kelayakan usaha. Misalnya, di sektor keuangan, perusahaan telah menerapkan kebijakan untuk menghemat devisa, mendorong ekspor nonmigas, dan menggunakan produksi massal. Di sektor komersial terdapat peluang bagi kebijakan pemerintah yang fokus pada bantuan, misalnya melalui hibah.
- e) untuk tujuan pembangunan ekonomi. Dalam menyusun studi kelayakan usaha perlu mempertimbangkan perekonomian nasional yang mempengaruhi pembangunan negara dengan menganalisis manfaat yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan. Analisis manfaat dan biaya terkait program pembangunan nasional, distribusi nilai tambah di masyarakat, nilai investasi per pegawai, dampak sosial, analisis manfaat dan beban masyarakat.²⁶

4. Aspek-aspek kelayakan bisnis

a) Aspek Pasar dan pemasaran

Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar atau tidak, kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan untuk menangkap peluang besar yang ada dalam hal ini untuk menentukan besarnya pasar nyata atau potensi pasar yang ada Tujuan dari analisis tren

²⁶ Nanik Ermawati, alfiyani Nur Hidayanti, *Buku Studi Kelayakan Bisnis*, Badan Penerbit Universitas Muria Kudus, Jawa Tengah, 2022, hlm 12-17

pasar adalah untuk mengetahui ukuran pasar, pertumbuhan permintaan dan pangsa pasar terhadap produk yang diinginkan, serta menganalisis tren pasar dan memahami persaingan antar produsen dalam siklus hidup produk. Analisis dapat dilakukan dengan metode deskriptif dan inferensial dengan data kuantitatif dan kualitatif.

b) Aspek Hukum

Dalam aspek ini yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki, kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting karena hal ini merupakan dasar hukum yang hanya dipegang apabila dikemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

c) Aspek Keuangan

Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya biaya yang akan dikeluarkan, kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali, kemudian dari mana saja sumber pembiayaan tersebut

d) Aspek Teknis /operasi

Dalam aspek ini yang akan diteliti mengenai lokasi, kantor pusat, pabrik atau gudang; kemudian Penentuan layout ruangan sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Penelitian Mengenai lokasi

meliputi berbagai pertimbangan apakah harus dekat dengan pasar,dekat dengan ruangan,pelabuhan atau pertimbangan lainnya.Kemudian Mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya atau padat modal.

e) Aspek Manajemen dan organisasi

Pada aspek ini yang dinilai adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada.proyek yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional mulai dari merencanakan ,melaksanakan sampai dengan mengendalikanya apabila terjadi penyimpangan.Demikian pula dengan struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya.

f) Aspek ekonomi dan sosial

Penelitian pada aspek ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika proyek ini dijalankan,Pengaruh ini terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan.Dampak ekonomi tertentu peningkatan pendapatan masyarakat baik yang bekerja di pabrik atau masyarakat diluar lokasi pabrik.demikian pula dengan dampak sosial yang ada seperti tersedianya sarana dan prasarana seperti jalan ,jembatan,penerangan air dan sarana ibadah.

g) Aspek dampak lingkungan

Aspek ini yang paling dibutuhkan pada saat ini karena setiap proyek yang dijalankan akan sangat besar dampaknya terhadap

lingkungan dan sekitarnya, baik terhadap darat, air, udara yang pada akhirnya berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang dan tumbuh tumbuhan yang ada disekitarnya.²⁷

h) Pengertian daya saing

Daya saing merupakan suatu konsep yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan suatu daerah atau negara dalam menghasilkan barang atau produk yang lebih baik dibandingkan daerah atau negara lain. Konsep persaingan didasarkan pada konsep keunggulan komparatif yang awalnya dikenal dengan model Ricardi. Hukum Keunggulan Komparatif Ricardo menyatakan bahwa meskipun suatu negara tidak memiliki keunggulan yang jelas dalam memproduksi dua barang dibandingkan negara lain, namun negara tersebut tetap dapat berdagang secara efektif, jika syarat pertukaran antar negara satu sama lain berbeda.

Adanya perdagangan Ricardo menilai keabsahan teori nilai kerja yang menyatakan bahwa hanya ada satu faktor produksi penting yang menentukan nilai suatu barang dagangan, yaitu tenaga kerja. Nilai suatu komoditas (biasanya) sebanding dengan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan untuk memproduksinya. Salah satu kelemahan teori Ricardo adalah tenaga kerja merupakan satu-satunya faktor keluaran, keluaran per unit masukan tenaga kerja selalu dihitung.

²⁷ Nanik Ermawati, alfiyani Nur Hidayanti, *Buku Studi Kelayakan Bisnis*, Badan Penerbit Universitas Muria Kudus, Jawa Tengah, 2022, hlm 12-17

i) Faktor-faktor daya saing

Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan adalah sebagai berikut:

1. lokasi,
2. harga,
3. pelayanan,
4. kualitas atau kualitas,
5. meningkatkan persaingan,

Kekuatan negara dalam menghadapi tantangan persaingan pasar internasional dan mempertahankan persaingan. Atau tingkatkan penghasilan Anda. Daya saing adalah kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi standar internasional dengan tetap mempertahankan tingkat pendapatan yang tinggi dan stabil, atau kemampuan suatu daerah untuk menghasilkan tingkat pendapatan dan lapangan kerja yang tinggi namun tetap terbuka terhadap persaingan asing²⁸

j) Strategi daya saing

Daya saing adalah semua hal yang dilakukan dengan sangat baik oleh sebuah perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya disebut sebagai daya saing daya saing oleh strategi persaingan. Keunggulan kompetitif, yang sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang, didefinisikan sebagai ketika sebuah perusahaan memiliki kemampuan

²⁸ Rifki Mohammad, Idris Yanti Niode, "Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo", Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis, (2020), vol 13(1)

yang tidak dimiliki pesaingnya atau memiliki kemampuan yang diinginkan pesaingnya. Biasanya, perusahaan hanya dapat mempertahankan keunggulan tersebut selama suatu waktu tertentu karena keunggulan tersebut sering ditiru oleh pesaing dan akhirnya melemah. Selain itu, strategi bersaing adalah gabungan dari akhir, atau tujuan, yang diinginkan oleh perusahaan.

Analisis SWOT merupakan singkatan yang diambil dari huruf pertama kata Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), dan Threat (Ancaman) yang dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Metode analisis SWOT dapat dikatakan sebagai metode analisis yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda.

Hasil analisis biasanya berupa rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan meningkatkan keuntungan dari peluang yang ada, sekaligus mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan tepat, analisis SWOT akan membantu perusahaan melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat oleh perusahaan itu sendiri. Tujuan penerapan SWOT pada perusahaan penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih terarah, sehingga dengan dilakukannya analisis SWOT nantinya dapat digunakan sebagai pembanding pemikiran dari berbagai sudut pandang, baik dari segi

kekuatan dan kelemahan maupun peluang dan ancaman yang mungkin terjadi di masa mendatang. Alasan lain perlunya analisis SWOT adalah karena produk yang beredar di pasar mengalami naik turunnya penjualan, yang disebut dengan siklus hidup produk.

k) Dimensi daya saing

Dimensi daya saing atau indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan suatu produk dalam bersaing dengan kompetitornya yaitu:

1. Biaya

Biaya adalah dimensi daya saing yang meliputi anggaran produksi, laba usaha, penggunaan kapasitas perusahaan dan adanya cadangan produksi (reserve) yang dapat digunakan perusahaan pada saat itu untuk mendukung kinerja baik perusahaan.

2. Kualitas

Kualitas dalam arti kekuatan merupakan bagian penting dalam persaingan, yang mencakup berbagai indikator seperti kualitas produk, waktu penerimaan produk, daya tahan produk, dan kecepatan pengambilan keputusan pelanggan serta manfaat dari persyaratan desain. Penampilan produk dapat tercermin dalam desain produk atau layanan. Masa penerimaan produk adalah masa diterimanya produk oleh pasar. Ketahanan suatu produk dapat diukur dari umur ekonomis produk tersebut.

3. Waktu pengiriman

Waktu pengiriman merupakan salah satu ciri persaingan yang mencakup berbagai indikator seperti waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi, dan waktu pengiriman produk. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan, waktu pengiriman produk mempengaruhi waktu tunggu produksi.

4. Kesederhanaan

Kesederhanaan melalui persaingan merupakan suatu proses yang mengusung berbagai indikator seperti keragaman produk yang dihasilkan, kecepatan adaptasi terhadap keunggulan lingkungan.²⁹



²⁹ Rifki Mohammad, Idris Yanti Niode, "Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo", Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis, (2020), vol 13(1)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian serta permasalahan maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan field research dipilih dikarenakan penelitian ini ini datanya diperoleh dari penelurusan bahan-bahan atau data lapangan dengan fakta yang sesungguhnya, meneliti objek secara langsung ke tempat usaha seblak pusat sektor uin khas supaya mendapat hasil yang akurat mengenai kelayakan bisnis yang ada pada usaha seblak pusat.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis berdasarkan fenomena diatas penelitian ini akan dilakukan di Jl. Blok B No. B20 Karang Mluwo Mangli Kecamatan, Kaliwates Kabupaten Jember

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah pihak pihak yang dijadikan sampel dalam suatu penelitian untuk memperoleh data adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data dalam penyusunan penelitian ini adalah menggunakan snowball.hal ini dilakukan karena sumber data yang sedikit.³⁰ dan belum mampu untuk memberikan data yang memuaskan sehingga membutuhkan informan adapun subyek yang dijadikan informan yaitu:

³⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

1. Pemilik usaha seblak pusat yaitu Kakak Triyani dan Kakak Angel karenamenjadi tujuan utama dalam penelitian ini yaitu mengenai profil usaha seblak dan terkait analisis kelayakan bisnis pada usaha seblak pusat.
2. Karyawan pada usaha seblak pusat yaitu Kakak Farhah alasanya yaitu untuk mengetahui secara mendalam apakah seblak pusat telah memenuhi kelayakan bisnis dan strategi dalam meningkatkan daya saing ditinjau dari perspektif ekonomi islam.
3. Konsumen dari usaha seblak pusat alasanya yaitu guna mengetahui dan membuktikan apakah pernyataan dari pemilik seblak dan juga karyawan itu sesuai atau justru sebaliknya

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun cara yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui teknik observasi,wawancara dan dokumentasi karena data yang dikumpulkan adalah data deskriptif metode yang digunakan adalah kualitatif dan analisis yang digunakan non statistik

1. Observasi

pada penelitian kualitatif merupakan upaya untuk meneliti sebuah objek fenomena perilaku dalam setting alamiah atau melakukan penelitian terhadap objek fenomena dalam konteks tempat fenomena tersebut terjadi.³¹ Teknik ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap fenomena yang masih berkaitan dengan penelitian.

³¹ Galang Surya Gumilang,"Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling"Jurnal Fokus Konseling 2,mo 2(2016)<https://ejournal.umpri.ac.id/index.php/fokus/article/download/218/155>

2. Wawancara

Wawancara merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan yakni untuk pengumpulan data dan didahului beberapa pertanyaan informal.³² Peneliti menggunakan teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data yang valid langsung dari pemilik, karyawan, dan konsumen pada umkm seblak pusat.

- c. Teknik dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara. Dokumentasi adalah pengumpulan dokumen serta data yang relevan dengan masalah penelitian, yang kemudian dianalisis untuk mengevaluasi kepercayaan dan validitas suatu peristiwa. Hasil observasi atau wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen yang terkait dengan fokus penelitian.³³

E. Analisis Data

Analisis data yang diperoleh dari proses penggalian data diatas yaitu menggunakan metode analisis data kualitatif yang ditawarkan oleh Miles dan Huberman. Aktivitas dalam analisis data kualitas dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus hingga datanya jenuh dan juga tuntas, adapun aktivitas yang ada dalam analisis data, yaitu:³⁴

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi terkait

³² Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara," *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (2007): 35–40

³³ Abdul Fattah Nasution, "Metode Penelitian Kualitatif", Harfa Crative, (Bandung, 2023), 64.

³⁴ Sugiyono, *metode penelitian kualitatif*, Bandung: alfabeta, 2017) hal 134-142

analisis kelayakan bisnis untuk meningkatkan daya saing di seblak pusat yaitu dengan mewawancarai beberapa pembeli lalu disimpulkan,dan wawancara ke pemilik serta karyawan seblak tersebut.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk memaparkan dan menyajikan data dalam penelitian kualitatif berupa teks yang bersifat naratif.³⁵

3. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Seperti yang dipaparkan oleh Miles dan Huberman bahwasanya verifikasi data merupakan penarikan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang diteliti hingga jelas.³⁶

F. Keabsahan Data

Terdapat beberapa cara untuk pengujian keabsahan data, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara pengujian kredibilitas dengan teknik Triangulasi. Teknik Triangulasi dilakukan dengan cara pengecekan dari berbagai sumber, dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Maka dengan itu terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan

³⁵ Sugiyono, *metode penelitian kualitatif* (bandung: alfabeta, 2017) hal 134-142

³⁶ Sugiyono, *metode penelitian kualitatif*, Bandung: alfabeta, 2017) hal 140

wawancara dan observasi dalam waktu atau situasi yang berbeda.³⁷

G. Tahap-tahap penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan, penelitian sebenarnya sampai penulisan laporan.³⁸

1. Tahap Pra Penelitian

- a. Menyiapkan judul penelitian
- b. Konsultasi judul

2. Penelitian

- a. Mengumpulkan dan mencari sumber-sumber rujukan untuk melakukan penelitian
- b. Memilih data yang terkumpul
- c. Menyusun per bab
- d. Menganalisis Mengenai Kelayakan Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

3. Pasca Penelitian

- a. Penyusunan laporan dan penarikan kesimpulan

³⁷ Sugiyono;, E-Book Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD (Alfabeta, 2013), [//elibrary.stikesghsby.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D1879%26keywords%3D](http://elibrary.stikesghsby.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D1879%26keywords%3D) D.

³⁸ Tim penyusun pedoman karya ilmiah”pedoman penulisan karya ilmiah universitas islam negri kiai haji achmad siddiq jember”.⁴⁸

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Usaha Seblak Pusat

Seblak Pusat didirikan pada tanggal 17 Agustus 2023 oleh dua orang pemilik, yaitu Saudari Triyani dan Saudari Angelica. Konsep yang diterapkan di Seblak Pusat adalah prasmanan, di mana konsumen diwajibkan untuk memilih topping terlebih dahulu, kemudian menyerahkannya kepada kasir untuk melakukan pembayaran dan pembuatan seblak. Seblak Pusat berlokasi di Jalan Blok B No. B20, Karang Miuwo, Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur, 68131.

Jam operasional Seblak Pusat adalah pukul 15.30 hingga 22.00 WIB. Pada awal pendiriannya, Seblak Pusat hanya dikelola oleh dua orang, di mana masing-masing memiliki tugas yang berbeda. Saudari Triyani bertanggung jawab sebagai admin pemasaran dan membuat konten di tiga platform, yaitu TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Sementara itu, Saudari Angelica bertugas untuk mempersiapkan dan membuat seblak.

Seiring berjalannya waktu, Seblak Pusat semakin dikenal berkat konten yang menarik serta cita rasa seblak yang berbeda, terutama dalam hal warna seblaknya yang unik. Keunggulan ini membuat Seblak Pusat semakin diminati. Selain itu, Seblak Pusat juga menerapkan sistem pengantaran dengan layanan gratis ongkir, sehingga memudahkan

konsumen untuk memesan. Seblak Pusat juga berhasil menciptakan produk seblak kemasan beku (frozen), yang semakin menarik minat konsumen meskipun harga jualnya lebih tinggi dibandingkan seblak lainnya. Seiring perkembangan yang semakin pesat, Seblak Pusat kini telah menambah dua karyawan untuk membantu mengelola operasional usaha ini.³⁹

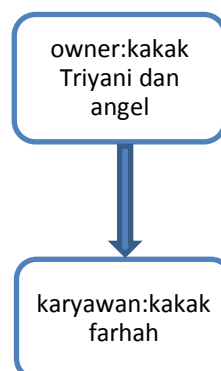
2. Visi dan Misi

Seblak pusat memiliki visi yaitu menjadi penyedia seblak yang terdepan dengan menutakan rasa dan kualitas, adapun misi seblak pusat yakni berkontribusi dalam memperkenalkan seblak sebagai kuliner khas dengan cara membuka cabang diseluruh kota jember.

3. Struktur Organisasi Seblak Pusat

Struktur organisasi sangatlah penting untuk sebuah usaha agar usaha tersebut berjalan dengan lancar dan tertata, adapun struktur organisasi yang aada pada seblak pusat yaitu:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Seblak Pusat



³⁹ Hasil Wawancara pada tanggal 5 januari 2025

B. Penyajian Data Daan Anlisis

Pada sub bab ini peneliti memaparkan hasil analisis kelayakan bisnis pada usaha seblak pusat sektor mangli. Dengan terjun langsung ke lapangan sesuai dengan prosedur metode penelitian yaitu dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk kepentingan data yang ditulis dalam laporan.

1. bagaimana kelayakan bisnis yang ada pada seblak pusat ?

Kelayakan bisnis dikatakan layak jika telah memenuhi beberapa aspek, seperti aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, aspek ekonomi dan sosial, aspek manajemen atau organisasi, aspek analisis dampak lingkungan, serta aspek hukum. Pada usaha Seblak Pusat, usaha ini telah memenuhi beberapa aspek tersebut dan dianggap layak. Hal ini didukung oleh pendapat yang disampaikan oleh Ibu Triyani, selaku pemilik usaha Seblak Pusat, yang mengungkapkan bahwa:

"saya sedikit mengetahui tentang kelayakan bisnis saya rasa seblak pusat sudah memenuhi kelayakan bisnis dan mampu bersaing dengan usaha lain meskipun usaha saya kalah dari segi harga yang bisa dibilang mahal akan tetapi usaha saya menang dalam segi pemasaran,kualitas,tempat usaha seblak saya alhamdulillah unggul mbak didaerah sini sehingga konsumen balik lagi untuk membeli seblak saya"

Dari penuturan pemilik Seblak Pusat, dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha seblak pusat sudah memahami kelayakan bisnis dan telah memenuhi berbagai kriteria yang diperlukan, sehingga mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Meskipun terdapat beberapa aspek kelayakan bisnis yang belum sepenuhnya terpenuhi, secara keseluruhan

Seblak Pusat telah memenuhi sebagian besar kriteria tersebut. Berikut adalah hasil onservasi yang dilakukan oleh peneliti di seblak pusat yaitu

a. Aspek pemasaran,

dalam kaitannya dengan studi kelayakan suatu usaha, merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa aspek pasar dan pemasaran sangat menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Apabila aspek pemasaran tidak diteliti dengan baik, maka dapat berdampak negatif pada kelangsungan usaha.⁴⁰ Pemasaran yang efektif menjadi kunci dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan menghadapi persaingan, khususnya dalam produk atau jasa yang sejenis, sehingga produk dapat terjual sesuai dengan target yang ditetapkan. Konsep pemasaran yang dikenal dengan istilah marketing mix mencakup 4P, yakni Product (produk), Place (tempat), Price (harga), dan Promotion (promosi).

“Dalam usaha ini, terkait produk, seblak pusat telah menunjukkan keunggulan dengan terus berinovasi, salah satunya dengan mengembangkan produk baru seperti bakso aci dan seblak kemasan frozen. Keunggulan ini menjadi peluang bagi seblak pusat, mengingat para pesaing belum mampu menawarkan produk serupa, terutama produk frozen, yang membuka peluang bagi usaha ini untuk berkembang lebih lanjut.”

Dari segi tempat, seblak pusat cukup memadai karena berhasil menyediakan tempat yang nyaman, khususnya bagi mahasiswa, yang merupakan target utama usaha ini. Pemilik usaha berupaya

⁴⁰ Dr Kasmir SE.M.M Buku studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi(Penerbit:Kencana),Depok

menciptakan suasana yang nyaman dan dilengkapi dengan fasilitas mushola, yang memudahkan konsumen untuk melaksanakan ibadah.

Terkait dengan harga, pemilik seblak pusat, Kakak Angel, menyampaikan bahwa:

“Seblak saya ini cukup mahal, meskipun ada yang harganya seribu, tapi untuk topping kekinian, saya kenakan harga 2-3 ribu per topping. Jadi, yang murah hanya beberapa topping saja. Saya sendiri menyadari kalau seblak yang saya jual ini cukup mahal, apalagi **sekarang** bumbu serba naik. Maka dari itu, saya fokus pada pemasaran agar seblak saya tetap laris.”

Dari penuturan di atas, dapat disimpulkan bahwa meskipun harga yang ditawarkan cukup mahal, pemilik seblak tetap fokus pada aspek pemasaran, yang memungkinkan mereka tetap unggul dan laris meskipun harga lebih tinggi dibandingkan pesaing.

Mengenai pemasaran, seblak pusat sudah cukup baik. Pemilik seblak pusat, Kakak Triyani, mengungkapkan:

“Untuk pemasaran, saya hanya menggunakan media online. Tidak ada sebar brosur. Di sini ada dua pemilik, kami membagi tugas. Untuk saya, saya mengontrol promosi melalui tiga platform, yaitu TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Setiap harinya, saya harus mengupload satu konten secara rutin, dan alhamdulillah, setiap konten mendapat respons yang baik, terkadang sampai ribuan. Rata-rata konsumen saya membeli karena mengetahui lewat TikTok, bahkan yang dari luar kampus UIN juga membeli di Seblak Pusat.”

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa seblak pusat hanya memanfaatkan pemasaran melalui platform online saja. Namun, dengan konsistensi dalam mengunggah konten, mereka berhasil menarik banyak perhatian dan dikenal luas, bahkan oleh

konsumen yang berasal dari luar kampus. Hal ini menjadi faktor pendukung utama bagi seblak pusat untuk mengembangkan usahanya, sehingga dapat bersaing dan bertahan hingga saat ini.

Berdasarkan analisis aspek pemasaran ini, dapat disimpulkan bahwa seblak pusat layak dan memenuhi aspek pemasaran dalam studi kelayakan usaha.

b. Aspek Hukum

Aspek hukum bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pelaku usaha mampu memenuhi ketentuan hukum yang berlaku. Jika aspek hukum tidak terpenuhi, maka usaha tersebut berisiko menghadapi permasalahan di masa depan, seperti gugatan hukum. Setiap usaha yang didirikan harus memenuhi ketentuan hukum, seperti memiliki surat izin usaha.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha Seblak Pusat mengungkapkan bahwa:

“Untuk Seblak Pusat sendiri kami tidak memiliki surat izin usaha seperti itu karena sistem kami adalah menyewa ruko. Untuk sertifikasi halal, produk saya sudah terdaftar tapi dengan nama lama, yaitu ‘Pengen Seblak’. Saya baru mengganti nama usaha ini 8 bulan yang lalu, jadi belum sempat mengubahnya kembali menjadi ‘Seblak Pusat.’”

Dari penuturan pemilik Seblak Pusat, dapat disimpulkan bahwa usaha ini belum memiliki surat izin usaha seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Induk Berusaha (NIB), dan sertifikasi halal yang diperbarui. Dengan demikian, dalam aspek hukum, Seblak Pusat belum sepenuhnya memenuhi ketentuan yang berlaku.

c. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan faktor penting yang menentukan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang dihasilkan untuk mendukung kelangsungan usaha yang optimal. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa modal awal yang dikeluarkan oleh Seblak Pusat adalah sebesar Rp. 11.000.000 yang diperoleh dari tabungan kedua pemilik.

Dalam sistem keuangan usaha ini, antara lain untuk pembayaran upah karyawan dan pembelian bahan baku, Seblak Pusat memiliki omzet sekitar Rp. 800.000 per hari. Pemilik memberikan upah sebesar Rp. 40.000 per hari kepada karyawannya, sementara pengeluaran untuk bahan baku mencapai Rp. 200.000. Keuntungan yang diperoleh pemilik adalah sekitar Rp. 560.000 per hari.

Dengan demikian, dalam aspek keuangan, Seblak Pusat sudah terstruktur dengan baik dan layak dari segi pengelolaan.

d. Aspek Sosial dan Ekonomi

Aspek sosial dan ekonomi diharapkan agar usaha yang dijalankan dapat memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, yang pada gilirannya dapat membantu pemerintah mengurangi angka pengangguran.

Dalam hal ini, pemilik Seblak Pusat mempekerjakan orang-orang terdekat yang membutuhkan pekerjaan. Oleh karena itu, Seblak Pusat telah memenuhi aspek sosial dan ekonomi, karena usaha ini

memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan membuka peluang kerja.

e. Aspek Teknis atau Operasional

Aspek teknis atau operasional, yang juga dikenal sebagai aspek produksi, berfokus pada kelayakan usaha dalam hal lokasi, proses produksi, dan pemilihan teknologi.

Mengenai penentuan lokasi, Seblak Pusat sudah cukup memenuhi syarat karena lokasi usaha berada dekat dengan kampus, yang memudahkan dalam menarik konsumen. Selain itu, lokasi ini juga berada dekat dengan pasar dan tempat pembelian bahan baku, hanya membutuhkan waktu sekitar 5 menit untuk mencapainya, sehingga memudahkan pemilik dalam membeli bahan baku.

Dalam hal produksi, bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat seblak cukup mudah didapatkan. Beberapa bahan baku utama yang digunakan adalah:

- 1) Bumbu halus: kencur, bawang putih, cabai rawit
- 2) Bahan pembuatan seblak: minyak goreng, gula, kaldu ayam, air
- 3) Topping: aneka frozen food seperti sosis, dumpling, kerupuk, sayur, pentol, ceker, dan tulangan. Karena ketersediaan bahan baku mudah diperoleh dan lokasi pasar yang dekat, dapat disimpulkan bahwa Seblak Pusat layak dalam hal operasional produksi.

Mengenai penggunaan teknologi, Seblak Pusat juga sudah memadai. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, Kakak Angel

menyatakan:

“Untuk teknologi, saya menggunakan keduanya, yaitu aplikasi pembukuan usaha yang otomatis menggunakan ponsel. Alat memasak yang digunakan sudah modern, seperti kompor, dan untuk membuat bumbu, saya menggunakan blender. Di sini juga menggunakan saluran air bersih untuk mencuci peralatan seblak.”

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Seblak Pusat sudah memenuhi aspek teknologi dengan memanfaatkan perangkat teknologi seperti ponsel untuk pembukuan, kompor, blender, dan saluran air bersih untuk menjaga kebersihan peralatan.

f. Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek manajemen dan organisasi sangat penting untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Meskipun usaha tersebut telah dinyatakan layak dari sisi operasional, tanpa didukung oleh manajemen yang baik, usaha tersebut tetap berisiko mengalami kegagalan.

Seblak Pusat sudah memenuhi aspek ini karena manajemennya sudah terstruktur dengan baik, dengan pembagian tugas yang jelas.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik, Kakak Triyani, diungkapkan:

“Di usaha saya, kebetulan sudah tertata dengan baik, dan masing-masing memiliki bagian. Kami ada dua pemilik, saya (Kakak Triyani) bertanggung jawab untuk promosi, sementara pemilik lainnya (Kakak Angel) mengontrol kedai dan menyediakan bahan baku. Untuk karyawan, mereka bertanggung jawab atas penjualan. Setiap minggu, kami melakukan evaluasi mengenai kritik dan saran dari pembeli serta mendiskusikan target kami, yang ingin membuka cabang di seluruh area Jember.”

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Seblak

Pusat telah menerapkan manajemen dan organisasi yang baik dengan pembagian tugas yang jelas, yang mencakup mulai dari persiapan bahan baku hingga proses penjualan.

g. Aspek Analisa Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL)

Aspek AMDAL sangat penting untuk menilai dampak yang ditimbulkan oleh suatu usaha terhadap lingkungan. Seblak Pusat telah memperhatikan aspek ini dengan baik, karena limbah yang dihasilkan dari usaha ini dikumpulkan dan dibuang pada tempat sampah sesuai prosedur yang berlaku. Pemilik Seblak Pusat juga sangat mengutamakan kebersihan agar tidak merugikan masyarakat sekitar.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik, Kakak Angel, beliau mengungkapkan:

“Meski sampah yang dihasilkan Seblak Pusat sedikit, kami tetap bekerja sama dengan petugas kebersihan di kompleks ini. Kebetulan, lokasi kami dekat dengan perumahan, jadi saya ikut membayar kebersihan kepada petugas yang bertugas di perumahan ini. Biasanya, sampah yang dihasilkan berupa bekas masakan seperti sayur dan plastik. Sedangkan untuk mangkok bekas konsumsi, kami langsung mencucinya di wastafel depan, serta alat masak seperti wajan dan tempat seblaknya juga dibersihkan secara rutin.”

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Seblak Pusat telah memenuhi aspek analisis dampak lingkungan (AMDAL) dengan cara mengelola limbah dengan baik dan bekerja sama dengan petugas kebersihan sehingga tidak merugikan masyarakat sekitar.

2. Bagaimana strategi dalam meningkatkan daya saing ditinjau dari persepektif ekonomi islam?

startegi yang dilakukan oleh seblak pusat yaitu memuat indikator indikaor sebagai berikut:

1. Keunikan Produk

Seblak Pusat terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas produknya dengan menghadirkan seblak dalam kemasan frozen. Produk ini dilengkapi dengan sertifikasi halal, yang menjadi nilai tambah dan keunikan tersendiri yaitu produk seblak frozen:

Gambar 4.2



Adapun kelebihan dari produk seblak frozen yaitu:

- a) Praktis dan Siap Saji

Seblak kemasan frozen memungkinkan konsumen menikmati seblak tanpa harus memasaknya dari awal. Cukup dipanaskan beberapa menit, seblak siap disantap dengan rasa yang tetap otentik.

b) Tahan Lama

Dibekukan dengan teknologi tertentu, seblak frozen dapat bertahan lebih lama dibandingkan seblak segar. Hal ini memudahkan penyimpanan dan cocok untuk konsumen yang ingin menikmatinya kapan saja biasanya yang dijadikan seblak frozen oleh pemilik seblak pusat yaitu seperti topping-toping seperti sosis, jerupuk, mie karena tidak mudah busuk untuk sayuran pemilik seblak pusat tidak memasukan ke dalam menu frozen karena mudah busuk.

c) Beragam Varian Rasa dan Isi

Seblak frozen hadir dengan variasi rasa dan isi, seperti kerupuk, bakso, ceker, sosis, atau topping kekinian serta Konsumen dapat memilih sesuai selera mereka karena seblak frozen yang ada di seblak pusat dikemas secara mandiri sehingga konsumen bisa memilih topping terlebih dahulu.

d) Kemasan Modern dan Higienis

Seblak kemasan frozen yang ada pada seblak pusat dikemas secara higienis dengan desain menarik. Ini tidak hanya menjaga kualitas makanan, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual produk.

e) Rasa Otentik yang Tetap Terjaga

Meski dalam bentuk frozen, seblak ini tetap menghadirkan rasa autentik khas Sunda. Bumbu rempah-rempahnya tetap kuat, memberikan pengalaman rasa seperti menikmati seblak buatan

rumah jadi bumbu untuk kenasan frozen sama dengan bumbu yang ada pada kedai seblak pusat.

f) Cocok untuk Pasar yang Lebih Luas

Dengan kemasan frozen, seblak pusat dapat dipasarkan ke luar daerah, bahkan luar negeri, tanpa khawatir kehilangan kualitas. sehingga membuka peluang ekspansi pasar bagi pemilik seblak pusat tidak hanya itu seblak pusat juga membuka reseller jadi seblak kemasan frozen ini bisa dijual kembali dengan harga yang telah ditentukan hal ini juga menjadi peluang untuk konsumen yang ingin membuka usaha sampingan.

g) Pilihan Pedas yang Fleksibel

Seblak frozen yang ada pada seblak pusat sering menyediakan tingkat kepedasan yang bisa disesuaikan. Hal ini memungkinkan produk diterima oleh berbagai kalangan, baik pecinta pedas maupun mereka yang lebih menyukai rasa sedang.

Berdasarkan wawancara dengan karyawan Seblak Pusat, Kak Farhah, beliau menyampaikan:

“yang menjadi keunikan tersendiri diseblak ini karna adanya seblak kemasan frozen mbk sehingga org org yang cape mau antri itu banyak yang beli seblak frozen dan biasanya buat stok makanan di kos kalo lagi laper tengah malam gitu mbk,seblak frozen ini cukup best seller apalgi disini bebas pilih toping jadi konsumen makin suka dan cuma seblak pusat yang menjual kemasan frozen klo yang lain jmasuh belum jual mbk”

Dari pernyataan yang diungkapkan oleh karyawan seblak dapat disimpulkan bahwa seblak kemasan frozen banyak diminati karena

hanya seblak pusat sendiri yang menjual seblak frozen dengan *brand* sendiri serta telah dilengkapi lebel halal

Seblak kemasan frozen dari Seblak Pusat mencerminkan prinsip al-falah dalam ekonomi Islam, yaitu mendorong kesejahteraan melalui produk yang bermanfaat dan halal. Dengan inovasi ini, Seblak Pusat memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan yang praktis, terjangkau, dan sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, kebebasan memilih topping mencerminkan nilai ta'awun (kerjasama) dan maslahah (kemanfaatan), di mana produsen memberikan keleluasaan kepada konsumen untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan preferensi mereka. Harga yang terjangkau juga sejalan dengan prinsip adl (keadilan), yang memastikan produk dapat diakses oleh berbagai kalangan tanpa memberatkan.

Dengan inovasi ini, Seblak Pusat tidak hanya menawarkan makanan lezat, tetapi juga menciptakan manfaat sosial dan ekonomi yang lebih luas, sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

2. Kualitas Produk Seblak Pusat

Berdasarkan hasil observasi, usaha Seblak Pusat menggunakan bahan-bahan premium untuk menjaga kualitas produk yang dijual kepada konsumen. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan bahan baku alami, seperti cabai rawit asli untuk bumbu, tanpa tambahan pewarna buatan. Bahan-bahan lain yang digunakan meliputi bawang putih, kencur, garam, dan penyedap rasa yang aman. Selain itu, kesegaran

topping, seperti sosis, dumpling, dan sayuran, selalu diperhatikan dengan mengganti bahan setiap hari untuk memastikan tidak ada bahan yang kedaluwarsa.

Hasil wawancara dengan salah satu karyawan Seblak Pusat juga mengungkapkan bahwa:

Adapun hasil wawancara kepada karyawan seblak selaku penjual serta pembuat seblak mengungkapkan bahwa:

disini sebelum memasak itu udh dibersihkan semua mbk dan untuk tulangan itu bener bener dimasak terlebih dahulu biar nanti kalo dibuat seblak ga alot dan untuk bunbunya kita ga pakek cabe merah biar konsumen ga sakit perut jadii murni pakek cabe rawit aja jadi warnanya itu putih dan pedes pedes cabe rawit bukan ga pakek bahan pewarna juga dan kalo untuk toping itu klo ada sisanya kita makan sendiri kalo ada toping yang bisa tahan lama itu kita taruh frezer biar fresh terus"

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Seblak Pusat dalam meningkatkan daya saing tidak hanya terletak pada keunikan produknya, tetapi juga pada upaya menjaga kualitas yang baik secara konsisten. Hal ini dilakukan untuk memastikan kepuasan konsumen dan keberlangsungan usaha.

Kaitannya dengan Prinsip Ekonomi Islam

Strategi yang diterapkan oleh Seblak Pusat sejalan dengan prinsip ekonomi Islam, khususnya dalam hal masalah (kemaslahatan)

dan amanah (kejujuran). Dalam ekonomi Islam, bisnis dianjurkan untuk mengutamakan manfaat bagi konsumen dengan menyediakan produk yang berkualitas dan aman bagi kesehatan. Selain itu, praktik transparansi dan kejujuran dalam penggunaan bahan-bahan alami tanpa pewarna buatan mencerminkan nilai amanah yang tinggi.

Pengelolaan bahan yang efisien, seperti mengonsumsi sisa topping sendiri atau menyimpan bahan di freezer untuk menjaga kesegarannya, juga menunjukkan implementasi prinsip ihsan (kebaikan) dan tasarruf (pengelolaan sumber daya yang bijak). Dengan demikian, usaha Seblak Pusat tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan usaha, sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

3. Harga Bersaing

hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pemilik seblak pusat mengungkapkan:

"kalau seblak pusat dibandingkan dengan seblak yang lain itu memang rada mahal mbk tapi disini itu seblaknya sangat enak jadi sesuai lah dengan harganya ada harga ada kualitas kan percuma juga kalo murah tapi gaenak mbk"

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan pemilik usaha Seblak Pusat, diketahui bahwa harga seblak yang ditawarkan berkisar antara Rp 1.000 hingga Rp 5.000 per topping. Menurut pemilik usaha, harga tersebut dianggap cukup mahal. Namun, ia meyakini bahwa harga tersebut masih kompetitif dan dapat bersaing dengan produk sejenis, karena didukung

oleh kualitas rasa yang ditawarkan.

Sementara itu, hasil wawancara dengan salah satu konsumen, Kak Azizah, mengungkapkan:

“Kalau dibandingkan dengan seblak lainnya, memang harganya sedikit lebih mahal. Tapi di sini, seblaknya sangat enak, jadi sesuai dengan harganya. Ada harga, ada kualitas. Percuma kalau murah tapi rasanya tidak enak.”

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun harga Seblak Pusat relatif lebih tinggi, konsumen tetap menerimanya karena kualitas rasa yang dianggap sebanding dengan harga yang ditawarkan sehingga mampu bersaing dengan usaha seblak lainnya.

Dalam perspektif ekonomi Islam, prinsip keadilan dan keseimbangan sangat ditekankan dalam transaksi ekonomi. Penetapan harga yang lebih tinggi dapat diterima selama produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sepadan dan memberikan manfaat nyata bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan konsep jual beli yang adil (*bai' bil ma'ruf*), di mana penjual tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga memastikan konsumen mendapatkan nilai sesuai dengan yang dibayarkan. Selain itu, prinsip *maslahah* dalam ekonomi Islam juga tercermin dalam praktik Seblak Pusat. *Maslahah* mengacu pada upaya menghadirkan manfaat dan mencegah kerugian bagi semua pihak. Dalam hal ini, meskipun harga seblak lebih mahal, konsumen tetap merasa puas karena mendapatkan produk berkualitas yang memberikan manfaat, yaitu rasa yang lezat dan pengalaman yang memuaskan. Dengan demikian, usaha Seblak Pusat dapat dianggap

telah memenuhi prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam.

4. Pelayanan Pelanggan

adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada karyawan yakni kakak Farhah mengungkapkan bahwa:

"disini saya kan tugasnya menjual jadi yang membuat seblak saya nah kalo rame itu biasanya dibantu oleh bos saya mbk dia bagian yang mencatat dan memasak, saya yang mengantar bagian dailivery order kadang yang bagian dailivery order itu dimasaknya belakangan jadi mengutamakan yang datang ke kedai biar ga ribet "

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis, diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Seblak Pusat sebagai penjual di kedai belum sepenuhnya optimal. Banyak konsumen yang mengeluhkan lamanya waktu memasak seblak. Hal ini disebabkan oleh tingginya jumlah pembeli, mengingat Seblak Pusat hampir tidak pernah sepi pelanggan. Namun, pemilik Seblak Pusat selalu berupaya melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan dan menyediakan tempat untuk kritik dan saran. Jika terjadi kesalahan, pemilik tidak segan mengganti pesanan atau memberikan pengembalian uang. Selain itu, pemilik juga turut membantu ketika kedai sedang ramai, misalnya dengan mencatat penjualan, sehingga dapat mengurangi beban pekerjaan karyawan.

Adapun hasil wawancara dengan salah satu karyawan, Kak Farhah, mengungkapkan:

"Di sini saya bertugas menjual, sementara yang memasak seblak adalah saya sendiri. Kalau sedang ramai, biasanya bos saya membantu mencatat pesanan atau memasak. Saya juga

bertugas mengantar pesanan untuk layanan delivery order. Namun, pesanan delivery order biasanya dimasak belakangan karena kami mengutamakan pelanggan yang datang langsung ke kedai agar tidak terjadi keributan.”

Dari penuturan Kak Farhah, dapat disimpulkan bahwa pada saat kedai sedang ramai, mereka membagi tugas secara efektif dengan mengutamakan pesanan pelanggan yang datang langsung ke kedai. Hal ini dilakukan untuk meminimalkan keluhan konsumen dan memastikan kepuasan pelanggan.

Dalam ekonomi Islam, pelayanan yang baik dan adil kepada konsumen merupakan bagian dari penerapan nilai-nilai akhlak dalam bisnis. Prinsip ihsan (berbuat baik) mengajarkan bahwa penjual harus memberikan pelayanan terbaik, bahkan ketika menghadapi tantangan seperti tingginya jumlah pelanggan. Upaya pemilik Seblak Pusat dalam membantu karyawan, menerima kritik, serta memberikan pengembalian uang jika terjadi kesalahan, mencerminkan tanggung jawab moral dan kejujuran (amanah) dalam bisnis. Selain itu, konsep masalah juga terlihat dalam pengelolaan kedai ini. Dengan mengutamakan pelanggan yang datang langsung, kedai berupaya memberikan manfaat maksimal kepada konsumen yang sudah hadir di tempat, sekaligus mengelola sumber daya yang ada secara efisien. Tindakan ini mencerminkan prinsip keadilan (al-‘adalah), di mana pelayanan diberikan berdasarkan prioritas tanpa mengabaikan kepentingan konsumen lainnya.

Dengan demikian, meskipun ada kendala dalam pelayanan, upaya perbaikan yang dilakukan oleh pemilik dan karyawan Seblak Pusat menunjukkan komitmen terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mengedepankan kejujuran, keadilan, dan kemaslahatan bersama.

5. Promosi Penjualan

Seblak Pusat memanfaatkan tiga platform utama untuk mempromosikan usahanya, yaitu Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Dari ketiga platform tersebut, Seblak Pusat berhasil memperoleh hasil yang cukup memuaskan. Hal ini terlihat dari tingginya jumlah penonton setiap kali mereka mengunggah konten, serta banyaknya pengikut di platform seperti TikTok. Konten yang mereka buat pun sangat menarik dan kreatif, sehingga mampu menarik perhatian banyak orang dan memperluas jangkauan pasar.

Pengelolaan media sosial dilakukan langsung oleh pemilik Seblak Pusat. Hal ini menunjukkan dedikasi yang tinggi dalam menjaga interaksi dengan pelanggan secara langsung. Selain itu, Seblak Pusat juga sering memberikan promo menarik setiap hari Jumat, yang menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen. Pada platform WhatsApp, Seblak Pusat unggul karena mereka menyediakan grup khusus yang berisi informasi terkait promo, aturan pemesanan, dan layanan pesan antar (delivery order). Grup ini juga menjadi tempat interaksi yang akrab antara konsumen dan pemilik usaha, menciptakan suasana kekeluargaan yang menyenangkan.

Tidak hanya itu, Seblak Pusat kerap kali membagikan seblak secara gratis secara tiba-tiba kepada pelanggannya. Strategi ini tidak hanya mempererat hubungan dengan konsumen, tetapi juga menjadi bentuk sedekah yang bernilai dalam perspektif ekonomi Islam. Dalam Islam, kegiatan berbagi rezeki kepada sesama, seperti memberikan makanan gratis, merupakan salah satu bentuk implementasi nilai-nilai keberkahan dan kepedulian sosial. Dari sudut pandang ekonomi Islam, strategi promosi yang diterapkan Seblak Pusat mencerminkan prinsip al-ihsan (berbuat baik) dan ta'awun (tolong-menolong). Selain bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, usaha ini juga mengedepankan nilai-nilai kebaikan dan kebermanfaatan bagi masyarakat. Promo dan pemberian makanan gratis mencerminkan semangat berbagi rezeki yang dianjurkan dalam Islam. Dengan pendekatan ini, Seblak Pusat tidak hanya membangun bisnis yang sukses, tetapi juga menjadi sarana dakwah ekonomi berbasis keberkahan.

C. Pembahasan Temuan

Pada sub bab ini peneliti menjelaskan mengenai temuan yang diperoleh dalam melakukan penelitian.

1. Kelayakan Bisnis Pada Usaha Seblak Pusat

Dalam melakukan pembuatan dan penilaian studi kelayakan bisnis melalui tahap tahap yang telah ditentukan, hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap kemudian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti dan diukur serta dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan, masing masing aspek tidak berdiri sendiri akan tetapi saling

berkaitan yang artinya jika salah satu aspek tidak terpenuhi maka perlu dilakukan perbaikan dan tambahan yang diperlukan

Berdasarkan hasil analisis kelayakan bisnis, usaha Seblak Pusat dinilai layak untuk dikelola karena telah menerapkan enam aspek dalam kelayakan bisnis, yaitu aspek pemasaran, aspek ekonomi dan sosial, aspek analisis dampak lingkungan hidup, aspek manajemen/organisasi, aspek teknis, dan aspek keuangan.

1. Aspek Pemasaran

Usaha Seblak Pusat memiliki keunggulan dalam aspek pemasaran karena mampu berinovasi dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Strategi pemasaran ini menjadikan Seblak Pusat dikenal luas oleh masyarakat, baik di dalam kota maupun di luar kota, sehingga bisnis ini semakin berkembang. Selain itu, lokasi usaha yang strategis, yaitu dekat dengan pasar, sangat mendukung ketersediaan bahan baku, sehingga operasional usaha menjadi lebih efisien.

2. Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan, Seblak Pusat telah memenuhi kriteria kelayakan bisnis. Pemilik usaha, yaitu Kak Triyani dan Kak Angel, mampu bekerja sama dalam tim dan memberikan upah yang adil kepada karyawan. Selain itu, usaha ini juga telah menerapkan sistem pencatatan keuangan yang baik dengan menggunakan aplikasi laporan laba rugi. Dengan sistem ini, aliran modal dan laba dapat terpantau

secara seimbang, sehingga keberlanjutan usaha lebih terjamin

3. Aspek Teknis dan Operasional

Dari segi teknis dan operasional, Seblak Pusat telah memenuhi standar kelayakan. Lokasi usaha yang strategis, yaitu dekat dengan kampus, jalan raya, dan pasar, memberikan kemudahan akses bagi pelanggan. Selain itu, usaha ini juga telah memanfaatkan teknologi modern dalam proses produksinya, seperti penggunaan blender untuk menghaluskan bumbu serta mesin khusus untuk memproduksi seblak dalam bentuk frozen. Dengan demikian, produksi menjadi lebih efisien dan kualitas produk tetap terjaga.

4. Aspek Manajemen dan Organisasi

Dalam aspek manajemen dan organisasi, Seblak Pusat telah memiliki struktur organisasi yang jelas, di mana setiap karyawan memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Namun, terdapat kendala dalam hal koordinasi antara kurir pengantar pesanan dan karyawan yang bertugas di kedai. Hal ini menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman pesanan, sehingga perlu adanya perbaikan dalam sistem manajemen agar operasional bisnis berjalan lebih optimal.

5. Aspek Ekonomi dan Sosial

Usaha Seblak Pusat juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, terutama dalam aspek ekonomi dan sosial. Dengan adanya usaha ini, tingkat pengangguran dapat dikurangi karena Seblak Pusat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dengan

gaji yang sesuai. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkuat perekonomian lokal.

6. Aspek Dampak Lingkungan

Dalam aspek lingkungan, Seblak Pusat telah mengelola limbah usahanya dengan baik. Mereka bekerja sama dengan petugas kebersihan kompleks untuk menangani sampah kering, sedangkan limbah basah dikelola dengan menyediakan tempat khusus untuk mencuci piring di kedai. Dengan demikian, limbah cair dari sisa makanan pelanggan dapat terbuang dengan lebih higienis dan tidak mencemari lingkungan sekitar, akan tetapi usaha seblak pusat belum memenuhi aspek hukum hal ini dikarenakan pemilik seblak pusat masih belum mempunyai surat izin usaha.

Kegiatan usaha dimanapun selalu memerlukan berbagai dokumen penunjang usaha beserta izin-izin yang diperlukan sebelum menjalankan usahanya. Dokumen dan izin-izin ini diperlukan bertujuan guna melindungi kepentingan usaha itu sendiri dari berbagai hal. Kemudian dokumen dan

izin-izin ini juga diperlukan bagi instansi tertentu sebagai data untuk melakukan berbagai pengawasan terhadap jalannya kegiatan usaha tersebut dari berbagai pengawasan terhadap jalannya kegiatan usaha tersebut dari berbagai penyimpangan yang mungkin terjadi, juga untuk memudahkan instansi tertentu untuk mengambil tindakan tertentu

sehingga tidak menimbulkan kerugian pada pihak tertentu, oleh karena itu bagi pembuat studi kelayakan bisnis masalah izin perlu segera diurus sebelum usaha itu dijalankan.⁴⁰

Dalam aspek ini Seblak Pusat masih memiliki beberapa kekurangan. Usaha ini belum sepenuhnya memenuhi aspek legalitas usaha, seperti perizinan resmi yang diperlukan untuk menjalankan bisnis secara formal. Namun, dari segi keamanan produk, Seblak Pusat telah memiliki sertifikasi halal, meskipun sertifikasi tersebut belum diperbarui. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu segera memperbarui sertifikasi halal serta melengkapi dokumen legalitas lainnya agar bisnis dapat beroperasi secara lebih profesional dan terpercaya di mata konsumen.

2. Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam

Daya saing adalah konsep yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu daerah dalam menghasilkan barang atau produk yang lebih unggul dibandingkan dengan daerah lain. Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang wajar, namun harus tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam, terutama bagi pelaku usaha Muslim.

Berdasarkan hasil analisis, strategi usaha Seblak Pusat telah memenuhi prinsip ekonomi Islam, baik dalam aspek pemasaran, kualitas produk, maupun pelayanan pelanggan. Selain itu, pemilik Seblak Pusat menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas produk yang

ditawarkan, sehingga sesuai dengan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam. Dalam perspektif ekonomi Islam, prinsip tauhid atau prinsip ilahiyyah merupakan dasar utama dalam setiap aktivitas manusia di dunia. Dalam dunia bisnis, prinsip tauhid menghubungkan serta mengintegrasikan dimensi material dan spiritual. Dalam bisnis Islam, aspek material tidak berdiri sendiri, melainkan berjalan seiring dengan aspek spiritual sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, sebagai makhluk sosial, manusia perlu bekerja atau berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun, dalam setiap aktivitas bisnis atau pekerjaan, seseorang tetap memiliki kewajiban spiritual berupa ibadah kepada Allah.

Usaha Seblak Pusat menerapkan prinsip tauhid dalam strateginya untuk meningkatkan daya saing, salah satunya melalui penyediaan mushola di kedai. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pelanggan maupun pemilik usaha dalam menjalankan ibadah. Dengan cara ini, pemilik Seblak Pusat mampu menyeimbangkan antara kewajiban duniawi dan akhirat.

Selain itu, prinsip an-nubuwwah dalam bisnis Islam mengacu pada empat sifat utama Nabi, yaitu siddiq (jujur), amanah (terpercaya), tabligh (komunikatif), dan fathanah (cerdas atau bijaksana). Pemilik Seblak Pusat telah menerapkan prinsip ini, antara lain dengan menetapkan harga yang sesuai serta bersikap amanah dalam pelayanan. Jika terjadi kesalahan, pemilik akan segera mengganti produk sebagai bentuk tanggung jawab.

Dalam aspek komunikasi, pemilik bersikap terbuka mengenai bahan-bahan yang digunakan dalam produknya, tanpa ada yang ditutupi. Sementara itu, dalam menerapkan strategi daya saing, pemilik menunjukkan sifat fathanah dengan kemampuan berinovasi, seperti menciptakan produk dalam kemasan frozen yang memungkinkan jangkauan pasar lebih luas.

Prinsip Kesukarelaan dalam Bisnis

Prinsip kesukarelaan menyatakan bahwa setiap transaksi bisnis, baik antara individu maupun dengan pihak lain, harus didasarkan pada rasa rela atau suka sama suka. Dalam konteks bisnis, kesukarelaan ini berarti adanya kerelaan dalam menerima atau menyerahkan harta yang menjadi objek transaksi.

Dalam usaha Seblak Pusat, prinsip ini telah diterapkan dengan baik. Pemilik usaha secara terbuka menjelaskan bahwa harga yang ditawarkan relatif tinggi. Namun, para konsumen tetap bersedia membeli karena mereka menilai harga tersebut sebanding dengan kualitas yang diberikan. Bagi konsumen, tidak ada kerugian dalam membayar harga yang lebih tinggi selama produk yang diterima memiliki cita rasa yang lezat dan kualitas yang baik.

Prinsip Ukhuwah dalam Bisnis

Ukhuwah atau persaudaraan merupakan salah satu tujuan utama dalam kegiatan bisnis. Dalam Islam, aktivitas bisnis dilakukan bukan hanya untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk memperkuat solidaritas umat dalam mencapai kesejahteraan bersama. Islam sangat

menganjurkan kerja sama dan kebersamaan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Prinsip ini menegaskan bahwa hubungan antarpebisnis bukanlah permusuhan, melainkan persaudaraan yang harus dijaga.

Dalam upaya meningkatkan daya saing, usaha Seblak Pusat telah menerapkan prinsip ukhuwah dengan berbagai cara. Salah satunya adalah dengan membentuk grup khusus bagi para konsumen, di mana pemilik usaha secara rutin berinteraksi dan mempererat hubungan dengan pelanggan. Selain itu, pemilik usaha juga kerap membagikan seblak secara gratis sebagai bentuk kepedulian dan untuk memperkuat rasa kebersamaan. Pelayanan yang ramah juga menjadi bagian dari strategi ini, sehingga pelanggan merasa nyaman dan cenderung kembali untuk membeli produk tersebut.

Dalam perspektif ekonomi Islam, prinsip keadilan (al-*‘adl*), adalah dan keseimbangan (al-*mizan*) sangat ditekankan dalam transaksi ekonomi. Penetapan harga yang lebih tinggi dapat diterima selama produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sepadan dan memberikan manfaat nyata bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan konsep jual beli yang adil (*bai‘ bil ma‘ruf*), di mana penjual tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga memastikan konsumen mendapatkan nilai sesuai dengan yang dibayarkan.

Selain itu, prinsip masalah dalam ekonomi Islam juga tercermin dalam praktik Seblak Pusat. Masalah mengacu pada upaya menghadirkan

manfaat dan mencegah kerugian bagi semua pihak. Dalam hal ini, meskipun harga seblak lebih mahal, konsumen tetap merasa puas karena mendapatkan produk berkualitas yang memberikan manfaat, yaitu rasa yang lezat dan pengalaman yang memuaskan. Dengan demikian, usaha Seblak Pusat dapat dianggap telah memenuhi prinsip-prinsip dasar dalam ekonomiIsla



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa usaha Seblak Pusat milik Kakak Triyani dan Kakak Angel telah menerapkan studi kelayakan bisnis dengan cukup baik. Hal ini didukung oleh penerapan berbagai aspek dalam studi kelayakan bisnis, seperti Aspek Hukum, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Keuangan, Aspek Teknis/Operasional, Aspek Manajemen dan Organisasi, Aspek Sosial Ekonomi, serta Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Namun demikian, usaha Seblak Pusat masih belum sepenuhnya memenuhi aspek hukum, karena pemilik usaha belum memiliki surat izin usaha yang lengkap, seperti Surat Izin Usaha Industri (SIUI), dan sertifikasi halal untuk produk mereka juga belum diperbarui.

Di sisi lain, usaha Seblak Pusat menunjukkan keunggulan dalam aspek pemasaran, di mana mereka selalu mengedepankan inovasi dan kreativitas dalam produk dan strategi pemasarannya, sehingga mampu mempertahankan minat konsumen. Mereka juga cukup efektif dalam meningkatkan daya saing usaha, dengan memperhatikan faktor-faktor seperti tempat usaha, cara melayani pelanggan, dan menciptakan kedekatan yang lebih personal, sehingga tercipta hubungan persaudaraan antara pemilik usaha dan konsumen.

Secara keseluruhan, Seblak Pusat mampu bersaing secara sehat dan mematuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam, tanpa melanggar norma atau aturan

yang berlaku. Ke depannya, dengan memperhatikan dan menyelesaikan aspek hukum yang masih kurang, usaha ini berpotensi untuk berkembang lebih lanjut dan mencapai keberhasilan yang lebih besar.

B. Saran

Mengenai kelayakan bisnis sebaiknya pemilik usaha seblak pusat segera mengurus surat ijin usahanya serta mendaftarkan merek dagang atau logo agar tidak disalah gunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab serta memperbarui sertifikasi halal pada produk terutama produk kemasan frozen Untuk meningkatkan daya saing, sebaiknya pemilik usaha Seblak Pusat lebih memanfaatkan teknologi yang tersedia serta menjalin kerja sama dengan layanan kurir online, seperti Gojek, atau merekrut kurir pribadi. Hal ini bertujuan agar para karyawan dapat fokus pada tugas utama mereka, yaitu memasak seblak, tanpa terbebani oleh tugas pengantaran. Dengan demikian, proses operasional menjadi lebih efisien, pelayanan lebih cepat, dan pelanggan tidak mengalami keterlambatan dalam menerima pesanan. Selain itu, pembagian tugas yang jelas akan meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan, sehingga bisnis dapat berkembang lebih baik di tengah persaingan pasar

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, Alfian, Nur Fitri Rahmawati, Program Studi Administrasi Bisnis, and Fakultas Ilmu Administrasi. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Pada Coffee Shop Pilona Coffee Di Kota Tangerang." *Jurnal Adminitrasi Bisnis* 351, no. 3 (2023): 6. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>.
- Adnyana, I Made. *Studi Kelayakan Bisnis I. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)*, 2020.
- Alang Sidek, Indra Syahputra, Diyan Yusri,. "Penerapan Hukum Islam Dalam Praktek Jual Beli Makanan Pada Aplikasi Go-Food." *Journal Economy and Currency Study (JECS)* 5, no. 2 (2023): 21–26. <https://doi.org/10.51178/jecs.v5i2.1431>.
- Amalia, Fitria Fatihah, Jessica Naomi Manurung, Melany Indah Savitri, Syarifah Munawaroh, and R.R Wening Ken W. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Seblak Teh Uun Di Dusun Cambay Desa Jatibaru (Studi Kasus Pada Aspek Pemasaran Dan Aspek Manajemen)." *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting* 5, no. 2 (2024): 808–14. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.8645>.
- Asiva Noor Rachmayani. *No Buku Manajemen Bisnis Syariah*, Media Sains Syariah, Bandung, 2015
- Bate'e, Anisa Triyana, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani Krisanti, and RR. Wening Ken Widodasih. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan)." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 221–35.
- Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE., MM. *buku studi kelayakan bisnis*, 2018.
- Gibran Asshiddiqi, Umar, and Abdur Rohman. "Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Keuangan Pada Kedai Es Boba Manis Di Desa Slopeng KANALISIS KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN PADA KEDAI ES BOBA MANIS DI DESA SLOPENG." *Jma* 2, no. 6 (2024): 3031–5220.
- Lusmawati, L, D Filiyanti, S N Hafifah, and ... "Analisis Kelayakan Usaha Tahu Kriuk Sebagai Salah Satu Inovasi UMKM Guna Meningkatkan Selera Masyarakat." *Analisis Kelayakan Usaha Tahu Kriuk Sebagai Salah Satu Inovasi UMKM Guna Meningkatkan Selera Masyarakat* 2, no. 2 (2024). <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBIKIN/article/view/89%0Ahttps://>

- [//ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBIKIN/article/download/89/116](http://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBIKIN/article/download/89/116).
- Mutmainnah, Mutmainnah, and Siti Indah Purwaning Yuwana. "Strategi Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Stabilitas Ekonomi Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)* 4, no. 1 (2024): 1–12. <https://doi.org/10.56013/jebi.v4i1.2694>.
- Muljawan, Dadang, and Dkk. "Buku Pengayaan Pembelajaran Ekonomi Syaria"ah Untuk Sekolah Menengah Atas Kelas X." Departemen Ekonomi Dankeuangan Syariah Bank Indonesia 5, no. 2 (2020): 14
- NasutionAbdul Fatta, "Metode Penelitian Kualitatif", Harfa Crative, (Bandung, 2023)
- Nugraha, Rifat Tri, and Raditha Dwi Vata Hapsari. "Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kos." *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi* 2, no. 3 (2023): 823–31. <https://doi.org/10.21776/jki.2023.02.3.17>.
- Nugroho, Mahfud, and Fitria Yuni Astuti. "Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Pedaging." *Jurnal Manajemen Dayasaing* 23, no. 1 (2021): 59–72. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i1.14065>.
- Santoso, Priskila Valentina, Rizcha Verda Amarillo, and Seviana Prasetyarini. "Analisis Kelayakan Bisnis Pada UMKM Makanan Khas Palembang Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang)." *Jurnal Multidisiplin West Science* 01, no. 02 (2022): 181–95. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/view/48%0Ahttps://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/download/48/46>.
- Sari, Revita, and Chandra Halim. "Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Coffee Shop Di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr. Coffee)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 1, no. 3 (2022): 231–48. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1139>.
- Septi, Septi, Rahman Febliansa, and Eska Prima Monique D. "Analysis Of Business Feasibility Study On The Development Of Father Yulianto's Tofu And Tempe Msme Business Reviewed From The Production And Marketing Aspects." *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital* 3, no. 2 (2024): 41–44. <https://doi.org/10.37676/jambd.v3i2.6262>.
- Setiawan, Hafis Ramadhan, and Kamaludin Kamaludin. "Studi Kelayakan Jasa Digital Ilustrasi Pada Era Bisnis Digital." *Journal of Business Technology and Economics* 1, no. 1 (2023): 8–16. <https://journal.pipuswina.com/index.php/jbte/article/view/45>.
- Shobirin, Shobirin. "Jual Beli Dalam Pandangan Islam." *BISNIS: Jurnal Bisnis*

Dan Manajemen Islam 3, no. 2 (2016): 239.
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

Sunarji Harahap. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*. FEBI UIN-SU Press, 2018.

Website FEBI UIN Purwoketo. “Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.” *Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto*, no. 102 (2023).

Yuniar, Vira, Cantika Florentina Br Bangun, Sri Wulandari Bugis, and Suhairi Suhartini. “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu Dan Tempe Di Desa Pondok Jeruk Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan.” *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management* 2, no. 2 (2022): 142–51. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.929>.

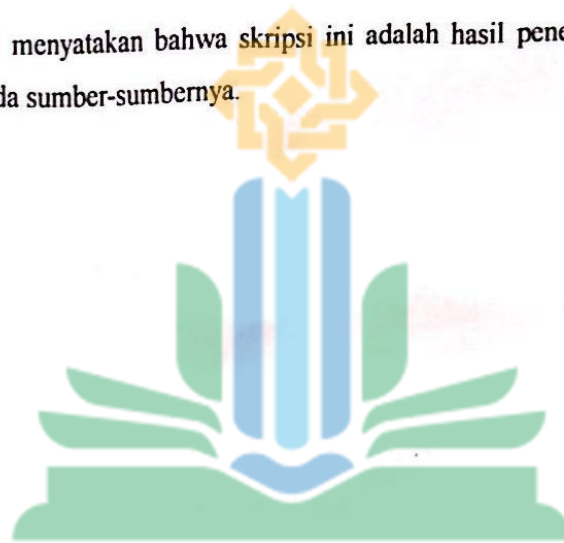


PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadilatul Muharromah
NIM : 212105020022
Jurusan/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada sumber-sumbernya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 20 Januari 2025

Saya yang menyatakan



Fadilatul Muharromah

NIM. 212105020022

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Kelayakan Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.	Kelayakan Bisnis, Daya Saing, bisnis islam	1. ekonomi islam a. prinsip-prinsip ekonomi islam 2. kelayakan bisnis a. pengertian kelayakan bisnis b. tujuan kelayakan bisnis c. aspek aspek kelayakan bisnis 3. daya saing a. pengertian daya saing. b. faktor-faktor daya saing c. strategi daya saing d. dimensi daya saing	1. Primer: observasi, wawancara, dokumentasi. 2. sekunder: studi literatur	1. Pendekatan Penelitian: kualitatif 2. Jenis Penelitian: field research 3. Metode Penelitian: Observasi, Wawancara, dokumentasi	1. bagaimana kelayakan bisnis yang ada di seblak pusat ? 2. bagaimana strategi dalam meningkatkan daya saing ditinjau dari perspektif ekonomi islam?

PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Observasi

1. Observasi Terhadap Kelayakan Bisnis Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Di Desa Karang Mluwo Mangli Kecamatan Kaliwates Jember
2. Observasi Terhadap Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

B. Pedoman Wawancara

1. Wawancara Terhadap Pemilik Seblak Pusat
 - A. Sejak kapan usaha ini didirikan ?
 - B. Bagaimana perkembangan usaha seblak yang anda Kelola pada saat ini?
 - C. Berapa jumlah karyawan yang anda miliki saat ini?
 - D. Apakah usaha ini sudah mendapatkan izin dari masyarakat sekitar?
 - E. Apakah anda mengetahui apa itu kelayakan bisnis?
 - F. Apakah dalam pendirian usaha seblak ini menggunakan studikelayakan? Jika iya, jika tidak kenapa jelaskan?
 - G. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan pihak seblak pusat?
 - H. Bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh usaha seblak pusat?
 - I. Bagaimana harga yang di tawarkan oleh seblak pusat agar bisa bersaing dengan harga di usaha seblak yang lain?
 - J. pada kelayakan bisnis terdapat beberapa aspek seperti aspek pemasaran,keuangan,manejemen,teknis,aspek hukum,aspek sosial dan ekonomi,aspek anilisi dampak lingkungan apakah usaha ini

sudah menerapkan aspek" tersebut?

2. wawancara pada karyawan seblak

- a. Apakah anda mengetahui kelayakan bisnis dalam meningkatkan daya
- b. saing usaha seblak yang ada di seblak pusat?
- c. Menurut anda apakah usaha seblak pusat sudah memenuhi aspek aspek yang ada dalam kelayakan bisnis?
- d. Apakah aspek aspek kelayakan bisnis sudah sesuai ketika anda menjadi karyawan di seblak pusat?
- e. Apakah seblak pusat sudah memiliki keunikan yang berbeda dari usaha seblak yang lain?
- f. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan pihak seblak pusat?
- g. Bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh seblak pusat?
- h. Bagaimana Startegi yang digunakan oleh seblak pusat dalam meningkatkan daya saing ditinjau dari perseptif ekonomi islam?
- i. Bagaimana promosi penjualan yang dilakukan oleh seblak pusat?
- j. Apakah strategi yang digunakan seblak pusat sudah sesuai dengan prinsip"ekonomi islam?

3. Wawancara Kepada Konsumen seblak pusat

- a. Apakah anda sering menikmati produk seblak pusat?
- b. Apa alasan anda lebih memilih seblak pusat dibanding dengan seblak yang lain?
- c. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan seblak pusat?
- d. menurut anda apakah pelayanan yang dilakukan oleh karyawan

seblak pusat sudah sesuai dengan prinsip "ekonomi islam?"

- e. Menurut anda apakah harga yang ditawarkan seblak pusat bisa bersaing dengan harga di usaha seblak lain?
- f. Apakah seblak pusat memiliki keunikan yang berbeda dari usaha seblak yang lain?
- g. Apakah layanan dan produk yang diberikan memuaskan bagi anda ?





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No.01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1724/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

24 Desember 2024

Kepada Yth.

Pemilik Seblak Pusat

Jl.Blk.B No.B20, Karang Mluwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Fadilatul Muharromah
NIM : 212105020022
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Analisis Kelayakan Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



Surat Keterangan Selesai Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Triyani Febry Astutik
Jabatan : Pemilik Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Fadilatul Muharromah
NIM : 212105020022
Jurusan/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di seblak pusat sektor mangli di Desa Karang Mluwo Mangli Kecamatan Kaliwates Jember untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisi Kelayakan Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam".

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan kepada yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 20 Januari 2025

Triyani Febry Astutik



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Fadilatul Muharromah
NIM : 212105020022
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 2025
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019032005



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



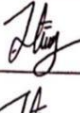
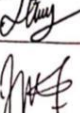
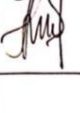
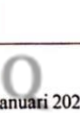
Jurnal Kegiatan Penelitian

Nama : Fadilatul Muharromah

NIM : 212105020022

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Seblak Pusat Sektor Mangli Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1.	Minggu, 5 Januari 2025	Melakukan observasi dan wawancara pada pemilik	Triyani Febri Astutik	
2.	Selasa, 7 Januari 2025	Melakukan wawancara pada pemilik	Triyani Febri Astutik dan Angel	
3.	Kamis, 9 Januari 2025	Melakukan wawancara pada karyawan seblak pusat	Far-hah	
4.	Sabtu, 11 Januari 2025	Melakukan wawancara dan dokumentasi	Far-hah	
5.	Minggu, 12 Januari 2025	Melakukan wawancara dengan konsumen	Kakak Lia	
6.	Rabu, 15 Januari 2025	Melakukan wawancara dengan konsumen	Kakak Uulan	
7.	Jumat 18 Januari 2025	Melakukan wawancara dengan konsumen	Kakak Irma	
8.	Minggu, Januari 2025	Dokumentasi lokasi penelitian		

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Jember, 20 Januari 2025

Triyani Febry Astutik
Pemilik Usaha Seblak Pusat



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Fadilatul M
NIM : 212105020022
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Ditinjau

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 20 Februari 2025
Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Luluk Musfiroh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



DOKUMENTASI



Wawancara Pada Pemilik Seblak Pusat, 5 Januari 2025



Wawancara Pada Karyawan Seblak Pusat, 5 Januari 2025



Wawancara Pada Konsumen Seblak Pusat,5 Januari 2025



Wawancara Dengan Konsumen Seblak Pusat, 5 Januari 2025





Topping Seblak Pusat

BIODATA PENULIS



Nama : Fadilatul Muharromah
Nim: : 212105020022
Tempat,Tanggal Lahir : Jember,25 Maret 2003
Alamat : Jl Sumber Urip RT02/RW 07 Lingkungan Mrapa
Sempusari Kec.Kaliwates Kab.Jember
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Telp/Hp : 083123384242
Email : Dilamuharromah@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SDN Mangli 03
2. SMP Islam Al-Hidayah
3. SMK Negeri 1 Jember
4. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember