

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANG BISNIS BERBASIS SYARI'AH PASCA COVID-19 STUDI KASUS RUMAH MAKAN PADANG FAMILI SAKATO

Rahmat Krisandi

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: rrahmatkrisandi@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha rumah makan Padang Familili Sakato pasca covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melihat fenomena-fenomena yang ada di lapangan. Penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder. Dengan pengambilan data menggunakan teknik observasi dan wawancara. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa untuk menjalankan usaha rumah makan Padang pasca covid-19 perlu ada strategi yang dilakukan oleh pengusaha muslim dalam mengembangkan usahanya. Staregi tersebut adalah sebagai berikut: 1) strategi dalam penyediaan produk. 2) strategi dalam penetapan harga yang tepat dan berikutnya 3) penetapan lokasi yang strategis dan juga dalam pendistribusian produk yang menarik.

Kata kunci: Rumah Makan, pengembangan usaha. Covid-19

Abstract:

The purpose of this research is to find out the strategy for developing the Padang Famili Sakato restaurant business after Covid-19. This study uses a descriptive qualitative method by looking at the phenomena that exist in the field. The data used are primary data and secondary data. By collecting data using observation and interview techniques. From the results of the study it was concluded that in order to run a post-covid-19 Padang restaurant business, there needs to be a strategy carried out by Muslim entrepreneurs in developing their business better. These strategies are as follows: 1) strategy in product supply. 2) strategy in determining the right price and following 3) determining the strategic location and also in the distribution of attractive products.

Keywords: Restaurant, business development. Covid-19

PENDAHULUAN

Dunia dilanda wabah pandemi covid-19, hampir seluruh negara di dunia terkena imbas dari wabah tersebut. Wabah pandemi merusak semua sektor (Junaedi & Salistia, n.d. 2019). Akibat yang ditimbulkan dari musibah covid-19 ini, semua sektor mendapatkan kerugian dan mengalami kendala dalam aktivitas rutinnnya sehari-hari. Termasuk juga sektor ekonomi, aktivitas bidang ekonomi mengalami kemacetan. Banyak usaha-usaha yang ditutup. Begitu juga dengan pusat perdagangan, mulai dari skala besar seperti supermarket dan pusat perbelanjaan mendapat dampak terhadap wabah covid-19 ini. Termasuk juga warung-warung rakyat di pelosok negeri juga mengalami kerugian.

Di seluruh dunia, pemerintah mencoba mengatasi perkembangan musibah covid-19 dengan caranya masing-masing. Begitu juga dengan pemerintah Indonesia. Pemerintah Indonesia menutup kunjungan wisatawan asing ke dalam negeri. Membatasi aktivitas kerja karyawan baik pegawai negeri maupun pegawai swasta. Sekolah-sekolah, kampus diliburkan untuk sementara waktu. (Puspitasari Gobel, 2020). Pemerintah melarang berkerumun dan juga melarang untuk mengadakan acara-acara yang dikunjungi oleh banyak orang dan sampai akhirnya pemerintah memperlakukan PSBB, masyarakat dibatasi untuk beraktivitas di luar rumah.

Dengan situasi seperti ini, terutama sekali pada sektor ekonomi semakin lesu dan seakan mati suri. Perusahaan dan pabrik satu persatu tidak lagi bisa menjalankan roda kegiatan dan aktivitasnya, sehingga banyak perusahaan swasta dan pabrik yang ditutup. Akibatnya karyawan dirumahkan sampai batas waktu yang tidak ditentukan, bahkan banyak juga karyawan yang diberhentikan atau di PHK dari tempat mereka bekerja.

Segala macam upaya sudah dilakukan pemerintah dalam mengatasi musibah besar ini, mulai dilarang berkerumun, dan melarang beraktivitas di luar rumah, namun musibah covid-19 tidak kunjung reda. Perekonomian semakin lemah dan rakyat bertambah miskin (Nasrun, 2020). Musibah covid-19 ini juga melanda warung-warung rakyat di pelosok negeri. Warung-warung kecil juga mengalami kerugian. Kerugian ini juga dialami oleh pengusaha rumah makan Padang. Rumah makan Padang yang dulunya ramai dikunjungi pembeli, dengan adanya wabah covid-19 ini menjadi sepi. Bahkan ada juga dari rumah makan Padang yang tidak bisa melanjutkan usahanya dan ditutup.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan di beberapa usaha rumah makan Padang di provinsi Banten Kabupaten Tangerang. Sebelum musibah covid-19 melanda Indonesia usaha rumah makan khas masakan Padang adalah salah satu kuliner yang ramai dikunjungi oleh pembeli, baik itu dari masyarakat lingkungan setempat, anak sekolah dan mahasiswa, begitu juga dengan karyawan baik swasta maupun negeri. Akan tetapi belakangan ini setelah wabah covid-19., rumah makan ini sepi akan pembeli, sehingga pengusaha muslim rumah makan Padang mengalami kerugian besar, bahkan ada juga yang tidak bisa melanjutkan usahanya.

Hampir 4 tahun wabah covid-19 melanda Indonesia, Namun segala macam upaya mengatasi dan memusnahkan virus berbahaya ini telah dilakukan oleh pemerintah di Indonesia. Kemudian seiring dengan perkembangan waktu, beransur-ansur keadaan mulai membaik. Indonesia mulai pulih dengan musibah covid-19. Pemerintah menyatakan new normal untuk Indonesia. berarti keadaan Indonesia mulai membaik dari virus pandemi covid-19. Namun bukan berarti wabah covid-19 sudah menghilang, tetapi pemerintah mengajurkan untuk hidup sehat.

Di sisi lain bagi pengusaha muslim di Indonesia untuk bangkit kembali dari keterpurukan selama ini dan mengalami kerugian yang cukup besar, membutuhkan strategi dan kesabaran agar bisa beraktivitas seperti semula. Keputusan yang diambil pengusaha muslim sangat berdampak terhadap kelangsungan usaha yang mereka jalankan berikutnya. Sebagai pengusaha muslim Allah SWT. Memerintah kepada umat-Nya agar terus berusaha dan mengembangkan usahanya lebih baik seperti yang dicontohkan kepada Rasul-Nya. Bahwa Nabi Muhammad SAW adalah saudagar muslim yang taat kepada Allah SWT, dan tidak mudah berputus asa dalam menjalankan usahanya. Allah SWT akan memberikan jalan kepada umat-Nya, supaya mereka mau berusaha di muka bumi ini. Sebagaimana yang dijelaskan dalam dalam al-Quran surat: Al- Jumuah ayat 10 sebagai berikut ini:

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

Apabila ibadah salat sudah kamu lakukan, maka berusahalah kamu untuk mencari rezeki di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah agar kamu beruntung.” (Al-Quran Online Surat At-Jumuah Ayat 10, n.d.)

Penjelasan ayat di atas dapat dipelajari bahwa Allah SWT menyuruh umat-Nya untuk mencari rezeki di muka bumi ini dan mencari keuntungan yang halal dalam menghidupi diri dan keluarganya. Allah SWT tidak menyukai umat-Nya bermalas-malasan dan putus asa. Nabi besar kita Muhammad SAW merupakan saudagar besar yang mengalami banyak cobaan dan rintangan dalam menjalankan usahanya. Namun Beliau tidak pernah putus asa dan selalu mencontohkan kepada umatnya jalan yang baik dalam berusaha. Dalam mencukupi kebutuhan akan hidupnya, Allah SWT menyuruh umat-Nya untuk berusaha mencari rezeki yang halal (Ayumiati et al., 2018).

Sehubungan dengan uraian sebelumnya, untuk itu penulis melakukan penelitian terhadap pengembangan usaha rumah makan Padang pasca covid-19 sudah melanda Indonesia. Lokasi penelitian ini di rumah makan Padang Famili Sakato di kecamatan Jayanti, Kabupaten Tangerang Banten, Dengan Fokus penelitian strategi pengembangan usaha berupa: 1) Strategi pengembang produk yang disediakan untuk dijual. 2) strategi dalam penetapan harga yang sesuai, 3) strategi penetapan lokasi usaha dan pendistribusian produk dalam penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati strategi usaha yang diupayakan oleh pengusaha muslim rumah makan Pakan Padang Famili Sakato dalam mengembangkan usahanya pasca sovid-19 melanda Indonesia.

METODE

Penelitian ini diawali dengan pengamatan awal penulis di lapangan, melihat kondisi yang riil, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut. Kemudian penulis melanjutkan dengan observasi terhadap permasalahan yang akan dibahas dan menyusun perencanaan untuk melanjutkan ke tahap penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah rumah makan Padang yang berlokasi di kecamatan Jayanti, sedangkan sampelnya adalah rumah makan Padang Famili Sakato di kecamatan Jayanti, kabupaten Tangerang Banten.

Pengambilan data menggunakan teknik wawancara di lapangan kepada informan pemilik dan karyawan rumah makan Padang Famili Sakato. Penelitian ini disusun menggunakan metode kualitatif deskriptif. Berdasarkan fenomena yang ada di lapangan. Objek penelitian adalah rumah makan Padang Famili Sakato yang berlokasi di kecamatan Jayanti, Kabupaten Tangerang. Pemilihan objek dari penelitian adalah karena rumah makan Padang Famili Sakato sudah lama berdiri sejak tahun 1994. Dalam kondisi apapun rumah makan Famili Sakto ini tetap konsisten menjalankan usahanya, dan masih ramai dikunjungi oleh pelanggan, baik itu pembelian secara pribadi, juga sering ada pemesanan untuk acara pesta dan ulang tahun.

Data yang digunakan dalam penelitian berupa data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data tambahan. Data dianalisis dengan teknik yang dilakukan oleh Miles dan Huberman (Sugiono, 2012) dengan urutan: mengumpulkan data di lapangan berupa observasi dan wawancara, kemudian dilanjutkan mengolah data menjadikan sebuah informasi dalam bentuk laporan penelitian, Laporan yang disajikan dapat dipertanggung-jawabkan keilmiahannya, sehingga bisa dijadikan bahan referensi oleh peneliti lain. dan bisa digunakan untuk mengambil keputusan bagi pihak yang berkepentingan (Sugiono, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Rumah Makan Padang

Rumah makan Padang adalah kuliner yang menyajikan menu masakan khas Padang. Berawal dari rumah makan yang beroperasi di negeri asalnya Minangkabau Sumatera Barat. Oleh karena orang Minangkabau terkenal dengan adat suka merantau, atau meninggalkan kampung halaman untuk mencari penghasilan di negeri orang, maka dicoba juga oleh perantau Minang untuk mendirikan rumah makan Padang di tempat mereka berada. Pada akhirnya rumah makan Padang menyebar di setiap provinsi di Indonesia. Termasuk juga di Provinsi Banten, banyak sekali rumah makan khas masakan Padang.

Di luar Sumatera Barat orang mengenal rumah makan padang dengan sebutan restoran Padang dan diberi nama sesuai keinginan pemiliknya (Khamdevi, 2017). Pemberian nama untuk rumah makan Padang di luar Sumatera Barat bermacam-macam, dengan harapan nama yang diberikan untuk rumah makan tersebut akan memberikan berkah terhadap pemiliknya. Kalau kita lihat di sepanjang jalan berdirilah rumah makan padang seperti: Gumarang, Bundo Saiyo. Famili Sakato dan lainnya. Nama rumah makan Padang tersebut, hampir di setiap daerah ada Indonesia.

Keunikan dari nama yang diberikan oleh pengusaha muslim untuk rumah makan Padang, nama tersebut masih berorientasi ke daerah asalnya Minangkabau Sumatera Barat.

Rumah makan Padang yang menyajikan menu masakan Padang yang kaya akan rempahnya, menyajikan masakan yang lezat dan disukai oleh semua kalangan dari yang anak-anak, orang muda, dan orang tua juga suka masakan tersebut. Masakan Padang yang menunya terkenal rendang daging, dan juga terkenal ke mancanegara dan menjadi masakan Indonesia untuk dunia. Menu lain dari masakan Padang yang tidak kalah lezatnya dengan rendang adalah: dendeng, gulai asam pedas, gulai ayam cabai hijau, cincang daging dan lainnya. Menu tersebut menjadi andalan dari rumah makan Padang.

Rumah makan khas Padang Famili Sakato, merupakan rumah makan yang sudah lama didirikan oleh pemiliknya oleh bapak Ali Zerchan. Rumah makan Padang Famili Sakato tersebut didirikan tahun 1994. Termasuk rumah makan yang tertua di kecamatan Jayanti Kabupaten Tangerang Banten. Rumah makan Padang yang menjadi langganan untuk masyarakat di sekitarnya, sering dipesan untuk acara pernikahan, dan acara pertemuan makan siang untuk kantor dan pabrik yang beraada di sekitar rumah makan tersebut. Walaupun banyak pesaing usaha rumah makan yang ada, namun rumah makan Padang Famili Sakato tetap ramai akan pelanggan dan disukai oleh masyarakat.

Rumah makan Padang Famili Sakato yang terkenal dengan menu khasnya rendang daging dan gulai kepala ikan kakap, tetap menjadi menu andalan pagi pelanggannya. Dengan adanya musibah pandemi covid-19 baru-baru ini terjadi di Indonesia, rumah makan Padang Famili Sakato mengalami penurunan dratis dalam penjualannya. Namun berkat pengalaman dari pemilik rumah makan tersebut dalam pengelolaan, pasca covid-19 rumah makan tersebut masih tetap berjalan dengan berbagai kendala yang ditemui. Menerapkan strategi pengembangan usaha yang dilakukan akhirnya rumah makan Padang Famili Sakato bisa menjalankan usahanya dengan baik.

B. Strategi Pengembangan Usaha rumah makan Padang Pasca Covid-19

Pada tiap provinsi di Indonesia sudah ada rumah makan Padang, bahkan rumah makan Padang sudah meluas ke mancanegara. Di luar negeri sudah ada rumah makan khas masakan Padang, seperti negara Timur Tengah, negara tetangga Malaysia, Singapura, Brunai. Di sana mereka juga menyukai rumah makan masakan khas Padang. Bahkan rendang Padang menjadi ikon kuliner dunia. Rendang yang lezat merupakan hasil dari pemberian bumbu yang tepat dengan proses memasak yang benar.

Dengan adanya rendang Padang yang berkualitas dan bisa tahan untuk beberapa hari, maka dari itu masakan Padang menjadi terkenal dan laris di pasaran. Selama Indonesia mengalami pandemi covid-19 rumah makan Padang juga kena imbasnya. Termasuk rumah makan Padang Famili Sakato yang berlokasi di kabupaten Tangerang Banten. Rumah makan yang dahulunya ramai dikunjungi oleh pembeli, dratis sepi dengan diberlakukannya PSBB oleh pemerintah karena bahaya covid-19. Pengusaha rumah makan menyadari adanya penurunan

dari penjualan, Namun rumah makan Padang Famili Sakato tersebut masih tetap menjalankan usahanya, walaupun kadang-kadang mengalami kerugian.

Seiring berjalannya waktu, musibah pandemi covid-19 kian membaik di Indonesia. Semua pengusaha muslim mulai membenahi usahanya kembali dengan cara dan strategi masing-masing. Begitu juga dengan rumah makan Famili Sakato dan rumah makan lainnya. Mereka mulai menjalankan usahanya dengan harapan bisa beroperasi lagi dengan baik seperti sebelumnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Ali Zerchan dalam wawancaranya tanggal 28 Januari 2023:

Saya mendirikan rumah makan Padang Famili Sakato sejak tahun 1994, awalnya dari rumah makan masakan Padang berukuran kecil. Lama kelamaan saya mulai memperluas usahanya menjadi sebesar sekarang ini. Di sekitar lokasi rumah makan ini masyarakat sudah mengenal rumah makan Famili Sakato. Banyak pemesanan untuk acara-acara pesta dan makan siang bagi karyawan pabrik dan perkantoran di sekitar sini. Begitu juga dengan anak sekolah dan masyarakat yang sering berbelanja pada kami di disini. Dengan adanya musibah pandemi covid-19 baru-baru ini penjualan menjadi turun dratis, bahkan mengalam kerugian, namun kami tetap menjalankan usaha seperti biasa, Sekarang dengan membaiknya pandemi covid-19, kami selaku pengusaha mulai membenahi usaha ini kembali agar tetap berjalan dengan baik dan mendapatkan untung yang banyak”.

Dari penjelasan dan wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa dengan adanya pandemi covid-19, usaha rumah makan mengalami penurunan dratis. Sehingga mendapatkan kerugian besar. Setelah pasca covid-19 para pebisnis untuk bangkit kembali dalam membenahi usaha yang lebih baik, untuk itu perlu adanya strategi yang dilakukan oleh pengusaha muslim rumah makan Padang, Strategi yang dimaksud adalah sebagaimana uraian berikut ini.

1. Strategi Penyediaan Produk

Produk merupakan barang yang akan dipasarkan kepada masyarakat. Kalau untuk rumah makan adalah menu yang tersedia untuk dijual. Menu yang komplik menambah daya tarik untuk pelanggan berbelanja, Selain itu menu yang ditawarkan juga terjamin dengan kualitasnya baik sehingga pembeli tidak dirugikan. Kemudian bagaimana strategi pemasaran produk yang tersedia agar laris di pasaran. Produk yang diinginkan oleh pelanggan tentunya produk dengan kualitas terbaik. Untuk rumah makan padang adalah menu yang enak dan disenangi oleh pembeli.

Pengusaha muslim rumah makan harus paham dengan menu andalannya, sehingga pembeli akan ketagihan untuk menikmati menu tersebut. Menu yang ditawarkan hendaknya mempunyai ciri khas tersendiri yang nantinya menjadi menu poforit dari rumah makan tersebut. Larisnya pemasaran dari sebuah rumah makan tergantung kepada pengusaha menyiapkan menu andalannya.

Untuk rumah makan Padang Famili Sakato menu andalannya berupa rendang daging, gulai kepala kakap, ayam goreng bumbu, cincang daging kemudian ayam gulai cabai hijau. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Wardi tanggal 28 Januari 2023, beliau ini merupakan juru masak yang sudah lama bekerja di rumah makan Padang Famili Sakato:

“Menu yang disiapkan oleh rumah makan kami tentu dengan kualitas terbaik, dengan rasa yang enak dan disenangi oleh pelanggan. Kami merasa puas jika pelanggan suka berbelanja di sini, dari pengakuan mereka yang berbelanja, menu yang kami sediakan enak sesuai dengan selera keluarga mereka.”

Dari wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa, strategi penyediaan produk merupakan bagian penting dalam memasarkan produk, Pelanggan akan puas jika produk yang kita sediakan bisa dinikmati dengan baik. Dengan strategi penyediaan produk yang baik akan menambah pelanggan yang berkunjung untuk membeli, sehingga produk yang kita jual akan laris di pasaran.

2. Penetapan Harga Jual

Harga merupakan nilai yang dibayar oleh pembeli setelah menikmati produk yang ditawarkan. Untuk penetapan harga harus diperhitungkan dengan baik. Penetapan harga juga sebaiknya memperhatikan pesaing di sekitar kita. Harga yang terlalu tinggi pelanggan akan malas untuk berbelanja. Begitu juga dengan harga terlalu murah mengakibatkan pengusaha akan mengalami kerugian. Oleh karena itu berikanlah harga yang standar dan terjangkau oleh pembeli, sehingga pembeli akan merasa puas menikmati menu yang kita sediakan.

Untuk rumah makan Padang Famili Sakato harga yang ditawarkan berkisar antara 20.000 sampai dengan 25.000. Harga ini lebih mahal dari harga pesaing rumah makan Padang di sekitarnya. Menurut pemilik rumah makan Padang Famili Sakato harga tersebut sudah dianggap wajar, karena di samping rumah makan tersebut sudah lama berdirinya, juga menu yang ditawarkan lengkap. Kemudian dari rasa juga berbeda dan lebih enak di rumah makan Padang Famili Sakato, Porsinya juga lebih banyak sehingga pembeli puas. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah seorang pelanggan rumah makan Famili Sakato yaitu ibu Murni, pada tanggal 28 Januari 2023, kami wawancarai ketika ibu tersebut berbelanja di rumah makan Padang Famili Sakato sebagai berikut:

“Saya dan keluarga merupakan pelanggan rumah makan Famili Sakato, sering saya berbelanja disini, kalau dari segi harga menurut saya tidak mahal, standar harganya, walaupun lebih tinggi sedikit dari rumah makan Padang di sekitar sini, Dari segi rasa memang berbeda, rumah makan Famili Sakato lebih enak dan porsinya juga banyak. Saya pribadi puas untuk berbelanja di rumah makan ini.”

3. Lokasi dan Dsitribusi

Lokasi tempat pendirian usaha merupakan hal yang sangat penting diperhatikan oleh pengusaha rumah makan Padang. Ramainya pelanggan untuk berbelanja ditentukan oleh lokasi. Lokasi yang jauh dari keramaian, pelanggan malas untuk mengunjungi usaha kita. Begitu juga kalau lokasinya kotor dan tidak bersih lingkungan, pelanggan juga tidak mau berbelanja. Untuk rumah makan Padang carilah lokasi yang strategis banyak dilewati oleh masyarakat, sehingga gampang untuk dijangkau.

Kemudian perhatikan kebersihan lingkungan di sekitar usaha, pelanggan akan memilih lokasi yang sehat dan bersih. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Ali Zerchan pemilik rumah makan Padang Famili Sakato pada tanggal 28 Februari 2023 berlokasi di rumah makan dengan wawancaranya:

“Lokasi pendirian usaha rumah makan Padang harus di tempat yang ramai, seperti rumah makan milik saya ini, Saya mendirikan rumah makan Famili Sakato di tepi jalan raya dan halaman di depannya luas bisa tempat parkir, sehingga pelanggan nyaman untuk berbelanja, Lokasi yang saya pilih juga bersih dan sehat, sehingga pelanggan akan merasa puas untuk berbelanja di sini,

Untuk pemasaran distribusi produk, banyak cara yang dilakukan oleh pengusaha rumah makan Padang, supaya bisa menarik pelanggan untuk berbelanja. Mulai dari pembuatan spanduk yang menarik dan menampilkan menu andalan, kemudian bisa juga dengan promosi iklan di media sosial, Bisa juga dengan pembelian secara COD, sehingga menambah daya tarik pelanggan. Kemudian bisa juga dengan memasang pamlek harga serba 15.000. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Ariadi tanggal 28 Januari 2023 karyawan rumah makan famili sakato:

“Untuk memasarkan menu kepada pelanggan untuk rumah makan Famili Sakato tidak terlalu sulit, karena kami sudah banyak pelanggannya, kami sudah lama berdiri di lokasi ini, Mereka pembeli sudah paham dengan menu andalan kami, mereka lebih suka dengan rendang daging, ayam goreng bumbu, gulai kepala ikan kakap, Jadi menu yang kami sediakan tidak perlu lagi kami promosikan seperti rumah makan Padang lain, yang berada di sekitar ini:

KESIMPULAN

Dari penelitian yang sudah dilakukan dapat dijelaskan bahwa wabah pandemi covid-19 melanda dunia dan imbasnya sampai ke Indonesia. Dengan adanya musibah covid-19 tersebut semua sektor mengalami penurunan, tidak terkecuali sektor ekonomi. Berbagai aktivitas usaha dibatasi, sekolah ditutup untuk sementara waktu, begitu juga dengan pusat perbelanjaan. Dengan situasi seperti ini banyak perusahaan yang tidak bisa beroperasi dengan baik bahkan ada yang ditutup. Seiring dengan perjalanan waktu kondisi pandemi covid-19 semakin membaik dan

pemerintah sudah memberlakukan new normal, Pengusaha muslim mulai membenahi bisnainya kembali.

Dalam penanganan bisnis yang sempat terpuruk itu tidak mudah bagi pengusaha muslim untuk bangkit seperti semula. Akan tetapi perlu sebuah strategi pengembangan usaha untuk dapat bagi pengusaha muslim jadikan acuan dalam menjalankan usaha mereka untuk dapat beraktivitas lebih baik. Beberapa staregi pengembangan usaha oleh pengusaha muslim khususnya rumah makan Padang adalah 1) strategi dalam penyediaan produk yang baik dan berkualitas. 2) penentuan dan penetapan harga yang tepat dan 3) pemilihan lokasi yang strategis dalam menjual dan pendistribusian produk yang menarik dan diminati oleh banyak pembeli.

BIBLIOGRAFI

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen. <https://media.neliti.com/media/publications/210812-strategi-pengembangan-usaha-roti-tanjong.pdf>
- Al-Quran Online Surat At-Taubah Ayat 105. (n.d.). Tokopedia. Retrieved February 13, 2023, from https://www.tokopedia.com/s/quran/at-taubah/ayat-105?utm_source=google&utm_medium=organic
- Ayumiati, A., Ibrahim, A., Arifin, M., & Isnaliana, I. (2018). Prilaku Pengusaha Elektronik Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (studi Kasus di Kota Banda Aceh. *EKOBIS SYARIAH*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v2i1.10104>
- Burhanuddin, B. (2020). Analisis Pengelolaan Usaha Berbasis Syariah Pada Masa Covid 19. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 377. <https://doi.org/10.30829/ajei.v5i2.8448>
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 4(2). <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. Pusat Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (P3M) STIE Pasundan Bandung.
- Huda, C. (2016). Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 24(1), 165. <https://doi.org/10.21580/ws.24.1.1140>
- Junaedi, D., & Salistia, F. (n.d.). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak.

- KBBI. (n.d.). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesai—Penelusuran Google. Retrieved February 13, 2023, from <https://kbbi.web.id/strategi>
- Khamdevi, M. (2017). Studi Karakteristik Arsitektur Khas Pada Rumah Makan Padang Di Tanah Rantau. 1.
- Maulidah, F. L., & Oktafia, R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Mikro Serta Dampaknya Bagi Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 571. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1211>
- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen. <https://media.neliti.com/media/publications/210812-strategi-pengembangan-usaha-roti-tanjong.pdf>
- Al-Quran Online Surat At-Taubah Ayat 105. (n.d.). Tokopedia. Retrieved February 13, 2023, from https://www.tokopedia.com/s/quran/at-taubah/ayat-105?utm_source=google&utm_medium=organic
- Ayumiati, A., Ibrahim, A., Arifin, M., & Isnaliana, I. (2018). Prilaku Pengusaha Elektronik Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (studi Kasus di Kota Banda Aceh. *EKOBIS SYARIAH*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v2i1.10104>
- Burhanuddin, B. (2020). Analisis Pengelolaan Usaha Berbasis Syariah Pada Masa Covid 19. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 377. <https://doi.org/10.30829/ajei.v5i2.8448>
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 4(2). <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. Pusat Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (P3M) STIE Pasundan Bandung.
- Huda, C. (2016). Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 24(1), 165. <https://doi.org/10.21580/ws.24.1.1140>
- Junaedi, D., & Salistia, F. (n.d.). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak.
- KBBI. (n.d.). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesai—Penelusuran Google. Retrieved February 13, 2023, from <https://kbbi.web.id/strategi>

- Khamdevi, M. (2017). Studi Karakteristik Arsitektur Khas Pada Rumah Makan Padang Di Tanah Rantau. 1.
- Maulidah, F. L., & Oktafia, R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Mikro Serta Dampaknya Bagi Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 571. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1211>
- Nailuvary, S., Ani, H. M., & Sukidin, S. (2020). Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 185. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i1.11872>
- Nasrun, M. A. (2020). Kekuatan Dasar Pemulihan Ekonomi Pasca Covid-19 di Kabupaten Kapuas Hulu.
- Pirnadi, R. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Khas Padang Surya di Kota Mukomuko Kab. Mukomuko di tinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam [Thesis (Other), IAIN BENGKULU]. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/5746>
- Puspitasari Gobel, Y. (2020). Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Mengkombinasikan Model Filantropi Islam Dan Ndeas Model. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 209–223. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5809](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5809)
- Rojali, A. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai [Skripsi (Skripsi), Universitas Islam Negeri Sumatera Utara]. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/7538>
- Saragih, H. (2015). Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nuricia Indonesia Sejahtera Medan. Medan.
- Sari, P. (2020). Stategi Pemasaran Rumah Makan Ampera Melati Kota Metro. - Penelusuran Google. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/3741>
- Sridewi, N. (2021). Nalisis strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada rumah makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat. <http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/173>
- Sugiono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sulaiman, A., & Asmawi, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dan Profitabilitas Pada Rich's Cofie. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.969>

Copyright holder:
Rahmat Krisandi (2023)

First publication right:
[*ADVANCES in Social Humanities Research*](#)

This article is licensed under:

