

# IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA KECIL MENENGAH (UKM) UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KARYAWAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS BAKSO YUDA PASAR UJUNG BATU)

Nurwahidah Lubis<sup>1</sup>, Muhammad Amsal Nasution<sup>2</sup>, Khoirun Nisa Zein Lubis<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>STAI Barumun Raya Sibuhuan, Indonesia

Email: [wahidanur67@gmail.com](mailto:wahidanur67@gmail.com)<sup>1</sup>, [nasutionamsal1610@gmail.com](mailto:nasutionamsal1610@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[nisazein21@gmail.com](mailto:nisazein21@gmail.com)<sup>3</sup>

## Article Info

Received: 19 Des 2023  
Accepted: 28 Des 2023  
Published: 15 Jan 2024

## Keywords:

development  
strategy, according to  
the perspective of  
Islamic economics

## ABSTRACT

The aim of this research is twofold: 1) to ascertain the implementation of Small and Medium Enterprises (SME) business development strategies at Bakso Yuda's stall in the Pasar Sibuhuan Village, Barumun Subdistrict, Padang Lawas Regency, and 2) to understand the Islamic economic perspective on the implementation of SME business development strategies at Bakso Yuda in the Barumun Subdistrict, Padang Lawas Regency, with the goal of improving employee income. This research adopts a field research methodology utilizing qualitative research methods. Data collection techniques involve interviews, documentation, and observation. The data analysis method employed is qualitative descriptive analysis, encompassing data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity is ensured through credibility, transferability, dependability, and confirmability checks. The findings reveal that 1) the business development strategy implemented by Bakso Yuda involves marketing mix elements, including halal products that have been scrutinized and registered by the Indonesian Food and Drug Administration (BPOM) and the Indonesian Ulama Council (MUI), affordable pricing, and transparent promotion. This strategy has resulted in increased sales turnover and business expansion. 2) In the Islamic economic perspective, despite the substantial turnover, the business has not been able to provide wages commensurate with the set standards. The wage system is based on employee performance. 3) SME business development strategies to enhance employee income at Bakso Yuda Pasar Ujung Batu, from an Islamic economic perspective, align with Islamic principles. The use of raw materials, such as fresh meat, flour, and other ingredients, adheres to halal standards and poses no threat to public health.

## Kata Kunci:

strategi  
pengembangan,  
menurut perspektif  
ekonomi Islam

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui implementasi strategi pengembangan bisnis UKM pada warung Bakso Yuda di Kelurahan Pasar Sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas, dan 2) untuk mengetahui pandangan ekonomi Islam tentang implementasi strategi pengembangan bisnis UKM Bakso Yuda di Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas untuk meningkatkan pendapatan karyawan. Jenis Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian lapangan, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik Penggumpulan data yaitu dengan menggunakan wawancara, dokumentasi, observasi. Metode analisis data yang di gunakan analisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dalam hal ini seluruh data

dengan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Teknik pengecekan keabsahan data untuk membuktikan penelitian merupakan penelitian ilmiah dan untuk menguji data yang diperoleh yaitu dengan uji keabsahan data dengan credibility, transferability, dependability, confirmability. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) implementasi strategi pengembangan yang dilakukan oleh usaha bakso Yuda adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk yang halal dan Usaha Bakso Yuda sudah diteliti oleh BPOM yaitu DEPKES dan telah terdaftar di Majelis Ulama Indonesia, harga yang terjangkau, dan promosi yang transparan. Dengan strategi tersebut yang telah dilakukan oleh Bakso Yuda menghasilkan peningkatan omset penjualan dan mampu memperluas usaha. 2) untuk meningkatkan pendapatan karyawan dalam perspektif ekonomi islam adalah Meskipun usaha memiliki omset yang besar akan tetapi usaha masih belum bisa memberikan upah yang sesuai dengan yang ditetapkan. Karena sistem pemberian upah yang diterapkan oleh usaha menggunakan sistem upah berdasarkan kinerja karyawan. 3) strategi pengembangan bisnis usaha kecil menengah (UKM) untuk meningkatkan pendapatan karyawan di bakso Yuda Pasar Ujung Batu menurut perspektif ekonomi Islam dalam hal ini usaha warung Bakso Yuda mengembangkan UKM bakso daging sudah sesuai dengan ekonomi Islam, hal tersebut dapat dilihat dari segi pemakaian produk seperti bahan mentah, dalam hal ini bahan mentah yang dipakai untuk diolah menjadi bakso menggunakan bahan daging yang masih segar, tepung terigu dan bahan baku lainnya, bahan-bahan tersebut merupakan bahan yang halal dan baik serta tidak membahayakan kesehatan masyarakat.

---

**Copyright and License:**

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



## 1. PENDAHULUAN

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi sebuah aspek yang sangat penting mengingat peran signifikan yang dimainkannya dalam pertumbuhan ekonomi, terutama di Indonesia. Kegiatan UKM memiliki dampak besar pada pembangunan ekonomi nasional, termasuk penyerapan tenaga kerja, distribusi hasil pembangunan, dan menjadi pendorong pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Sebagai bagian integral dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UKM memiliki implikasi mendalam dalam upaya mengurangi tingkat kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan perkembangan sektor UMKM sering dianggap sebagai indikator keberhasilan pembangunan, terutama bagi negara-negara dengan pendapatan per kapita yang rendah.

Dalam konteks krisis ekonomi yang melanda Indonesia beberapa waktu lalu, terlihat bahwa sektor UKM mampu menunjukkan ketangguhan dan daya tahan yang relatif kuat, berbeda dengan usaha berskala besar yang mengalami stagnasi. Menurut data yang dirilis oleh Biro Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010, tiga tahun setelah krisis tahun 1997, sektor UMKM memberikan kontribusi yang mengesankan terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional tahun 2000, sebesar 4,9 persen, di mana 2,8 persen berasal dari pertumbuhan sektor UMKM. Data BPS tahun 2002 menunjukkan bahwa jumlah UKM di Indonesia mencapai 42 juta unit atau 99,99 persen dari total unit usaha di Indonesia, dengan 99,85 persen berada dalam skala usaha kecil dan 0,14 persen dalam skala usaha menengah (Halim Oky, 2013). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar usaha di Indonesia berada dalam kategori usaha kecil dan menengah.

Salah satu contoh nyata dari UKM yang berperan vital adalah dalam sektor makanan. Pertumbuhan jumlah usaha di bidang makanan memunculkan persaingan yang semakin ketat di ranah produksi. Fenomena ini ditandai dengan munculnya banyak usaha baru di sektor tersebut. Dalam menghadapi dinamika ini, perusahaan-perusahaan tersebut dituntut untuk tidak hanya bertahan hidup tetapi juga mampu bersaing dengan produk-produk sejenis (Halim Oky, 2013). Oleh karena itu, para pengusaha harus mampu mengembangkan strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan daya saing mereka.

Dalam pemasaran produk, seorang pengusaha perlu memiliki kemampuan untuk membaca dan merespons perubahan situasi saat ini dan masa depan. Kepekaan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, serta kapan dan di mana produk tersebut dibutuhkan, menjadi kunci sukses. Dalam konteks ini, penting bagi usaha untuk menciptakan produk yang tidak hanya sesuai dengan keinginan konsumen tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan mereka dengan tepat waktu. Selain itu, komunikasi efektif tentang keberadaan dan keunggulan produk dibandingkan dengan pesaing juga merupakan aspek penting. Pengusaha yang berhasil adalah mereka yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan (Kasmir, 2012).

Pesaing dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu pesaing yang memiliki kekuatan yang signifikan dan pesaing yang relatif lemah. Selain itu, ada kemungkinan adanya

pesaing yang beroperasi secara lokal dengan produk serupa atau identik. Semua jenis pesaing ini memiliki potensi untuk mempengaruhi daya tarik produk yang ditawarkan. Dalam lingkungan bisnis, fokus utama pengusaha adalah menarik sebanyak mungkin pelanggan, baik yang baru maupun yang berasal dari produk-produk lain. Terdapat juga pendekatan ekstrim, yaitu strategi untuk mengeliminasi pesaing, baik secara langsung maupun secara bertahap.

Dalam menjalankan strategi bisnis yang kompetitif, seorang pengusaha diharapkan untuk selalu memahami dan mengamati pergerakan pesaing. Informasi terkait pesaing harus diperoleh dan dianalisis secara terus-menerus. Proses ini dapat melibatkan penggunaan intelijen pemasaran yang dimiliki oleh usaha dan sumber informasi lainnya. Tujuan utamanya adalah agar usaha dapat menilai keunggulan pesaing di berbagai bidang, mengidentifikasi kelemahan pesaing, dan bersiap untuk menghadapi potensi serangan balik dari pesaing (Kasmir, 2012).

Dalam dunia usaha, kegiatan produksi memegang peran krusial dalam menentukan kelangsungan suatu usaha. Setiap usaha harus memiliki tingkat produktivitas yang tinggi, karena kesinambungan usaha sangat tergantung pada produktivitas yang diperoleh. Tingkat produktivitas yang tinggi akan menghasilkan laba yang signifikan, sedangkan produktivitas yang rendah dan produksi yang minim akan berdampak pada pendapatan yang terbatas. Kesuksesan produksi juga tergantung pada kemampuan sumber daya manusia yang terlibat dalam proses produksi. Oleh karena itu, karyawan atau buruh memiliki peran kunci dalam usaha. Hal ini berarti bahwa penentuan besaran upah atau gaji harus dilakukan dengan cermat, sehingga karyawan merasa puas dan usaha dapat mencapai hasil yang menguntungkan tanpa mengalami kerugian (Susilo, 1867).

Di era modern seperti saat ini, persaingan dalam mendapatkan pekerjaan menjadi semakin ketat. Tingkat pendidikan dan keterampilan menjadi krusial dalam menghadapi kondisi tersebut. Sebagian orang mungkin memiliki modal, namun tidak dapat mengaplikasikannya dalam berbisnis. Sebaliknya, ada pula mereka yang tidak memiliki modal finansial tetapi memiliki kemampuan untuk menjalankan usaha. Oleh karena itu, sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup secara mandiri. Mereka perlu bekerja sama satu sama lain untuk membentuk hubungan simbiosis mutualisme antara pemilik modal dan pekerja.

Melalui kerjasama ini, pekerja memperoleh upah dari kontribusi kerjanya, sementara pengusaha dapat meraih laba dari hasil usahanya. Upah yang diterima oleh pekerja menjadi sumber pemenuhan kebutuhan hidup mereka. Namun, terkadang terdapat kurang pemahaman antara pengusaha dan pekerja terkait tata cara pengupahan, sehingga dalam beberapa kasus, terdapat pihak yang merasa dirugikan.

Contoh konkret dari suatu usaha adalah usaha Bakso, yang bermula sebagai cabang dari usaha lain pada tahun 2007. Namun, pada tahun 2012, usaha Bakso ini secara mandiri didirikan. Lokasinya berada di Desa Ujung Batu, Kecamatan Sosa, Kabupaten

Padang Lawas. Seiring berjalannya waktu, usaha Bakso menunjukkan perkembangan yang positif, dengan omset mencapai Rp 100.000.000 per tahun.

Usaha Bakso ini memiliki sekitar 6 karyawan yang terbagi dalam berbagai tugas, seperti penggilingan, pencetakan bakso, dan pelayanan. Gaji setiap karyawan berbeda sesuai dengan peran mereka masing-masing. Rata-rata pendapatan harian karyawan berkisar antara Rp 40.000 hingga Rp 50.000. Meskipun demikian, belum dapat dipastikan bahwa pendapatan tersebut secara konsisten dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan. Hal ini karena pendapatan harian karyawan dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan minat konsumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis strategis untuk menentukan apakah strategi pengembangan dapat efektif meningkatkan pendapatan karyawan, kesejahteraan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi karyawan dengan memadai.

Oleh karena itu, upaya perlu dilakukan oleh usaha ini untuk meningkatkan strategi pengembangan bisnisnya dengan harapan dapat merangsang peningkatan pendapatan bagi setiap karyawan. Karyawan dianggap sebagai aset yang sangat penting dalam konteks usaha, terutama bagi bisnis yang berfokus pada makanan siap saji. Kinerja karyawan, yang mencakup hasil kerja baik dari segi kualitas maupun kuantitas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan, menjadi faktor krusial. Oleh karena itu, usaha harus memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan kinerja karyawan agar tujuan usaha dapat dicapai secara maksimal.

Selain menerapkan strategi pengembangan usaha, kompensasi juga menjadi elemen yang berpengaruh terhadap motivasi kerja. Pemberian kompensasi yang layak dan memadai dapat meningkatkan motivasi kerja, bahkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian karyawan dan menambah pendapatan mereka. Dari konsep tersebut, dapat dipahami bahwa dalam proses pengembangan usaha, tidak hanya penting untuk memperhatikan pendapatan usaha semata, melainkan juga penting bagi usaha untuk secara efektif mengoptimalkan gaji atau pendapatan karyawan.

## 2. METODE

Penelitian dilakukan selama periode tiga bulan, yakni dari bulan Juli hingga September 2023. Lokasi penelitian yang dipilih untuk mengumpulkan data dan informasi adalah Desa Pasar Ujung Batu, jalan Riau, Kecamatan Sosa, Kabupaten Padang Lawas. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan kemudahan dalam memperoleh data serta efisiensi waktu dan tenaga.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research), yang melibatkan pencarian sumber data langsung terkait Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan tujuan meningkatkan pendapatan karyawan dalam perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam masalah-masalah manusia dan sosial dengan membuat gambaran atau deskripsi menyeluruh yang diungkapkan melalui kata-kata (M.M et al., 2022).

Subjek penelitian merujuk pada sumber data atau informan yang memberikan keterangan kepada peneliti. Dalam hal ini, subjek penelitian adalah individu yang berperan sebagai responden, dengan lokasi penelitian berfokus pada Bakso Yuda. Pemilihan lokasi ini dilakukan karena tingginya minat masyarakat terhadap bakso, yang memicu rasa ingin tahu peneliti terkait strategi pengembangan bisnis UKM untuk meningkatkan pendapatan karyawan dalam perspektif ekonomi Islam.

Objek penelitian mengacu pada sifat yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan diperoleh kesimpulan. Objek penelitian pada penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis UKM yang bertujuan meningkatkan pendapatan karyawan dalam perspektif ekonomi Islam.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala alam, terutama ketika jumlah responden tidak terlalu besar. Penulis membuat daftar panduan observasi sebanyak 15 poin untuk membuktikan kebenaran data mengenai strategi pengembangan bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) guna meningkatkan pendapatan karyawan dalam perspektif ekonomi Islam.

Wawancara, sebagai cara langsung tanya jawab dengan objek penelitian, dilakukan untuk mendalami permasalahan dan memperoleh informasi mendalam dari responden. Ada tiga jenis wawancara, yaitu terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dengan 15 pertanyaan panduan, terutama saat berinteraksi dengan pemilik usaha Bakso Yuda.

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen, seperti sejarah berdirinya usaha bakso di Desa Ujung Batu, struktur kepengurusan, dan produk yang dipasarkan oleh pemilik usaha. Studi dokumentasi memberikan gambaran dari sudut pandang subjek melalui media tertulis, dokumen langsung dari subjek, serta penelitian literatur dan teori yang berkaitan dengan penyelidikan.

Pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif bukan hanya untuk menanggapi kritik terhadap ketidakilmiahan penelitian, melainkan juga sebagai elemen tak terpisahkan dari pengetahuan penelitian kualitatif. Tujuan uji keabsahan data adalah membuktikan keilmiahan penelitian dan menguji data yang diperoleh. Terdapat beberapa uji keabsahan data, termasuk credibility (kredibilitas), Transferability (validitas eksternal), pengujian dependability (kehandalan), dan Confirmability (objektivitas).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi paparan dan topik yang diangkat. Hasil penelitian dideskripsikan terlebih dahulu, dilanjutkan bagian pembahasan. Sub judul hasil dan sub judul pembahasan disajikan terpisah.. Setiap hasil harus dibahas dan didukung oleh data yang memadai. Pembahasan berisi tentang jawaban yang dinyatakan sebelumnya di bagian pendahuluan.

Pembahasan Hasil Penelitian Tentang Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Pendapatan Karyawan Dalam Ekonomi Islam Salah satu faktor utama yang dilakukan dalam mengembangkan suatu bisnis adalah dengan mengutamakan faktor produksi. Warung Bakso Yuda yang merupakan sebuah usaha bakso yang bergerak dibidang penjualan makanan, sudah tentu harus mengutamakan kualitas produk yang akan dijual. Dalam hal ini produk yang dipasarkan adalah makanan berupa bakso daging dengan demikian usaha Bakso Yuda harus memberikan kualitas produk bakso yang enak sesuai dengan selera masyarakat dan adanya variasi bakso. Strategi pengembangan yang dilakukan oleh warung Bakso Yuda menggunakan strategi, dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas rasa bakso dan menjaga kebersihan bakso daging.

Dari segi kualitas rasa bakso, warung Bakso Yuda menciptakan tiga varian produk yakni bakso besar, bakso sedang, dan bakso kecil (Suratno 2023). Selain itu, warung Bakso Yuda juga sangat menjaga dari sisi kebersihan produk, tempat produksi, proses pembuatan, tempat penjualan, sampai proses distribusi yang selalu dijaga kebersihannya. Hal tersebut dilakukan untuk tetap menjaga cita rasa dan kualitas produk sehingga konsumen tetap menjadi pelanggan Bakso Yuda.

Di samping menjaga kualitas dan cita rasa produk yang di pasarkan, warung Bakso Yuda juga memiliki keunggulan dan berdaya saing yang tinggi terhadap pedagang lain khususnya dibidang bakso daging. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada konsumen atau pelanggan bakso daging, warung Bakso Yuda yang menyatakan kepuasan mereka terhadap warung Bakso Yuda, terutama dari segi rasa bakso dan kebersihan yang diminati oleh konsumen,

“alasan yang membuat saya membeli bakso daging warung Bakso Yuda ini adalah karena rasa daging sapi yang beres, tumisan kuahnya yang sedap juga, tempat dan penjualnya bersih dan rapi yang paling penting harganya terjangkau” (Nurdingin 2023).

Konsumen mengungkapkan bahwa tekstur rasa dan kebersihanlah yang menjadi alasan utama mereka untuk tetap berlangganan bakso tersebut. Disisi lain bagi para konsumen harga menjadi nomor dua yang terpenting adalah kualitas barang yang dipasarkan. Selama bakso yang dijual enak dan bersih pasti ada harga yang harus dibayar, dan untuk harga sendiri relatif cukup murah untuk kualitas yang ditawarkan, sehingga konsumen puas dalam membeli bakso dari warung Bakso Yuda.

Kepuasan konsumen adalah tujuan utama dari warung Bakso Yuda. Berbagai trik dan strategi dilakukan untuk mempertahankan pelanggan dengan menjaga kepuasan

konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh usaha Bakso Yuda. Seperti yang dilakukan oleh warung Bakso Yuda selain meningkatkan kualitas produk yaitu dengan melakukan pendekatan secara personal antara penjual dengan konsumen langsung. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan hubungan pendekatan antara penjual dengan konsumen. Sehingga konsumen merasa bahwa kehadirannya diakui dan terus menjadi pelanggan setia bagi warung Bakso Yuda.

Pembahasan hasil penelitian tentang strategi pengembangan bisnis usaha kecil menengah (ukm) untuk meningkatkan pendapatan karyawan di bakso yuda pasar ujung batu menurut perspektif ekonomi islam Dalam Islam, hal utama yang harus diperhatikan untuk bisnis yang bergerak dibidang usaha kuliner adalah mengenai kehalalan produk. Sebagai seorang muslim wajib hukumnya menjual makanan yang halal baik mulai dari modalnya, bahan bakunya, peralatan yang bersih dari najis, hingga cara pembuatannya harus halal penciptaan produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memperoleh perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan.

Menurut peneliti strategi pengembangan yang dilakukan usaha kecil menengah (UKM) warung Bakso Yuda sudah sesuai dengan praktek dan teori terutama dalam pengembangan produk yang sudah sesuai dengan syari'at Islam salah satunya yakni kualitas produk, dimana produk yang dijual tersebut tidak menggunakan bahan yang tidak diperbolehkan atau bahan yang bisa membahayakan bagi masyarakat.

Selain kehalalan produk, kejujuran pedagang juga sangat dibutuhkan. Artinya, setiap penjual menjajakan dagangannya kepada konsumen dengan jujur dan jika barang sudah tidak layak dijual maka tidak boleh menjualnya, jika rasa bakso mengalami penurunan harus disampaikan kepada konsumen dengan jujur. Kemudian penjual tidak boleh mencampur produk yang sudah basi atau tidak layak jual dengan produk yang masih baru, begitu juga bagian produksi tidak boleh menggunakan bahan-bahan yang tidak dianjurkan, dapat membahayakan kesehatan konsumen, merugikan konsumen dan tidak sesuai dengan syariat Islam. Pada warung Bakso Yuda mereka jujur dalam produksi mereka tidak pernah menggunakan bahan-bahan baku yang menyalahi aturan sehingga produk yang dihasilkan pun memang layak dikonsumsi oleh masyarakat.

Strategi pengembangan yang dilakukan warung Bakso Yuda sesuai dengan konsep teori ekonomi Islam yang mana telah menjelaskan dengan baik kepada pembeli akan kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya, jika ada cacat atau ketidak sesuaian produk disampaikan sejujur-jujurnya kepada pelanggan.

Kejujuran adalah cara yang termurah walaupun sulit dan langka ditemukan, disini peneliti menemukan adanya kejujuran pada usaha Bakso Yuda, strategi pengembangan yang dilakukan dengan menjual produk dalam segala bentuk kekurangan dan kelebihan di ungkapkan secara jelas ke konsumen dan tanpa adanya kecurangan.

Pemilik warung Bakso Yuda mengeluarkan modal dalam usahanya yakni modal sendiri bukan berasal dari bank yang menggunakan sistem ribawi. Dan selama proses



produksi berlangsung, proses produksi warung Bakso Yuda yang berada di Jl. Ki Hajar Dewantara Kelurahan Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa berlangsung dengan baik karena proses produksi usaha warung Bakso Yuda tidak merusak lingkungan sosial maupun lingkungan fisik atau merusak kenyamanan masyarakat yang berada di Jl. Ki Hajar Dewantara.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hasan Aedy yang merupakan salah satu prasyarat dalam produksi bahwa sang produsen tidak hanya mencari keuntungan maksimal individual, mencari juga keuntungan maksimal sosial. Berdasarkan prasyarat tersebut maka kegiatan produksi dilaksanakan dengan niat yang ikhlas dan ditunjukkan untuk kemaslahatan umat manusia tanpa mengabaikan perlindungan dan kemashalatan makhluk lain khususnya hewan dan tumbuhan, serta alam semesta. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa warung Bakso Yuda masih belum sesuai dengan teori diatas.

#### 4. KESIMPULAN

Hubungan strategi pengembangan UKM menurut perspektif ekonom Islam segala yang akan di perjual belikan di jelaskan kepada pembeli baik dan buruk makanan yang mereka sajikan, agar pelanggan tidak merasa di rugikan agar si pembeli dan penjual sama-sama ridha.

Jika dilihat dari keseluruhan penjelasan yang telah di analisis sebelumnya warung Bakso Yuda dalam mengembangkan usaha Bakso Yuda mulai dari produk, harga dan promosi terlihat dengan jelas usaha yang dilakukan menghasilkan laba warung Bakso Yuda yang sangat besar. Dengan adanya *marketing mix* yang sempurna maka pendapatan warung Bakso Yuda terus meningkat, tetapi sebuah warung Bakso Yuda tidak akan berjalan jika tidak ada menu lain yang menunjang cita rasa di warung Bakso Yuda dengan banyaknya menu di warung tersebut sehingga membuat para pembeli tertarik dengan aneka rasa yang di sajikan.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M.S., (2001). Bank syariah: dari teori ke praktik. Gema Insani.
- Baqi, M.F.A., (2021). Hadis Shahih Bukhari – Muslim Jilid 1. Elex Media Komputindo.
- Djamil, F., (2012). Penerapan hukum perjanjian dalam transaksi di lembaga keuangan syariah. Sinar Grafika.
- Kamus besar bahasa Indonesia Pusat Bahasa, (2008). . Gramedia Pustaka Utama.
- Lubis, I., (2001). Falsifikasi terjemahan Al-Qur'an Departemen Agama, edisi 1990. Tiara Wacana Yogya.

- Metode Penelitian / Saifuddin Azwar | Perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau [WWW Document], n.d. URL <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22686> (accessed 4.3.23).
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK – Toko Buku Bandung, n.d. URL <https://cvalfabet.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/> (accessed 4.3.23).
- Metodologi penelitian kualitatif Edisi revisi / Lexy J. Moleong | Perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau [WWW Document], n.d. URL <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=19600> (accessed 4.3.23).
- M.M, D.H.M.B.A.A., MA.Ek, D.S., Lc, n.d. PENGANTAR EKONOMI ISLAM. Jakad Media Publishing.
- M.M, P.D.M.R., S.E., M.M, D.A.W.H., S.T., M.M.Tr, A.R., S.T., 2022. METODE PENELITIAN BISNIS. Ahlimedia Book.
- Moleong, L.J., (1989). Metodologi penelitian kualitatif. Remadja Karya.
- M.Si, D.I.G.K.P., S.E., S.H., Internasional, S.T.P.B., n.d. Ekonomi dan Bisnis. Penerbit Andi.
- Santoso, H.A.A., (1996). KAMUS PINTAR BAHASA INDONESIA. Fajar Mulya.
- S.S, E.W., Suzana, (2014). Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar, Mahasiswa, dan Umum. Ruang Kata.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi. Alfabeta