

STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KERUPUK PEYEK UNIANG PADANG LUAR

Eli Febriani

Program Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Ulva Della Rosa

Sarjana, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Rayzul Hawari *¹

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

e-mail: rayzulhawari34@gmail.com

Abstract

This research is motivated by the lack of marketing strategies, namely in terms of workforce or human resources, promotion, and place to market it. This is the aim of this research to analyze and implement effective and efficient sharia marketing strategies to increase sales of Uniang Padang Luar peyek crackers. From the results of research conducted on the Uniang Padang Luar peyek cracker business, it can be stated that the sharia marketing strategy in increasing sales is to increase effective ways to create products with halal ingredients in order to increase consumer interest, improve the taste of peyek crackers by using ingredients new and halal raw materials in accordance with sharia business principles, maintaining low prices and not excessively taking profits in accordance with sharia selling price principles, maintaining consumer loyalty by using new and halal raw materials in accordance with sharia so that consumers are not disappointed, maintaining promotions by honest way in accordance with sharia business principles so as not to harm other parties, maintaining price discounts for customers who buy in large quantities in accordance with sharia business principles, improving product quality and good service to maintain customer loyalty in accordance with sharia business principles, maintaining Characteristics of crackers so that they are in great demand by consumers, especially Muslims, maintain good relations with customers and maintain the location where crackers are sold so that they can be reached by many people in accordance with sharia business principles, and maintain and improve service and maintain good relations with consumers in accordance with sharia business principles.

Keywords: Sharia Marketing Strategy, Increasing, and Sales

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kurangnya strategi- strategi pemasaran yaitu dari segi tenaga kerja atau SDM, promosinya, serta tempat dalam memasarkannya. Hal inilah yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini

¹ Korespondensi Penulis.

untuk menganalisa dan mengimplementasikan strategi- strategi pemasaran syariah yang efektif dan efisien demi meningkatkan penjualan kerupuk peyek Uniang Padang Luar. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada usaha kerupuk peyek Uniang Padang Luar, maka dapat dikemukakan bahwa strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan yaitu meningkatkan cara yang efektif untuk menciptakan produk dengan bahan-bahan yang halal agar dapat meningkatkan minat konsumen, meningkatkan rasa kerupuk peyek dengan menggunakan bahan baku yang baru dan halal sesuai dengan prinsip bisnis syariah, mempertahankan harga yang murah dan tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan sesuai dengan prinsip harga jual syariah, menjaga kesetiaan konsumen dengan cara menggunakan bahan baku yang baru dan halal sesuai syariah agar konsumen tidak kecewa, mempertahankan promosi dengan cara yang jujur sesuai dengan prinsip bisnis syariah agar tidak merugikan pihak lain, mempertahankan pemberian diskon harga kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah yang banyak sesuai dengan prinsip bisnis syariah, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan sesuai dengan prinsip bisnis syariah, mempertahankan ciririkas pada kerupuk agar banyak diminati oleh konsumen khususnya kaum muslimin, mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan menjaga lokasi penjualan kerupuk agar dapat dijangkau banyak orang yang sesuai dengan prinsip bisnis syariah, dan mempertahankan serta meningkatkan pelayanan dan menjaga hubungan baik dengan konsumen sesuai dengan prinsip bisnis syariah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Meningkatkan , dan Penjualan

PENDAHULUAN

Secara umum pemasaran merupakan proses individu atau kelompok dalam mengidentifikasi setiap kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang tersebut dan meyakinkan pelanggan bahwa barang tersebut sangat dibutuhkan. Maka Di sana terjadi transaksi antara produsen dan konsumen. Selama ini kegiatan pemasaran tidak terlepas dari unsur persaingan.(Effendy et al., 2023) Oleh karena itu, persaingan perlu diperhatikan dalam pemasaran. Bisnis islam juga membahas mengenai pemasaran syariah, secara umum pemasaran syariah merupakan suatu strategi yang mendukung proses penawaran, penciptaan sesuai dengan prinsip-prinsip dan akad syariah.(Setiawati & Widyartati, 2017) Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan konsep pemasaran yang mampu melaksanakan kegiatan- kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien.(Shinta, 2011)

Menurut prinsip syariah, aktivitas pemasaran harus didasarkan atas ibadah dan semangat kepada Allah SWT, berusaha untuk kesejahteraan bersama, bukan hanya mementingkan kepentingan individu atau golongan tertentu, tetapi juga harus mementingkan kepentingan bersama. Bisnis diartikan sebagai salah satu cara manusia memenuhi kebutuhan hidup.(Sari et al., 2023) Pada hakikatnya tujuan dari kegiatan bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan atau keuntungan.(Oktavianna et al., 2019) Kegiatan bisnis dapat mencakup produksi, pembelian, penjualan, maupun

pertukaran barang dan jasa yang melibatkan individu atau perusahaan. Tujuan umum dari aktivitas bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan untuk kelangsungan hidup serta untuk mengumpulkan cukup dana untuk melakukan bisnis mereka.(Ali, 2022)

Pada dasarnya semua yang diawali dengan hal-hal yang baik dan halal maka akan mendatangkan manfaat yang begitu juga pada kehidupan, untuk membentuk karakter manusia yang sesuai dengan prinsip-prinsip kaidah syariah agar output yang nantinya berupa karakter SDM, strategi, dan juga bahan-bahan yang terjamin kehalalannya memperhatikan semuanya sesuai dengan kaidah Islam.(Amijaya et al., 2020)

Fenomena yang terjadi selama ini dilingkungan masyarakat kurangnya karakter yang demikian, sehingga tidak dibekali dengan ilmu-ilmu agama yang sesuai ketentuan syariat-syariat Islam. Maka akan timbul karakter SDM yang melenceng dan cenderung jatuh kejurang lembah kebinasaan dunia. Misalnya, karakter yang jelek karena kurang akhlak yang dicontoh dan kesadaran diri akan maksiat sangat minim dan sulit untuk mengontrol diri dari pengaruh-pengaruh kejahatan.

Sebagian besar masyarakat di Kota Bukittinggi khususnya daerah Padang Luar kecamatan Banuhampu bekerja sebagai pedagang. Dimana kegiatannya menjual beragam jenis kerupuk yang mereka lakukan setiap harinya. Salah satunya yaitu usaha kerupuk peyek yang diproduksi di daerah Padang Luar oleh uniang. Usaha ini dipasarkan hanya di sebagian tempat saja yaitu di pasar Padang Luar dan Pasar Aur.(Astuti, 2018)

Berikut penulis lampirkan data omzet penjualan usaha kerupuk peyek Uniang di Padang Luar:

Tabel 1.1 Data Omzet Penjualan Usaha Kerupuk Peyek Uniang Tahun 2017- 2021

Tahun	Jumlah Omzet Penjualan	Kenaikan/ Penurunan	
		Σ	%
2017	9.600.000	-	-
2018	12.000.000	2.400.000	25
2019	13.440.000	1.440.000	12
2020	14.400.000	960.000	7
2021	16.800.000	2.400.000	17

Sumber: Wawancara dengan Uniang Pemilik Usaha Kerupuk Peyek 2022

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa omzet penjualan usaha kerupuk peyek Uniang tahun 2017- 2021 mengalami fluktuasi peningkatan.(Khuwailid, 2021)

waktu tahun 2017 ke 2018 mengalami kenaikan sebesar 25%, tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan sebesar 12%, tahun 2019 ke 2020 mengalami penambahan sebesar 7%, dan pada tahun 2020 ke 2021 mengalami kenaikan setinggi 17%.(Zakaria, 2017) Jadi dari data di atas dapat disimpulkan bahwasannya kenaikan yang lebih besar terjadi dari tahun 2017 ke 2018 sebesar 25%, dan kenaikan yang paling kecil terjadi pada tahun 2019 ke 2020 sebesar 7%.(Putri, 2016)

METODE

Model penelitian yang diaplikasikan yakni dengan menggunakan metode penelitian (*Field Research*), yakni penelitian diaplikasikan secara langsung berhubungan pada yang akan diteliti. Metode yang aplikasikan yaitu metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti bertujuan untuk mengeksplorasi dan memotret keadaan sosial dengan cara menyeluruh, luas serta mendalam.(Depan et al., 2011) Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan data empiris untuk memecahkan masalahnya. adalah jenis penelitian yang menggunakan data empiris untuk memecahkan masalahnya. (Asnawi & Masyhuri, 2011)

Lokasi penelitian ini dilakukan di rumah Uniang tepatnya di daerah Nagari Padang Luar, Kec. Banuhampu, Kab. Agam. Kajian ini, sumber data yang diperoleh yaitu dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah sumber utama yang didapatkan langsung dari lapangan dan belum ada data tersebut sebelumnya, yang termasuk ke dalam sumber data primer adalah observasi, wawancara, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini data primer yang didapatkan berasal dari hasil wawancara langsung dari pemilik UMKM kerupuk peyek yaitu uniang yang bertempat tinggal di Padang Luar. Metode wawancara yang digunakan akan memperoleh data dan hasil penelitian yang dibutuhkan secara langsung sehingga keberadaannya pun tidak akan diragukan atau dipertanyakan lagi karena data yang didapatkan adalah data yang akurat dan langsung ditanyakan kepada narasumbernya.(Rizkandini et al., 2021)

Pengoperasian data berupa suatu proses penyusunan data yang secara sistematis diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi tentang cara mengorganisasikan, menyusun, dan menjabarkan data ke dalam pola, dan membuat kesimpulan sehingga data dapat dipahami dan dikomunikasikan.(Intansari & Gamayanti, 2021)

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi tersebut, peneliti menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai objek yang diteliti peneliti dan sesuai dengan fakta yang ditemukan di lapangan. Setelah itu data dirangkum, memilih dan menentukan intisari dan memfokuskan hal yang jelas saja. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan pada rencana selanjutnya, langkah berikutnya

yaitu data dianalisis dan ditarik kesimpulan. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah yaitu analisis SWOT, analisis matriks IFE dan EFE, analisis matriks SWOT dan analisis Tabel Bobot Skor.(Hidayati, 2018)

Tabel 3.3 Matrik SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	-Usaha yang diminati banyak orang. -Penetapan harga yang cukup murah. -Lokasi yang mendukung/strategis. -Memiliki ciri khas rasa yang berbeda dengan pesaing.	-Kurangnya tenaga kerja. -Promosi yang masih kurang efektif.
PELUANG (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
-Penetapan harga sesuai dengan kualitas. -Memiliki salah satu jenis kerupuk yang banyak disukai pelanggan	-Meningkatkan produk dan layanan berkualitas tinggi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. -Memelihara hubungan yang baik dengan klien -Mempertahankan dan meningkatkan citra rasa agar tidak mengecewakan pelanggan.	-Memanfaatkan hubungan baik dengan pelanggan untuk membantu meningkatkan promosi produk yang belum dilakukan dengan baik. -Mengambil peluang untuk menang atas loyalitas pelanggan. -Memperhatikan kualitas produk dan ulasan konsumen.
ANCAMAN (T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
-Banyaknya usaha yang sama.	-Berusaha lebih keras untuk terus meningkatkan kualitas produk. -Memberikan pelayanan yang baik untuk dapat meningkatkan minat konsumen.	-Meningkatkan pendistribusian dan promosi produk untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

Habis analisis alangkahnya aja, Perusahaan harus memilih salah satu dari empat strategi sebelumnya, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

Perusahaan sebelumnya dapat menggunakan metode bobot skor untuk memilih strategi yang telah ditetapkan tersebut. Dengan metode ini, perusahaan dapat menentukan strategi mana yang mendapatkan skor tertinggi dari keempat strategi tersebut. Selanjutnya, perusahaan akan menggunakan pendekatan dengan nilai skor tinggi untuk membuat keputusan dan kebijakan yang berdampak pada kinerja perusahaan. (Hidayati, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan artikel ilmiah berisi hasil penelitian dan analisis masalah yang dibahas. Bagian hasil dan pembahasan artikel ilmiah konseptual berisi konsep dan bahasan masalah, serta analisis dan pendapat kritis penulis.

Usaha kerupuk peyek Uniang merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dijalankan Uniang dari umur 15 tahun sampai sekarang yang beralamat di Padang luar. Usaha ini dibuat oleh Uniang di rumah sendiri dan dipasarkan langsung oleh Uniang ke pasaran terdekat dengan rumah seperti pasar Aur dan pasar Padang luar.

Gambaran umum usaha kerupuk peyek Uniang adalah daerah distribusi pemasaran kerupuk uniang terbatas. Jika dilakukan promosi di berbagai tempat, maka akan membuat usaha kerupuk uniang ini lebih dikenal oleh banyak orang dan akan meningkatkan penjualan nantinya. Selain itu juga kekurangan SDM, karna uniang hanya bekerja sendiri maka disini uniang lebih membutuhkan karyawan agar mampu memproduksi kerupuk peyek dalam jumlah yang banyak baik itu dari proses pembuatan, proses pembungkusan serta pemasaran nantinya. Pada penelitian ini, analisis SWOT, yang terdiri dari faktor internal dan eksternal, digunakan. Faktor internal adalah faktor yang berupa daya tarik usaha yang meliputi kekuatan (strength) dan kelemahan (weaknesses) dalam menarik pembeli.

Tabel 4.2 Analisis SWOT Usaha Kerupuk Peyek Uniang

No	Kekuatan	Kelemahan
1	Merniliki cara yang efektif dalam menarik kesetiaan pelanggan tanpa berbuat curang sesuai ketentuan syariah dalam berbisnis.	Tidak memiliki tenaga kerja atau kurangnya SDM muslim sesuai dengan prinsip bisnis syariah.
2	Rasa kerupuk tidak pernah berubah dari sebelumnya dengan menggunakan bahan- bahan yang baik, baru dan halal sesuai dengan ajaran bisnis syariah.	Tidak memiliki toko sendiri di lingkungan pasar untuk menarik lebih banyak pelanggan sesuai prinsip bisnis syariah.
3	Penetapan harga yang cukup murah, tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu mengambil	Tidak mampu memproduksi kerupuk dalam jumlah yang banyak sesuai bisnis syariah.

	keuntungan yang lebih besar sudah memenuhi prinsip bisnis syariah.	
4	Bahan baku terjamin, baru dan halal sesuai dengan ketentuan bisnis syariah.	Pendistribusian kerupuk peyek masih terbatas dan kurangnya penyebaran kerupuk untuk pihak-pihak kaum muslimin.
5	Salah satu jenis kerupuk yang diminati banyak orang khususnya kaum muslimin.	Kendala dalam menambah varian rasa karena SDM yang sesuai dengan prinsip bisnis syariah masih kurang.
6	Memiliki 3 jenis varian rasa yang berbeda dan terjamin kehalalannya.	Promosi yang masih kurang efektif dalam segi pemasaran syariah.
7	Usaha yang dilakukan sudah memenuhi prinsip bisnis syariah.	Pelayanan yang baik kepada klien dengan cara yang ramah dan baik sudah memenuhi prinsip dalam etika bisnis syariah.
8	Memiliki cirikan rasa yang berbeda dengan pesaing dan bahan baku yang halal.	Usaha belum berkembang sehingga belum banyak dikenali oleh para konsumen khususnya kaum muslimin.
9	Lokasi yang mendukung/ strategis khususnya dalam melakukan jual beli di pasar kaum muslimin.	Tidak memiliki karyawan muslim dalam melakukan penjualan yang sesuai dengan bisnis syariah.
10	Memiliki pelanggan setia sampai sekarang yaitu kaum orang muslimin.	Kemasan kurang menarik dalam segi logo halal sehingga kehalalannya dapat diragukan oleh konsumen khususnya kaum muslimin.
No	Peluang	Ancaman
1	Mudah untuk mendapatkan bahan baku yang halal sesuai dengan konsep bisnis syariah.	Banyaknya usaha yang sama yang diproduksi oleh sama-sama kaum muslimin.
2	Memiliki rasa yang disukai oleh banyak orang khususnya kaum	Beberapa konsumen khususnya kaum muslimin kurang puas

	muslimin	dengan rasa kerupuk peyek yang terkena langsung cahaya matahari karena menyebabkan rasa kerupuk cepat berubah.
3	Harga kerupuk murah sudah sesuai dengan prinsip bisnis syariah yaitu tidak terlalu mengambil keuntungan yang banyak dan disukai konsumen	Harga bahan pokok halal yang sudah memenuhi prinsip bisnis syariah tidak stabil.
4	Dari tiga variasi rasa, kerupuk peyek rasa kacang lebih banyak disukai pelanggan karena bahan baku kacang yang terpilih dan terjamin kehalalannya.	Usia Uniang yang tidak memungkinkan lagi untuk bekerja sendiri dalam memproduksi usaha kerupuk peyek, dibutuhkan SDM yang muslim sesuai dengan prinsip bisnis syariah.
5	Promosi juga dilakukan dengan jujur lewat sosial media dengan memberikan gambaran yang sesuai bentuk aslinya sudah memenuhi prinsip bisnis syariah.	Produk yang dihasilkan pesaing khususnya kaum muslim lebih banyak dari pada produk yang dihasilkan oleh Uniang.
6	Memberikan diskon harga untuk konsumen yang membeli sejumlah besar sesuai dengan prinsip syariah.	Keterbatasan tenaga kerja/ SDM yang muslim dalam memproduksi usaha kerupuk peyek.
7	Pelayanan yang baik kepada klien dengan cara yang ramah dan baik sudah memenuhi prinsip dalam etika bisnis syariah.	Perilaku konsumen khususnya kaum muslimin yang kerap berubah dalam membeli kerupuk peyek, (contoh: perubahan kebutuhan).
8	Masyarakat umum khususnya kaum muslimin sangat menyukai kerupuk sebagai hidangan pendamping ketika makan.	Harga atau nilai dari produk lain yang serupa lebih baik dan kehalalannya pun terlihat dari logo dikemasan, (contoh: harga yang lebih murah yang sudah memenuhi prinsip bisnis syariah).
9	Minat masyarakat meningkat karena varian rasa yang beragam dan bahan baku yang sudah terjamin kehalalannya sesuai	Pesaing lebih cepat dalam menyediakan produk serupa dan terjamin kehalalannya dilihat dari bahan baku yang sudah sesuai

	dengan prinsip bisnis syariah.	dengan prinsip bsinsi syariah.
10	Kerupuk peyek dapat menjadi salah satu makanan oleh-oleh khas dari Bukittinggi yang diproduksi oleh Uniang selaku kaum muslimin yang tidak diragukan lagi kehalalannya.	Selera konsumen yang berganti-ganti khususnya kaum muslimin pada saat membeli kerupuk peyek.

Internal Factor Evalution (IFE) adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi berbagai faktor lingkungan internal perusahaan, yang menunjukkan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Tabel 4.3 Analisis IFE (*Internal Factor Evalution*)

NO	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Variabel Kekuatan (S)				
1	Memiliki cara yang efektif dalam menarik kesetiaan pelanggan tanpa berbuat curang sesuai ketentuan syariah dalam berbisnis.	0,06	3,00	0,18
2	Rasa kerupuk tidak pernah berubah dari sebelumnya dengan menggunakan bahan- bahan yang baik, baru dan halal sesuai	0,07	4,00	0,28
3	dengan ajaran bisnis syariah. Penetapan harga yang cukup murah, tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu mengambil keuntungan yang lebih besar sudah memenuhi prinsip bisnis syariah.	0,07	4,00	0,28
4	Bahan baku	0,07	4,00	0,28

5	terjamin, baru dan halal sesuai dengan ketentuan bisnis syariah.	0,06	3,00	0,18
6	Salah satu jenis kerupuk yang diminati banyak orang khususnya kaum muslimin.	0,07	3,00	0,21
7	Memiliki 3 jenis varian rasa yang berbeda dan terjamin kehalalannya.	0,07	3,00	0,21
8	Usaha yang dilakukan sudah memenuhi prinsip bisnis syariah	0,07	4,00	0,28
9	Memiliki cirikas rasa yang berbeda dengan pesaing dan bahan baku yang halal.	0,07	3,00	0,21
10	Lokasi yang mendukung/ strategis khususnya dalam melakukan jual beli di pasar kaum muslimin.	0,06	3,00	0,18
	Memiliki pelanggan setia sampai sekarang yaitu kaum orang muslimin.			
Total Skor Kekuatan (S)		0,67		2,29
Variabel Kelemahan (W)				
1	Tidak memiliki tenaga kerja atau kurangnya SDM muslim sesuai dengan prinsip bisnis syariah.	0,03	2,00	0,06

2	Tidak memiliki toko sendiri di lingkungan pasar untuk menarik lebih banyak pelanggan sesuai prinsip bisnis syariah.	0,03	2,00	0,06
3	Tidak mampu memproduksi kerupuk dalam jumlah yang banyak sesuai bisnis syariah.	0,04	2,00	0,08
4	Pendistribusian kerupuk peyek masih terbatas dan kurangnya penyebaran kerupuk untuk pihak- pihak kaum muslimin.	0,04	2,00	0,08
5	Kendala dalam menambah varian rasa karena SDM yang sesuai dengan prinsip bisnis syariah masih kurang.	0,03	2,00	0,06
6	Promosi yang masih kurang efektif dalam segi pemasaran syariah.	0,03	2,00	0,06
7	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan cara yang ramah dan baik sudah memenuhi prinsip dalam etika bisnis syariah.	0,04	2,00	0,08
8	Usaha belum berkembang	0,03	2,00	0,06
9				

10	sehingga belum banyak dikenali oleh para konsumen khususnya kaum muslimin. Tidak memiliki karyawan muslim dalam melakukan penjualan yang sesuai dengan bisnis syariah. Kemasan kurang menarik dalam segi logo halal sehingga kehalalannya dapat diragukan oleh konsumen khususnya kaum muslimin.	0,03	2,00	0,06
Total Skor Kelemahan (W)		0,33		0,66
Totalkekuatan- Total kelemahan		1,00		2,95

Berdasarkan tabel analisis diatas, diketahui bahwa skor keseluruhan untuk kekuatan dan kelemahan adalah 2,29 dan 0,66 Semua orang tahu bahwa skor kekuatan lebih besar dari kelemahan, jadi ini adalah langkah pertama dalam merumuskan strategi. pemasaran pada usaha kerupuk peyek Uniang adalah dengan mengidentifikasi kekuatan faktor (internal) untuk dioptirnalkan lebih lanjut agar dapat meningkatkan pendapatan dan mengidentifikasi sumber-sumber kelemahan.

External Factor Evalution (EFE) Merupakan perangkat yang dogunakan untuk rnenguji lingkungan luar perusahaan serta untuk menemukan peluang dan ancaman yang ada.

Tabel 4.4 Analisis EFE (*External Factor Evalution*)

NO	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Variabel Peluang (O)				

1	Mudah untuk mendapatkan bahan baku yang halal sesuai dengan konsep bisnis syariah.	0,08	4,00	0,32
2	Memiliki rasa yang disukai oleh banyak orang khususnya kaum muslimin.	0,06	3,00	0,18
3	Harga kerupuk murah sudah sesuai dengan prinsip bisnis syariah yaitu tidak terlalu mengambil keuntungan yang banyak dan disukai konsumen.	0,07	4,00	0,28
4	Dari tiga variasi rasa, kerupuk peyek rasa kacang lebih banyak disukai pelanggan karena bahan baku kacang yang terpilih dan terjamin kehalalannya.	0,06	3,00	0,18
5	Promosi juga dilakukan dengan jujur lewat sosial media dengan memberikan gambaran yang sesuai bentuk aslinya sudah memenuhi prinsip bisnis syariah.	0,07	4,00	0,28
6	Memberikan diskon harga kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak sesuai dengan prinsip syariah.	0,06	3,00	0,18
7	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan cara yang ramah dan baik sudah memenuhi prinsip	0,07	3,00	0,21
8				

9	dalam etika bisnis syariah. Masyarakat umum khususnya kaum muslimin sangat menyukai kerupuk sebagai hidangan pendamping ketika makan.	0,06	3,00	0,18
10	Minat masyarakat meningkat karena varian rasa yang beragam dan bahan baku yang sudah terjamin kehalalannya sesuai dengan prinsip bisnis syariah. Kerupuk peyek dapat menjadi salah satu makanan oleh-oleh khas dari Bukittinggi yang diproduksi oleh Uniang selaku kaum muslimin yang tidak diragukan lagi kehalalannya.	0,07	3,00	0,21
Total Skor Peluang (O)		0,66	2,20	
Variabel Ancaman (T)				
1	Banyaknya usaha yang sama yang diproduksi oleh sama-sama kaum muslimin.	0,03	2,00	0,06
2	Beberapa konsumen khususnya kaum muslimin kurang puas dengan rasa kerupuk peyek yang terkena langsung cahaya matahari karena menyebabkan rasa kerupuk cepat berubah.	0,04	2,00	0,08
3	Harga bahan pokok halal yang sudah memenuhi prinsip	0,03	2,00	0,06

4	bisnis syariah tidak stabil. Usia Uniang yang tidak memungkinkan lagi untuk bekerja sendiri dalam memproduksi usaha kerupuk peyek, dibutuhkan SDM yang muslim sesuai dengan prinsip bisnis syariah.	0,04	2,00	0,08
5	Produk yang dihasilkan pesaing khususnya kaum muslim lebih banyak dari pada produk yang dihasilkan oleh Uniang.	0,03	2,00	0,06
6	Keterbatasan tenaga kerja/ SDM yang muslim dalam memproduksi usaha kerupuk peyek.	0,03	2,00	0,06
7	Perilaku konsumen khususnya kaum muslimin yang kerap berubah dalam membeli kerupuk peyek, (contoh: perubahan kebutuhan).	0,03	2,00	0,06
8	Harga atau nilai dari produk lain yang serupa lebih baik dan kehalalannya pun terlihat dari logo dikemasan, (contoh: harga yang lebih murah yang sudah memenuhi prinsip bisnis syariah).	0,03	2,00	0,06
9	Pesaing lebih cepat dalam menyediakan produk serupa dan terjamin kehalalannya dilihat dari bahan baku yang sudah sesuai	0,04	2,00	0,08
10		0,04	2,00	0,08

	dengan prinsip bisnis syariah. Selera konsumen yang berganti-ganti khususnya kaum muslimin pada saat membeli kerupuk peyek.			
Total Skor Ancaman (T)		0,34		0,68
Total Peluang-Total Ancaman		1,00		2,88

Berdasarkan tabel evaluasi faktor eksternal (EFE) bahwa skor peluang dan risiko total adalah 2,20 dan 0,68. Semua orang tahu bahwa total skor peluang lebih besar dibandingkan dengan total skor ancaman. Sehingga langkah pertama yang bisa dirumuskan dalam strategi pemasaran usaha kerupuk peyek Uniang adalah dengan mengidentifikasi peluang faktor eksternal untuk dioptimalkan lebih lanjut agar dapat meningkatkan omset penjualan di usaha kerupuk peyek Uniang dan mengidentifikasi sumber-sumber ancaman.

Tabel 4.5 Matrik SWOT

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	- Memiliki cara yang efektif dalam menarik kesetiaan pelanggan tanpa berbuat curang sesuai ketentuan syariah dalam berbisnis. - Rasa kerupuk tidak pernah berubah dari sebelumnya dengan menggunakan bahan-bahan yang baik, baru dan halal sesuai dengan ajaran bisnis syariah. - Penetapan harga yang cukup murah, tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu mengambil keuntungan yang lebih besar sudah	- Tidak memiliki tenaga kerja atau kurangnya SDM muslim sesuai dengan prinsip bisnis syariah. - Tidak memiliki toko sendiri di lingkungan pasar untuk menarik lebih banyak pelanggan sesuai prinsip bisnis syariah. - Tidak mampu memproduksi kerupuk dalam jumlah yang banyak sesuai bisnis syariah. - Pendistribusian kerupuk peyek masih terbatas dan kurangnya penyebaran kerupuk untuk pihak-pihak kaum muslimin. - Kendala dalam

Eksternal	memenuhi prinsip bisnis syariah. 4. Bahan baku terjamin, baru dan halal sesuai dengan ketetapan bisnis syariah. 5. Salah satu jenis kerupuk yang diminati banyak orang khususnya kaum muslimin. 6. Memiliki 3 jenis varian rasa yang berbeda dan terjamin kehalalannya. 7. Usaha yang dilakukan sudah memenuhi prinsip bisnis syariah. 8. Memiliki cirikas rasa yang berbeda dengan pesaing dan bahan baku yang halal. 9. Lokasi yang mendukung/strategis khususnya dalam melakukan jual beli di pasar kaum muslimin. 10. Memiliki pelanggan setia sampai sekarang yaitu kaum orang muslimin.Lokasi yang mendukung/strategis khususnya dalam melakukan jual beli di pasar kaum muslimin.	menambah varian rasa karena SDM yang sesuai dengan prinsip bisnis syariah masih kurang. 6. Promosi yang masih kurang efektif dalam segi pemasaran syariah. 7. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan cara yang ramah dan baik sudah memenuhi prinsip dalam etika bisnis syariah. 8. Usaha belum berkembang sehingga belum banyak dikenali oleh para konsumen khususnya kaum muslimin. 9. Tidak memiliki karyawan muslim dalam melakukan penjualan yang sesuai dengan bisnis syariah. 10. Kemasan kurang menarik dalam segi logo halal sehingga kehalalannya dapat diragukan oleh konsumen khususnya kaum muslimin.
	PELUANG (O) 1. Mudah untuk	STRATEGI S-O 1. Meningkatkan cara

mendapatkan bahan baku yang halal sesuai dengan konsep bisnis syariah. 2. Memiliki rasa yang disukai oleh banyak orang khususnya kaum muslimin. 3. Harga kerupuk murah sudah sesuai dengan prinsip bisnis syariah yaitu tidak terlalu mengambil keuntungan yang banyak dan disukai konsumen. 4. Dari tiga varian rasa, kerupuk peyek rasa kacang lebih banyak disukai pelanggan karena bahan baku kacang yang terpilih dan terjamin kehalalannya. 5. Promosi juga dilakukan dengan jujur lewat sosial media dengan memberikan gambaran yang sesuai bentuk aslinya sudah memenuhi prinsip bisnis	yang efektif agar mampu menciptakan produk dengan bahan-bahan yang halal agar dapat meningkatkan minat konsumen. 2. Meningkatkan rasa kerupuk peyek dengan menggunakan bahan baku yang baru dan halal sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 3. Mempertahankan harga yang murah dan tidak terlalu tinggi dalam mengambil keuntungan sesuai dengan prinsip harga jual syariah agar konsumen tetap memilih usaha yang kita buat. 4. Menjaga kesetiaan konsumen dengan cara menggunakan bahan baku yang baru dan halal sesuai syariah agar konsumen tidak kecewa. 5. Mempertahankan promosi dengan cara yang jujur sesuai dengan prinsip bisnis syariah agar pelanggan tetap setia dan tidak kecewa. 6. Mempertahankan pemberian diskon harga kepada pelanggan yang	kerja/ SDM yang muslim dalam memproduksi kerupuk peyek. 2. Meningkatkan jumlah konsumen dengan memiliki toko sendiri agar dapat mempermudah jangkauan konsumen pada saat membeli kerupuk. 3. Tetap menjaga harga yang murah dan dapat memproduksi produk dalam jumlah yang banyak sesuai dengan prinsip syariah. 4. Meningkatkan jumlah SDM yang muslimin agar mampu memproduksi kerupuk dalam jumlah yang banyak dan dapat mendistribusikan jangkauan pemasaran yang lebih luas. 5. Meningkatkan jumlah SDM yang muslim agar mampu menambah varian rasa dalam memproduksi kerupuk peyek. 6. Mengambil peluang dari dilakukannya promosi yang jujur sesuai prinsip bisnis syariah agar dapat meningkatkan minat dari konsumen. 7. Memanfaatkan hubungan pelanggan yang baik untuk mendukung promosi produk yang belum
--	---	--

syariah. 6. Memberikan diskon harga untuk konsumen yang membeli sejumlah besar sesuai dengan prinsip syariah. 7. Memberikan service yang mampuni kepada pelanggan dengan cara yang ramah dan baik sudah memenuhi prinsip dalam etika bisnis syariah. 8. Masyarakat umum khususnya kaum muslimin sangat menyukai kerupuk sebagai hidangan pendamping ketika makan. 9. Minat masyarakat meningkat karena varian rasa yang beragam dan bahan baku yang sudah terjamin kehalalannya sesuai dengan prinsip bisnis syariah.	membeli dalam jumlah yang banyak sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 7. Meningkatkan produk dan layanan berkualitas tinggi untuk mempertahankan loyalitas konsumen sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 8. Mempertahankan ciri-ciri pada kerupuk agar banyak diminati oleh konsumen khususnya kaum muslim. 9. Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan menjaga lokasi penjualan kerupuk agar dapat dijangkau banyak orang yang sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 10. Mempertahankan dan meningkatkan pelayanan dan menjaga hubungan baik dengan konsumen sesuai dengan prinsip bisnis syariah.	dioptimalkan sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 8. Mengambil peluang dari loyalitas pelanggan untuk memenangkan persaingan sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 9. Memperhatikan kualitas produk serta klaim pelanggan sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 10. Meningkatkan inovasi pada kemasan dengan menambahkan bentuk logo halal agar usaha kerupuk dapat diminati oleh banyak konsumen khususnya kaum muslim.
--	---	---

10. Kerupuk peyek dapat menjadi salah satu makanan oleh-oleh khas dari Bukittinggi yang diproduksi oleh Uniang selaku kaum muslimin yang tidak diragukan lagi kehalalannya.		
ANCAMAN (T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Banyaknya usaha yang sama yang diproduksi oleh sama-sama kaum muslimin. 2. Beberapakonsu men khususnya kaum muslimin kurang puas dengan rasa kerupuk peyek yang terkena langsung cahaya matahari karena menyebabkan rasa kerupuk cepat berubah. 3. Harga bahan pokok halal yang sudah memenuhi prinsip bisnis syariah tidak stabil. 4. Usia Uniang yang tidak memungkinkan lagi untuk	1. Berusaha lebih keras untuk terus meningkatkan kualitas produk yang baik dan halal sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 2. Meningkatkan jumlah produksi kerupuk dalam jumlah yang banyak dengan mnggunakan tenaga kerja/ SDM yang muslim dan andal agar produksi usaha bisa berkembang melebihi usaha pesaing. 3. Menjaga nilai harga yang diberikan kepada konsumen agar tetap murah tanpa mengambil keuntungan yang berlebihan. 4. Meningkatkan usaha kerupuk ini dengan mempekerjakan tenaga kerja yang muslim sesuai prinsip	1. Meningkatkan kualitas produksi dengan mempekerjakan SDM/ tenaga kerja yang muslim sesuai prinsip bisnis syariah 2. Menjaga kualitas produk sesuai bisnis syariah dengan memiliki toko sendiri agar kerupuk tidak cepat berubah rasa akibat kena cahaya matahari saat dijual di pasaran. 3. Meningkatkan bahan baku halal yang digunakan pada saat memproduksi kerupuk peyek. 4. Meningkatkan pendistribusian dan promosi produk untuk dapat bersaing sehat dengan pesaing lainnya sesuai dengan prinsip bisnis syariah tanpa merugikan pihak lain. 5. Meningkatkan jumlah produksi dengan cara

bekerja sendiri dalam memproduksi usaha kerupuk peyek, dibutuhkan SDM yang muslim sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 5. Produk yang dihasilkan pesaing khususnya kaum muslim lebih banyak dari pada produk yang dihasilkan oleh Uniang. 6. Keterbatasan tenaga kerja/ SDM yang muslim dalam memproduksi usaha kerupuk peyek. 7. Perilaku konsumen khususnya kaum muslimin yang kerap berubah dalam membeli kerupuk peyek, (contoh: perubahan kebutuhan). 8. Harga atau nilai dari produk lain yang serupa lebih baik dan keahalannya pun terlihat dari logo	bisnis syariah agar dapat membantu Uniang dalam memproduksi kerupuk dalam jumlah yang banyak. 5. Meningkatkan jumlah varian rasa kerupuk dengan menggunakan bahan- bahan yang halal sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 6. Memberikan pelayanan yang baik untuk dapat meningkatkan minat konsumen khusus kaum muslimin. 7. Memiliki karyawan/SDM yang muslimin agar mampu meningkatkan produksi dalam jumlah yang banyak sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 8. Tetap mempertahankan harga jual yang diberikan kepada konsumen dengan harga yang murah sesuai prinsip bisnis syariah agar konsumen suka membeli kerupuk yang dijual. 9. Memiliki inovasi terbaru dalam meningkat mutu prodak agar diminati bnyak konsumen seseuai dengan	memiliki SDM yang berkualitas,dan handal khususnya kaum muslimin. 6. Meningkatkan cita rasa kerupuk peyek dengan menggunakan bahan-bahan yang halal sesuai dengan prisnsip bisnis syariah. 7. Menjaga kesetiaan pelanggan agar tetap setia pada kerupuk yang dijual dengan meningkatkan citarasa yang baik dan bahan baku yang halal sesuai prinsip bisnis syariah. 8. Meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan kemasan kerupuk yang berlogokan halal agar dapat diminati banyak orang khususnya kaum muslim. 9. Menjaga pelayanan dan etika yang baik kepada konsumen sesuai dengan prinsip bisnis syariah. 10. Meningkatkan kesetiaan pelanggan dengan meproduksi kerupuk menggunakan bahan-bahan yang baik dan halal sesuai dengan prinsip bisnis syariah.
---	--	--

dikemas, (contoh: harga yang lebih murah yang sudah memenuhi prinsip bisnis syariah). 9. Pesaing lebih cepat dalam menyediakan produk serupa dan terjamin kehalalannya dilihat dari bahan baku yang sudah sesuai dengan prinsip bsinsi syariah. 10. Selera konsumen yang berganti-ganti khususnya kaum muslimin pada saat membeli kerupuk peyek.	prinsip bisnis syariah. 10. Bersaing sehat sesuai dengan prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kinerja untuk memproduksi kerupuk peyek agar tidak terlalu jauh tertinggal dari pesaing.	
---	---	--

PENUTUP

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada usaha kerupuk peyek Uniang Padang Luar, rnaka dapat dikernukakan bahwa strategi pernasaran syariah dalam meningkatkan penjualan yaitu: meningkatkan cara yang efektif untuk menciptakan produk dengan bahan- bahan yang halal agar dapat meningkatkan minat konsumen, meningkatkan rasa kerupuk peyek dengan menggunakan bahan baku yang baru dan halal sesuai dengan prinsip bisnis syariah, mempertahankan harga yang murah dan tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan sesuai dengan prinsip harga jual syariah, menjaga kesetiaan konsumen dengan cara menggunakan bahan baku yang baru dan halal sesuai syariah agar konsumen tidak kecewa, mempertahankan promosi dengan cara yang jujur sesuai dengan prinsip bisnis syariah agar tidak merugikan pihak lain, mempertahankan pemberian diskon harga kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah yang banyak sesuai dengan prinsip bisnis syariah, meningkatkan kualitas

produk dan pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan sesuai dengan prinsip bisnis syariah, mempertahankan cirrikas pada kerupuk agar banyak diminati oleh konsumen khususnya kaum muslimin, mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan menjaga lokasi penjualan kerupuk agar dapat dijangkau banyak orang yang sesuai dengan prinsip bisnis syariah, dan mempertahankan serta meningkatkan pelayanan dan menjaga hubungan baik dengan konsumen sesuai dengan prinsip bisnis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, R. (2022). *Jelajah Ekonomi Nagari*. LP2M Press.
- Amijaya, S. Y., Seliari, T., & Oentoro, K. (2020). Pengembangan strategi pemasaran dan promosi produk UMKM di tengah pandemi COVID-19. *Proceeding Senadimas Undiksha*, 365, 358–368.
- Asnawi, N., & Masyhuri, M. (2011). *Metodologi riset manajemen pemasaran: disertai dengan contoh hasil penelitian*. UIN-Maliki Press.
- Astuti, D. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 1(1), 13–26.
- Depan, B., Tandon, P., & Umum, F. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D*.
- Effendy, Y., Andriawan, A., Rawati, M., Hawari, R., & Al-Amin, A.-A. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Islam Di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 2(2), 121–128.
- Hidayati, U. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Intansari, F. A. P., & Gamayanti, W. (2021). Strategi Pemasaran Berbasis Information and Communication Technology (ICT) pada UMKM Desa Pakuon. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 1(35), 98–109.
- Khuwailid, A. (2021). *Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Pacman Store Di Amuntai)*.
- Oktavianna, R., Rizal, A. S., Benarda, B., Sugiyarti, L., & Asmilia, N. (2019). Online Marketing Strategy in Improving Sales of Fish Cultivation in Jampang Village, Bogor [Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan Pembudidaya Ikan Di Desa Jampang, Bogor]. *Proceeding of Community Development*, 2, 540–545.
- Putri, R. L. (2016). Peningkatan Kualitas Produk Melalui Penerapan Prosedur dan Sistem Produksi: Studi Pada UD Wijaya Kusuma Kota Blitar. *Wahana Riset Akuntansi*, 4(2), 813–828.
- Rizkandini, D., Handayani, J. R., Sidik, L. A., Farid, M., Rahman, S. A., & Rostandi, U. D. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Strategi Pemasaran Digital dan Pemberian Edukasi Kesehatan kepada Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(10), 114–127.
- Sari, W. G., Rahmita, F., Purwaningsih, S., Agustin, H., Effendi, Y., Aisyah, S., Fauzana, R., Amelia, T., & Hawari, R. (2023). Analysis of Inflation and Rupiah Exchange Rate

- on Mudharabah Savings at Sharia Commercial Banks. *AJARCDE (Asian Journal of Applied Research for Community Development and Empowerment)*, 153–181.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM. *Proceedings*, 1(1).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Zakaria, S. (2017). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Di Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan. *Proceeding Health Architecture*, 1(1).