



**PROSPEK BISNIS DAN PEMBERDAYAAN UMKM
DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Di Aks Coffee Sipirok)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi*

Oleh :

RINI RAHMADHANI

NIM: 18 402 00037

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEIKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2023



**PROSPEK BISNIS DAN PEMBERDAYAAN UMKM
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Di Aks Coffee Sipirok)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi*

Oleh :

RINI RAHMADHANI

NIM: 18 402 00037

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEIKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2023



**PROSPEK BISNIS DAN PEMBERDAYAAN UMKM
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus
Aks Coffee Sipirok)
SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi*

Oleh:

**RINI RAHMADHANI
NIM. 18 402 00037**

PEMBIMBING I


**Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032002**

PEMBIMBING II


**Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 198704132019032011**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN
AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **RINI RAHMADHANI**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Januari 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

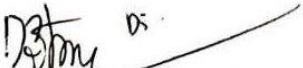
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Rini Rahmadhani** yang berjudul "**PROSPEK BISNIS DAN PEMBERDAYAAN UMKM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS AKS COFFEE SIPIROK)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 198405122014032002

PEMBIMBING II


Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 198704132019032011

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rini Rahmadhani
NIM : 18 402 00037
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Judul Skripsi : **Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM
Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus
Aks Coffee Sipirok)**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim Apembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 03 Januari 2023

Saya yang Menyatakan,



Rini Rahmadhani
NIM . 18 402 00037

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rini Rahmadhani
NIM : 18 402 00037
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

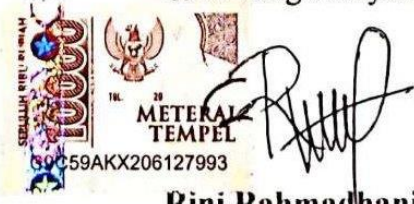
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Aks Coffee Sipirok)”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 03 Januari 2023

Saya yang menyatakan,


Rini Rahmadhani
NIM. 18 402 00037



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan.
22733 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Rini Rahmadhani
Nim : 18 402 00037
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus AKS Coffee Sipirok)

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401

Sekretaris

Sry Lestari, M.E.I
NIDN. 2005058902

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401

Sry Lestari, M.E.I
NIDN. 2005058902

Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702

Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Jum'at / 13 Januari 2023
Pukul : 14.00 WIB s/d 17.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 74,25 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022


PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM
Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus
Aks Coffee Sipirok)**
Nama : **Rini Rahmadhani**
NIM : **18 402 00037**
Tanggal Yudisium : **28 Januari 2023**
IPK : **3.49**
Predikat : **Sangat Memuaskan**

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 27 Maret 2023




Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Rini Rahmadhani
NIM : 1840200037
Judul : Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Aks Coffee Siprok)

Dalam suatu usaha atau bisnis tertentu ada hal-hal dapat menjadi kendala untuk mengembangkan usahanya, begitu juga dengan Aks Coffee Siprok ada beberapa kendala yang mungkin akan dihadapi seperti kurangnya modal usaha, peran pemerintah daerah yang kurang memberikan perhatian lebih terhadap perkembangan UMKM bukan hanya Aks Coffee Siprok saja bahkan UMKM lainnya, terbatasnya sarana dan prasarana, daya saing pengelolaan kopi di kalangan usaha pecinta kopi tinggi.

Pemberdayaan UMKM merupakan upaya mendorong, memotivasi untuk membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta untuk mengembangkan usaha, baik itu usaha mikro kecil dan menengah.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif, sumber data primer yaitu data yang didapatkan langsung melalui wawancara kepada owner Aks Coffee Siprok dan beberapa konsumennya, sumber data primer dan sekunder yaitu buku, jurnal dan dokumen berkaitan dengan penelitian ini, Teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi .

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa strategi S-O meliputi: Meningkatkan pengembangan pengemasan produk agar diminati konsumen, Meningkatkan pemasaran dalam daerah. Strategi W-O meliputi i: Menambah tani binaan, Meningkatkan pemasaran secara online. Strategi S-T meliputi: menjaga dan meningkatkan kualitas rasa khas Aks Coffee Siprok, meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Strategi W-T meliputi: mengikuti dan mensosialisasikan produk usaha Aks Coffee Siprok.

Kata kunci : *Ekonomi Islam. Pemberdayaan UMKM, Prospek Bisnis*

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur kita sampaikan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM Menurut Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Aks Coffee Sipirok)”** ditulis untuk menambah pengetahuan peneliti dan orang-orang yang membaca karya ilmiah ini, untuk referensi penelitian selanjutnya. Dan untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, dan Bapak

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.Hi, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H Armyn Hasibuan, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak/Ibu dosen dan juga staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis M.p. selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya memberikan bimbingan, arahan dan ilmunya yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teristimewa kepada ayahanda Heri Kiman Simanjuntak dan ibunda tercinta Qomariah Pardede yang selalu mendoakan dan memberikan curahan kasih sayang serta semangat yang tiada hentinya. Memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materil demi kesuksesan studi peneliti sampai ketahap ini.

Memberikan dukungan yang tiada hentinya serta perjuangan yang tidak mengenal lelah demi kesuksesan anak-anaknya.

6. Tersayang adik peneliti Aulia Kartika, Sofi Amalia, dan Rico Alfiansyah yang selalu menjadi penyemangat dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
7. Terima kasih saya ucapkan kepada keluarga besar peneliti baik dari pihak ayah maupun dari pihak ibu yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam menempuh pendidikan di perguruan tinggi.
8. Teruntuk sahabat-sahabat peneliti, Wilda Hairani Batubara, Twin Jean, Zulfa Annisa, Maharani Annisa, Deddy Irawan, Aks Squad dan Pasukan Kos Cerah Ceria dan sahabat-sahabat lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi dan dorongan kepada peneliti untuk selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih saya ucapkan kepada kawan-kawan peneliti, keluarga Ilmu Ekonomi 1 angkatan 2018, KKL Desa Kun-Kun, magang BPKPAD Kabupaten Tapanuli Selatan, dan kawan-kawan seperjuangan lainnya baik didalam kampus yang sama maupun dari perguruan tinggi lain yang saling memberikan dorongan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian mulai dari awal sampai dengan selesai.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan dan bantuannya kepada peneliti, sehingga peneliti mampu

menyelesaikan skripsi. Peneliti juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan, dan pengalaman peneliti, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 2023
Peneliti

RINI RAHMADHANI
NIM. 1840200037

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
==	Kasrah	I	I
ُ	dom mah	U	U

Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
ُ.....و	fathah dan wau	Au	a dan u

- b. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... ..َ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas

...ي..و			
...ي..و	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ج. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

BERITA ACARA UJIAN MUNAQSAH

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TERANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	9
C. Batasan Istilah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Kegunaan Penelitian	12
G. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori	15
1. Prospek.....	15
a. Pengertian Prospek	15
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi prospek	16
2. Pengertian Bisnis	18
3. Pemberdayaan	18
a. Pengertian Pemberdayaan	18

b. Tahap – tahap Pemberdayaan.....	19
c. Program Strategi.....	20
4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	20
a. Pengertian Usaha Mikro Keil dan Menengah (UMKM).....	20
b. Peran dan Kontribusi (UMKM) dalam Perekonomian	21
c. Permasalahan yang dihadapi UMKM	22
d. Solusi dalam Mengatasi Permasalahan UMKM	23
5. Ekonomi Islam	24
a. Pengertian Ekonomi Islam_	24
b. Konsep Ekonomi Dalam Islam	25
c. Instrument Dan Kebijakan Ekonomi Islam.....	26
d. Manfaat Ekonomi Islam	27
e. Prinsip – prinsip Ekonomi Dalam Islam	28
6. Analisis SWOT	28
B. Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
B. Jenis Penelitian	35
C. Subjek Penelitian	36
D. Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
1. Observasi	37
2. Wawancara	38
3. Dokumentasi	39
4. Studi Kepustakaan	39
F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	39
1. Reduksi Data	39
2. Penyaji Data	40
3. Penarikan Kesimpulan	40
G. Teknik Pengeekan Keabsahan Data Observasi	40

1. Triangulasi Observasi	40
2. Menggunakan Refrensi	41
3. Meningkatkan Ketekunan	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	43
1. Kondisi Geografis dan Batas Wilayah.....	43
2. Sejarah Singkat Aks Coffee Sipirok	44
3. Produk Aks Coffee Sipirok	46
4. Visi dan Misi Aks Coffee Sipirok	46
B. Prospek Bisnis dalam prespektif ekonomi Islam melalui metode Analisi SWOT	47
1. Faktor Internal.....	49
2. Faktor Eksternal	52
C. Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam	61
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Banyak jenis usaha atau pekerjaan yang bisa dilakukan oleh manusia baik secara individu ataupun kelompok dengan tidak melanggar aturan syariat Islam agar mendapat keberkahan dalam hidup dunia dan akhirat yang dimana merupakan salah satu perintah yang dianjurkan dalam Islam. Dalam hal ini prospek bisnis Islam yang ada di Indonesia mendominasi skala pertumbuhan yang ada pada Indonesia, dimana zaman sekarang ini teknologi sangat berkembang sehingga dapat membantu pertumbuhan ekonomi dalam negeri. Begitu banyak aspek yang bisa mempengaruhi dalam meningkatkan kesejahteraan tersebut adalah dari sektor kewirausahaan.

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif mampu membawa bisnis terus bertumbuh. Bisnis sebaiknya memiliki nilai dan bermanfaat dimana hal ini bisa dilakukan melalui penerapan konsep kewirausahaan sosial. Berbagai kalangan mulai memperbincangkan konsep kewirausahaan sosial sebagai solusi inovatif dalam menyelesaikan masalah sosial. Melalui kewirausahaan, keberadaan usaha kecil dimasa krisis ekonomi seperti saat ini ternyata dapat bertahan, bahkan mampu menopang perekonomian nasional. Banyak hal sebenarnya yang menarik dari usaha perkembangan kecil

dengan segala permasalahannya. Usaha-usaha kecil terlihat sederhana tersebut apabila dikembangkan dengan jiwa kewirausahaan yang baik maka akan menghasilkan laba yang cukup menguntungkan bagi pengelolanya bahkan untuk orang lain.¹

Dalam dunia usaha harus ada pengembangan baik dari segi fisik ataupun dari produk-produk yang dihasilkan, dengan tujuan bisa memperoleh keuntungan yang banyak agar usaha yang dijalankan tetap eksis dan berkembang. Tak hanya itu pengusaha harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang prima dengan cara memperhatikan kualitas produk yang diinginkan serta ketepatan waktu yang telah dijanjikan karena pelayanan akan menjadi ikon bagi pengusaha ditengah kompetisi. Usaha kecil mungkin beroperasi dalam bentuk perdagangan ataupun industry pengolahan dengan sistem desentralisasi dan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang menjadi penyangga kekuatan perekonomian.

Peran usaha mikro dapat dirasakan, karena sektor ini menyediakan langsung lapangan pekerjaan bagi mereka yang tingkat Pendidikan dan keterampilan rendah. Berdirinya sebuah perusahaan pasti memiliki maksud dan tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud memperoleh laba/kuntungan. Peluang bisnis yang dimaksud ialah memajukan perusahaan supaya mampu berindependent dan

¹ Arfan Sulaiman, "Prospek Pembuatan Usaha Batu Bata Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pengusaha Batu Bata Di Kelurahan Kota Dumai)," (skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau June,2012), hlm. 18.

mengeluarkan ide-ide yang kreatif dan inovatif untuk kemajuan perusahaan.²

Berbicara tentang usaha dagang atau lainnya, kita pasti akan berfikir bahwa perusahaan ini bergerak di bidang usaha jual beli saja atau berfikir tentang usaha menghasilkan uang. Salah satu usaha yang bersifat kewirausahaan ialah usaha pengelolaan kopi. Usaha ini menjadi perhatian pengusaha di kecamatan Sipirok.

Prospek usaha pengelolaan kopi sekarang ini sangat baik untuk dikembangkan. Dalam kasus usaha kopi ini ada pihak pertama yang ikut menyertakan modalnya berupa gabah kopi diolah menjadi olahan minuman kopi. Kopi merupakan minuman Internasional dan digemari oleh bangsa- bangsa di seluruh dunia yang sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Saat ini kopi merupakan salah satu bahan perdagangan penting dunia dan melibatkan jaringan perdagangan antar bangsa dari negara-negara berkembang ke negara-negara maju yang merupakan konsumen utama.³

Proyeksi konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2019 mencapai 335.000 ton, tahun 2020 mencapai 353.900 ton dan pada tahun 2021 mencapai 369.900 ton. Dalam hal ini jumlah tingkat konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, melihat proyeksi kopi dimasa mendatang, adanya

² Ari Ananda, "Strategi Pemasaran Tabo Kopi Sipirok," (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2018) Hlm. 13.

³ Duma Sari, "Strategi Pengembangan Ulos Yanti Sipirok," (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2021) Hlm. 11.

peluang untuk mengembangkan usaha pengolahan kopi yang dimana terdapat 5 jenis usaha kopi yaitu banyak di konsumsi di Indonesia berkisar 70% mengandung kafein lebih rendah dibandingkan kopi lainnya kopi robusta dibuat dari tanaman kopi varietas yang dapat ditanam dataran rendah dan memiliki cita rasa kafein yang tinggi dengan ukuran buah paling besar. Kopi peaberry dimana tanaman kopi yang terdapat pada biji tunggal yang sangat jarang didapatkan, kopi jenis ini cocok untuk “diet” khususnya bagi kaum perempuan baik itu remaja ataupun orang tua. Sistem pemasaran usaha kopi yang diterapkan adalah saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung, saluran distribusi langsung adalah bentuk penyaluran barang-barang atau jasa- jasa dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara.

Hal ini bisa juga dilakukan konsumen dengan membeli langsung ataupun mendatangi langsung tempat dimana usaha kopi tersebut. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung adalah bentuk saluran distribusi yang menggunakan jasa perantara dan agen untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen. Dari usaha kopi ini ada yang bertindak sebagai *distributor* yaitu pihak yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau

distribusi barang, tetapi mereka tidak tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan.⁴

Aks Coffee merupakan salah satu penghasil produk kopi di kecamatan Sipirok. Aks Coffee ini bermula pada tahun 2013 sampai dengan sekarang. Aks Coffee Aks Coffe Sipirok menghasilkan beberapa jenis bubuk kopi seperti luwak, *peaberry*, *exotica*, *wine* dan beberapa jenis minuman seperti *V60*, *Sanger*, dan *French fresh* yang banyak diminati oleh masyarakat. Bahkan dari kalangan luar negeri banyak mengetahui perkembangan Aks Coffee Sipirok lewat media sosial yang digunakan para semua kalangan pada saat ini seperti negara Korea, China, dan Australia yang sudah datang berkunjung untuk mencicipi aroma kopi Aks Coffee Sipirok.⁵

Dalam suatu usaha atau bisnis tertentu ada hal-hal dapat menjadi kendala untuk mengembangkan usahanya, begitu juga dengan Aks Coffee Sipirok ada beberapa kendala yang mungkin akan dihadapi seperti kurangnya modal usaha, peran pemerintah daerah yang kurang memberikan perhatian lebih terhadap perkembangan UMKM bukan hanya Aks Coffee Sipirok saja bahkan UMKM lainnya, terbatasnya sarana dan prasarana, daya saing pengelolaan kopi di kalangan usaha pecinta kopi tinggi,

⁴ Eulis Lawati Barus, "Peluang Bisnis Dan Strategis Kesuksesan Bisnis Coffee Shop Berbasis Teknologi (Studi Kasus: Crema Coffee Surabaya)" *Jurnal Nusantara Journal Of Community Engagement*, Vol.1, No. 2, 2020, Hlm. 72.

⁵ Hasil Wawancara Dengan Pak Heri Kiman Pohan (Sipirok, 18 Juni 2022 Pukul 10:30 Wib)

dimana dari segi alat-alat bahan pembuatan, tempat, dan varian kopi yang semakin unik dan menarik sesuai gaya trend zaman sekarang sehingga membuat para pengunjung tertarik. Dapat dilihat alat mesin kopi (*Grender*) yang digunakan pada usaha Aks Coffe masih tergolong minim. Berdasarkan data tahun 2019 yang didapatkan dari usaha AKS.Coffee menunjukkan bahwa produksi kopi menurun karena adanya pengaruh dari Covid-19 yang dimana tingkat harga kopi mengalami penurunan dan jumlah produksi kopi yang dihasilkan menurun dibandingkan jumlah produksi pada tahun sebelumnya.

Maka untuk menghadapi persaingan tersebut perusahaan harus membuat pemberdayaan ataupun pengembangan bisnis untuk mengembangkan usahanya. Pengembangan organisasi merupakan penerapan pengetahuan ilmu tentang perilaku dalam upaya jangka Panjang, untuk memperbaiki kemampuan dalam rangka meghadapi perubahan dalam lingkungan eksternal dan meningkatkan kemampuan untuk memecahkan internalnya.⁶

Pemberdayaan atau yang sudah dikenal dengan istilah *empowerment* merupakan salah satu upaya dalam membantu masyarakat memecahkan masalahnya secara mandiri tanpa terpaku dengan bantuan orang lain. Pemberdayaan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, meningkatkan harkat dan

⁶ Syaifullah Sitorus, “Analisis Strategi Pengembangan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2019) Hlm. 14..

martabat manusia. Menurut kamus Bahasa Indonesia pemberdayaan berarti kekuatan atau kemampuan untuk mengerjakan sesuatu, dalam hal ini proses pemberdayaan menunjukkan pada kemampuan seseorang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga dapat memberi bantuan agar dapat mengembangkan usaha masyarakat guna meningkatkan ekonomi mereka. Salah satu upaya untuk memperdayakan potensi masyarakat serta membangun sebuah masyarakat yang mandiri adalah melahirkan sebanyak-banyaknya wirausaha baru. Asumsi sederhana, kewirausahaan pada dasarnya adalah kemandirian terutama kemandirian ekonomis dan kemandirian keberdayaan.⁷

Seperti halnya di Kabupaten Tapanuli Selatan yang merupakan salah satu daerah dengan memiliki potensi besar untuk mengembangkan UMKM. Perkembangan UMKM di Kabupaten Tapanuli selatan dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang signifikan secara tidak langsung memberikan kontribusi bagi perkembangan Kabupaten Tapanuli Selatan meskipun mengalami peningkatan, masih ada saja permasalahan yang dihadapi seperti rendahnya kualitas SDM, kurangnya inovasi, belum memiliki badan hukum, akses permodalan yang sulit, dan minimnya pendampingan di lapangan. Oleh karena itu, perlu adanya kesadaran semua pihak untuk mengembangkan UMKM di

⁷ Achmad, "Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan Umkm Dalam Prespektif Ekonomi Islam: Studi Kasus Pada Usaha Permen Jahe Fadhilah", *jurnal ekonomi Islam*" (2021), hlm. 2.

Kabupaten Tapanuli Selatan agar terciptanya kesejahteraan masyarakat. Terlebih disaat masa pandemic Covid-19 beberapa pelaku usaha terdampak dan mengalami penurunan omzet bahkan ada beberapa yang gulung tikar.

UMKM kopi yang terletak di Pining Nabaris ini merupakan usaha produksi kopi yang berdiri pada tahun 2013 bertahan hingga saat ini. bisnis kopi dahulu dikerjakan hanya 2 orang saja yang dimana pemilik usaha kopi ini sebelumnya suda membuka usaha ini di daerah Gayo, Aceh namun melihat potensi dan kemampuan yang dimiliki masyarakat sekitar tentang peluang usaha kopi ini yang bisa dijadikan sebagai usaha baru. Seiring tahun ketahaun karena bisnis ini sangat prospek dan permintaan dalam pasar sangat tinggi, bisnis ini yang tadinya berjumlah 2 orang namun pada saat tahun 2019 bisa membuka cabang baru di daerah Padang Sidempuan yang dimana UMKM ini dibawah naungan Rumah Kreatif BUMN yang beranggotakan 4 orang. Untuk Di daerah Sipirok tepatnya di Aks Coffe yang terletak di desa Pining Nabaris warga sekitar dan ibu-ibu rumah tangga bisnis kopi ini dapat memperdayakan produksi kopi yang didistribusikan langsung kepada pemilik usaha kopi yang dimulai dari hasil panen hingga bubuk kopi.

Aks Coffee terdapat di Kecamatan Sipirok banyak pihak-pihak yang terkait dalam menjalankan usaha tersebut, seperti

produsen, pegawai membantu memproduksi kopi, para pengecer menjadi reseller dalam menjual kopi langsung kepada konsumen, distributor bahan baku kopi sebagai bahan pokok pembuatan kopi. Dalam rangka meningkatkan kemampuan UMKM.

Karena itu, selanjutnya untuk lebih terarah tentang prospek bisnis Aks Coffee dan pemberdayaan ekonomi islam pada bagaimana tingkat keperdayaan ekonomi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM Kopi Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Aks.Coffe Sipirok)**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang bersifat umum, maka diperlukan batas-batas masalah dalam pembahasannya agar permasalahan tersebut lebih terarah pada ruang masalah yang ingin diteliti yaitu penelitian ini fokus pada prospek bisnis dan pemberdayaan UMKM kopi dalam prespektif ekonomi Islam (studi kasus Aks Coffee Sipirok).

C. Batasan Istilah

Berdasarkan latar belakang masalah, adapun menjadi Batasan istilah dalam penelitian adalah:

1. Prospek

Prospek adalah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu harapan atau kemungkinan. Secara sederhana, arti

prospek di definisikan sebagai suatu hal yang mungkin terjadi sehingga berpotensi menimbulkan dampak tertentu.⁸

2. Bisnis

Bisnis merupakan kegiatan komersial yang melibatkan dua pihak yaitu produsen dan konsumen yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan baik material maupun immaterial. Keberhasilan bisnis dapat tercapai melalui kemampuan produsen meningkatkan nilai guna barang dari aspek bentuk, waktu, tempat dan kepemilikan.⁹

3. Pemberdayaan

Menurut mubyarto pemberdayaan adalah upaya membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkan.¹⁰

4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM juga merupakan kelompok pelaku

⁸ <https://www.harmony.co.id/blog/apa-sih-karti-prospek-berikut-pengertian-dan-cara-melakukannya-agar-maksimal>, diakses pada tanggal 25 april 2022, pukul 20:30

⁹ Mudemar A. Rasyidi, "Fungsi Hukum Di Dalam Masyarakat Dan Peran Bisnis Di Indonesia", *Jurnal Ilmia Hukum Dirgantara-Fakultas Hukum Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma* Vol. 9, No.2 (2019): hlm. 43.

¹⁰ Ni Nyoman Sunariani, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* Vol. 2, No.1 (2017), hlm. 4.

ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis ekonomi serta menjadi desiminotor pertumbuhan ekonomi paska krisis.¹¹

5. Ekonomi Islam

Ekonomi islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang islami.¹²

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan diatas dapat dibuat rumusan masalah :

1. Bagaimana prospek bisnis Aks Coffee Sipirok melalui analisis SWOT?
2. Bagaimana strategi pemberdayaan UMKM dalam perspektif ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui prospek bisnis Aks Coffee Sipirok melalui analisis SWOT
2. Untuk strategi pemberdayaan UMKM dalam pespektif ekonomi Islam

¹¹ Bachtiar Rifai, "Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)," *Jurnal Sosio Humaniora*, Vol.3, No.4. 2012: Hlm.14.

¹² Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana 2006), hlm.16.

F. Kegunaan Penelitian

3. Bagi Peneliti

Sebagai bukti empiris seberapa besar dampak pengaruh pemberdayaan umkm kopi dalam persepektif Islam di masyarakat tapanuli selatan.

4. Bagi Usaha Aks Coffee Sipirok

Hasil peneliti ini dapat menjadi masukan agar perusahaan dapat terus meningkatkan prospek bisnis dan pemberdayaan UMKM untuk melakukan perbaikan terhadap prospek bisnis dengan memberikan masukan bagi perusahaan.

5. Bagi Universitas Islam Negeri

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi institusi perguruan tinggi sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya.

6. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang dapat dijadikan pengetahuan mengenai usaha seperti produk kopi Sipirok. Masyarakat juga diharapkan dapat mengembangkan, memasarkan dan mempromosii produk kopi Sipirok.

7. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dengan mendalami teori yang didapat selama bangku kuliah sehingga dapat memberi kontribusi yang solutif dari permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dalam bentuk karya tulis.

G. Sistematika pembahasan

Sesuai dengan permasalahan yang ada maka untuk mempermudah penelitian ini, penelitian ini menggunakan sistematika pembahasan. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan laporan yang sistematis, akurat, jelas dan mudah dipahami. Dalam sistematika pembahasan ini terdiri dari sub bab dengan rincian sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, Bab ini yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II tinjauan Pustaka, Bab ini berisikan referensi dan kajian yang menjadi pedoman dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya pembahasan tentang pengertian prospek bisnis dan pengertian pemberdayaan UMKM. Kemudian pengertian ekonomi Islam serta pengertian penelitian terdahulu yang membahas tentang hasil dari penelitian sebelumnya.

Bab III Metodologi Penelitian, Bab yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian dilakukan, jenis penelitian yang membahas tentang

bagaimana penelitian yang dilakukan, analisis/subjek penelitian menguraikan siapa yang menjadi subjek dalam penelitian ini, sumber data yang menjelaskan darimana penelitian didapatkan oleh peneliti, teknik pengumpulan data, teknik apa saja yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data tersebut, teknik pengolahan data dan analisis data serta teknik pengecekan keabsahan data tentang bagaimana metode penelitian yang dilakukan.

Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan, Bab menjelaskan tentang bagaimana gambaran umum objek penelitian yang dilakukan peneliti serta berisikan paparan data atau hasil penelitian, dan pembahasan yang tersusun atau atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara peneliti serta pembahasan yang merupakan hasil analisis peneliti terhadap permasalahan yang telah didapatkan dalam penelitian.

Bab V Penutup, Bab yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan inti dari semua pembahasan yang diteliti. Saran adalah masukan-masukan yang berisikan pemikiran. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Prospek

a) Pengertian Prospek

Secara sederhana, defenisi prospek adalah kemungkinan dan harapan, dalam bisnis misalnya, prospek diartikan sebagai hal yang berpotensi memberikan untung besar sehingga roda bisnis dapat terus berputar.

Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalani untuk masa yang akan datang. Keberhasilan usaha tergantung dari faktor- faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengolaan, tenaga kerja, modal, tingkat, teknologi dan sebagainya. Sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi dan fasilitas kredit, pengguna teknologi baru meningkatkan pendapatan yang dapat memberikan keuntungan atau manfaat kepada pengusaha.¹³

Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor dalam maupun luar usaha tersebut. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, teknologi dan lainnya.

¹³ Muh Rachmat, "Prospek Pengembangan Bisnis Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Pendapatan Tambahan Pondok Pesantren," (Skripsi UIN Alauddin Makassar,2019),hlm.12.

sedangkan dari luar seperti transportasi, komunikasi, fasilitas kredit, penggunaan teknologi yang baru dapat meningkatkan pendapatan dan memberikan keuntungan kepada pengusaha.

b) Faktor- faktor yang menentukan prospek

1. Memiliki prespektif kedepan
2. Memiliki motif berprestasi tinggi
3. Memiliki sifat inovasi yang tinggi
4. Memiliki komitmen terhadap pekerjaan
5. Memiliki tanggung jawab.

2. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah salah satu usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud adalah perusahaan bisnis ialah keuntungan finansial. Berdasarkan pengertiannya bisnis merupakan kegiatan perdagangan, namun meliputi pula unsur- unsur yang lebih luas, yaitu pekerjaan, profesi, pengasilan, mata pencarian dan keuntungan.¹⁴

Tujuan bisnis atau usaha (dagang) ialah mendapatkan laba atau keuntungan yang merupakan dari proses pemutaran modal dan pengoperasiannya dalam kegiatan dagang munculah laba tersebut. Dalam bisnis perlu ada rambu-rambu yang ditegakkan secara jelas dan mengingat semua pelaku bisnis yaitu

¹⁴ Fien Zulfikar, "Analisis Prospek Bisnis," *Jurna Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang* Vol .01, No. 02. (2019): hlm. 4.

produsen, distributor dan konsumen, semua ini bertujuan agar nilai kemanusiaan bisa menjadi unsur yang terintegritas dalam praktek bisnis sehari-hari.¹⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
 إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
 ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa: 29)

Tafsir ayat pada ayat 29 Surah An-Nisa ini pada dasarnya melarang (mengharamkan) orang-orang beriman dari kemungkinan melakukan usaha ekonomi untuk kemudian memakan dan menikmati hasilnya dengan cara-cara yang batil. Adapun yang dimaksud dengan kata makan (*al-akl*) dalam ayat ini adalah mengambil atau memperoleh. Adapun yang dimaksud dengan cara yang batil adalah cara-cara usaha ekonomi yang diharamkan agama,

¹⁵ Muhandis Natadiwirjaya, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta Garanada Pers, 2007), hlm.67.

misalnya praktik ribawi, perjudian, penipuan, dan lain-lain.

Begitu penting firman Allah dalam surah al-Baqarah (2) ayat 275 dan hadis yang diriwayatkan oleh Abu Daud ini dalam hal jual-beli dan bahkan dalam transaksi ekonomi lainnya, hingga dari sekian puluh fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), hamper atau bahkan semuanya tidak ada satupun fatwa DSN-MUI yang tidak mencantumkan surah al-Baqarah (2) ayat 275.

Jika para pelaku ekonomi itu menjauhi tindakan-tindakan dosa besar yang dilarang-Nya, diantaranya pembunuhan dengan sengaja sebagaimana telah disebutkan, maka Allah akan menghapuskan keburukan-keburukan mereka, di kalangan para ahli tafsir tentang tindakan-tindakan dosa besar yang harus di jauhi itu.¹⁶

3. Pemberdayaan

a) Pengertian pemberdayaan

Pemberdayaan berasal dari kata “daya” yang artinya mampu atau berdaya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun kemampuan msyarakat, dengan mendorong,

¹⁶ Lihat Beberapa Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Misalnya Fatwa Nomor 04 Tahun 2000 Tentang Murabahah.

memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki dan berupaya untuk meningkatkan serta mengembangkan potensi tersebut agar menjadi nyata.¹⁷

Tujuan pemberdayaan ialah menumbuhkan keadilan sosial dengan memberikan ketentaraman kepada masyarakat dimana menciptakan adanya saling menolong antara sesama.

b) Tahap – Tahap Pemberdayaan

Ada beberapa tahapan pemberdayaan yaitu:

1. Membantu masyarakat dalam menemukan masalahnya.
2. Melakukan analisi(kajian) terhadap permasalahan tersebut secara mandiri (partisipasi). Kegiatan ini biasanya membentuk kelompok diskusi dan mengadakan pertemuan warga.
3. Menentukan skala prioritas masalah, dalam arti memilih atau memilah masalah yang akan dituntaskan.
4. Mencari cara penyelesaian masalah yang dihadapi.
5. Mengevaluasi seluruh rangkaian dan proses pemberdayaan itu untuk dinilai sejauh mana keberhasilan dan kegagalannya.

¹⁷ Arna Yanti, “Usaha Pengolahan Kopi Dalam Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Karyawan Di Desa Simpang Banyak Kecamatan Ulupungkut Kabupaten Mandailing Natal,”(Skripsi Uin Suska ,2019), hlm.11.

c) Program Strategi

Menurut (Mardikanto dan Soebiato) ada 5 (lima) program strategi terdiri dari:

1. Pengembangan sumberdaya manusia
2. Pengembangan kelembangaan kelompok
3. Pemupukan modal masyarakat (swasta)
4. Pengembangan usaha produktif
5. Penyediaan informasi tepat-guna.

4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a) Pengertian usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)

usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung.¹⁸

Untuk mendirikan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dibutuhkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) agar usaha sah dan lebih lancar. Selain itu, dengan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) anda juga akan lebih mudah dipercaya saat hendak meminjam sejumlah dana usaha ke bank atau forum keuangan lainnya. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi

¹⁸ Tulus T.H, *UMKM Di Indonesia*, (Bogor, Ghalia Indonesia , 2009).hlm.16.

di Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada Gross Domestic Product (GDP) di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah. Pentingnya kedudukan usaha mikro kecil dan menengah dalam perekonomian nasional bukan saja karena jumlahnya yang sangat banyak, melainkan juga dalam hal penerapan tenaga kerja.¹⁹

b) Peran Dan Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian

Dapat dilihat dari status UMKM untuk saat ini dimana bisa kita lihat perannya dalam perekonomian Indonesia. UMKM menjadi faktor utama dalam kegiatan perekonomian Indonesia terutama di berbagai sektor penyediaan lapangan kerja yang cukup besar. Hal ini sangat penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi daerah dan pemberdayaan masyarakat, serta pencipta pasar baru dan inovasi.

Di Indonesia UMKM sangat penting terhadap krisis moneter pada saat ini dimana akibat pandemic covid-19 banyak perusahaan mengalami kerugian yang sangat besar bukan hanya

¹⁹ Sri Nurmayanti, "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespekif Ekonomi Islam," (Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021). hlm.13.

di negara kita saja bahkan seluruh dunia mengalami kerugian besar. Hal ini UKM memiliki sifat yang fleksibel yang mampu menghadapi perubahan kondisi ekonomi dengan baik. Dalam hal ini UKM memiliki peran-peran penting di Indonesia yaitu :²⁰

1. Terbukanya lapangan pekerjaan.
2. Berperan penting dalam pemabngunan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat.
3. Menciptakan dan memberikan inovasi pasar agar memberikan hubungan yang dinamis antara aktivis perusahaan.

c) Permasalahan Yang Dihadapi UMKM

1. Faktor internal

Di Indonesia UMKM sangat penting terhadap krisis moneter pada saat ini dimana akibat pandemic covid-19 banyak perusahaan mengalami kerugian yang sangat besar bukan hanya di negara kita saja bahkan seluruh dunia mengalami kerugian besar. Hal ini UKM memiliki sifat yang fleksibel yang mampu menghadapi perubahan kondisi ekonomi dengan baik. Dalam hal ini UKM memiliki peran-peran penting di Indonesia.

2. Faktor eksternal

²⁰ Lisa Suryani, "Analisis Peran Bumdes Tor-Nangge Dalam Pengembangan Peningkatan Pendapatan Umkm Di Kecamatan Sapirok,"(Skripsi IAIN Padangsidempuan 2021), hlm. 18.

Lingkungan usaha belum sepenuhnya kondusif terutama bagi pemerintah dalam mengembangkan UMKM. Hal ini bisa dilihat dari beberapa pengusaha kecil dan pengusaha lain mengalami persaingan yang tidak sehat. Dilihat dari fasilitas dan infrastruktur yang terbatas serta minimnya informasi dan komunikasi terkait kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pada saat ini semakin canggih menyebabkan mereka harus berkembang pesat dan infrastruktur yang tidak mendukung pengembangan usaha²¹.

d) Solusi Dalam Mengatasi Permasalahan UMKM

1. Menciptakan suasana bisnis yang baru serta menyenangkan. Pemerintah perlu bekerja sama untuk menciptakan lingkungan yang kondusif seperti keamanan, komersial, menyederhanakan izin usaha, keringanan pajak, dan prosedur lainnya
2. Bantuan finansial, pemerintah perlu melakukan ekspansi melalui skema kredit dimana dapat membantu usaha kecil, menengah dan mikro untuk menambah modal melalui sektor jasa keuangan formal, *leasing* dan dana modal ventura Adanya pelatihan, pemerintah harus memperkuat pembinaan UMKM seperti pengetahuan dan keterampilan

²¹ Sri Nurmayanti, "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespekif Ekonomi Islam", (Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021), hlm. 26.

kewirausahaan, manajemen, administrasi dan pengembangan usaha. Dalam hal ini harus ada peluang untuk menerapkan hasil pelatihan lapangan ke praktik teoritis melalui pengembangan kemitraan.

3. Mendirikan badan khusus, dengan dibentuknya organisasi ataupun lembaga secara khusus untuk mengkoordinasikan kegiatan yang berkaitan dengan UMKM serta mencari solusi dan jalan keluar untuk mengatasi berbagai masalah dan kendala baik itu dari faktor eksternal dan internal yang dihadapi dalam UMKM serta adanya pengembangan sarana dan prasarana, perlu adanya alokasi usaha kepada UMKM seperti lokasi yang strategis sehingga dapat meningkatkan potensi pengembangan UMKM.

4. Ekonomi Islam

a) pengertian ekonomi islam

Dalam Yunani *oikos* dan *nomos* yaitu akidah dan aturan sedangkan dalam Bahasa arab dengan istilah al-iqtishad berarti hemat. Jadi, ekonomi adalah mengatur urusan rumah tangga dimana anggota keluarga ikut mampu terlibat dalam menghasilkan barang-barang berharga. Jadi ekonomi menjalankan urusan rumah tangga di mana anggota keluarga dapat berpartisipasi dalam produksi barang berharga memberikan layanan dan kemudian semua anggota keluarga

disana mendapat manfaat dari apa yang mereka dapatkan jasa lalu seluruh anggota keluarga yang ada, ikut menikmati apa yang mereka peroleh.

Istilah ekonomi Islam berasal dari dua kata yaitu ekonomi (*economics, economic dan economy*) dan islam (Islamic) yang berarti keselamatan, kedamaian dan ketundukan. Dengan demikian ekonomi Islam adalah pengetahuan tentang bagaimana menemukan dan menerapkan sumber daya material untuk memenuhi kebutuhan dan kebahagiaan manusia di mana penggaliannya tunduk pada hukum Islam. Prinsip-prinsip ekonomi Islam adalah kerja.²²

b) Konsep Ekonomi Dalam Islam

1. Ketentuan perekonomian Islam adalah seperangkat aturan umum yang diambil dari sumber-sumber hukum Islam. Ketentuan-ketentuan tersebut adalah mengatur kaum muslimin agar mewujudkan tujuan-tujuan umum Islam, yaitu: akal, jiwa dan harta. Oleh karena itu terdapat beberapa jenis pembelanjaan dalam membantu memenuhi kebutuhan yang dimana untuk mendapatkan pahala di akhirat seperti zakat, infaq, dan sedekah. Dalam syariat

²² Sumar'in, *Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Ekonomi Islam, hlm.

Islam, ada beberapa aturan yang mengatur pengeluaran dalam ekonomi islam diantaranya adalah.²³

2. Seimbang pendapatan dan pengeluaran

Islam mengajarkan sikap pertengahan dalam segala perkara Begitu juga dalam mengeluarkan harta, yaitu tidak berlebihan dan tidak pula kikir.

3. Membelanjakan harta untuk kebaikan

Islam mengajurkan untuk bekerja dan berusaha dengan baik. Islam pun menganjurkan agar harta dikeluarkan dengan tujuan yang baik dan bermanfaat bagi manusia.

4. Menghindari pembelanjaan yang tidak di syariatkan

Islam mengharamkan pengeluaran yang berlebihan dan terkesan mendatangkan kerusakan dan kebinasaan dan juga menganjurkan agar umatnya tidak boros dan kikir.

c) Instrument Dan Kebijakan Dalam Ekonomi Islam

Adapun instrument dan kebijakan ekonomi islam yang diterapkan yaitu :

1. Pelaksanaan zakat

Zakat merupakan salah satu bentuk yang diterapkan dalam islam. Selain itu, zakat merupakan bentuk distribusi yang

²³ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta, Kencana, 2006).hlm.17

paling efektif dalam menciptakan stabilitas dan pemerataan ekonomi.

2. Pelanggaran riba/ bunga

Menurut terminology, riba artinya kelebihan pembayaran tanpa ganti rugi atau imbalan, yang disyaratkan bagi salah seorang dua orang yang melakukan transaksi baik tambahan itu berasal dari diri sendiri, maupun berasal dari luar imbalan.

3. Ekonomi berbasis kebersamaan dan kerja sama

Islam juga mengatur dengan sangat rapi bentuk-bentuk kerja sama yang mungkin dilakukan oleh manusia dalam dunia usaha.

4. Jaminan Sosial

Jaminan sosial salah satu bentuk perlindungan sosial yang diselenggarakan oleh negara untuk menjamin kebutuhan masyarakat demi memenuhi kebutuhan hidup.²⁴

d) Manfaat Ekonomi Islam

Adapun manfaat ekonomi islam yaitu:

1. Mewujudkan integritas seorang muslim yang *kaffah* sehingga Islam tidak lagi parsial. Apabila ada orang Islam yang mengajarkan dan masih bergelut di ekonomi konvensional maka unsur riba keislamannya.

²⁴ Wasis Prasetyo, "Strategi Pengembangan Usaha Kopi Dalam Upaya Meningkatkan Produksi Kelompok Tani Suka Maju Dalam Prespektif Ekonomi Islam," Strategi Pengembangan Usaha Kopi Dalam Upaya Meningkatkan Produksi Kelompok Tani Suka Maju Dalam Prespektif Ekonomi Islam," (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,2022), hlm. 57.

2. Menerapkan dan mengamalkan ekonomi Syariah melalui bank Syariah, asuransi Syariah, reksadana Syariah dan Lembaga keuangan Syariah lainnya.
3. Praktik ekonominya berdasarkan syariat islam bernilai ibadah karena telah mengamalkan syariat Allah SWT.

e) Prinsip – Prinsip Ekonomi Dalam Islam

Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang merupakan bangunan ekonomi islam didasarkan atas lima nilai universal yaitu: *tauhid* (keimanan), *adl* (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *khilafah* (pemerintah) dan *ma'ad* (hasil).

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis dalam sebuah manajemen perusahaan yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan strategi yang matang demi tercapainya tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis SWOT adalah penilaian yang dilakukan terhadap hasil identifikasi situasi dengan tujuan menentukan suatu kondisi yang dikategorikan sebagai *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunity*, dan *Treath* (SWOT). Analisis SWOT membandingkan kondisi lingkungan internal perusahaan dengan eksternal perusahaan.

Rencana strategi tersebut akan diterjemahkan ke dalam rencana-renana operasional yang mencantumkan adanya target yang harus dicapai dalam perusahaan. Kemudian renana

operasional harus diterjemahkan lagi ke dalam satu konsep dasar pendekatan SWOT terlihat sederhana. Matriks SWOT menggunakan beberapa strategi antara lain:

- a. Strategi S.O adalah strategi yang bertujuan untuk meningkatkan dan memaksimalkan pemasaran dengan memanfaatkan keunggulan dan peluang-peluang yang ada pada perusahaan.
- b. Strategi W.O adalah strategi untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal.
- c. Strategi S.T adalah strategi menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
- d. Strategi W.O adalah strategi yang harus memiliki kehati-hatian atau kewaspadaan dalam mencapai sasaran.²⁵

²⁵ Muhamad Yusuf Saleh And Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, (Makasar, CV Sah Media 2019), hlm. 226.

Tabel II.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ana Nurwakhidah, (jurnal lentera kajian keagamaan, keilmuan, dan teknologi, vol. 21 no. 1, maret 2022)	Upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui usaha griya batik sengguruh kepanjen dalam prespektif ekonomi islam	Bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui usaha Griya Batik Sengguruh yang ditinjau dari Ekonomi Syariah sudah baik. Karena dari teori pemberdayaan sebagai tolak ukur tidak bertolak belakang. Upaya tahapan pemberdayaan pada Griya Batik Sengguruh juga sesuai pada konsep Ekonomi Syariah.
2.	Achmad Tubagur Surur, Hendri Hermawan Adinugraha,(Jurnal IAIN Pekalongan, Ekonomi Islam, 2021)	Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM Dalam Prespektif Ekonomi Islam:Studi Kasus Pada Usaha Permen jahe Fadhilah.	Bahwa UMKM Permen Jahe Fadhilah di Kelurahan Sapugarut Gang 14 Kecamatan Buaran memiliki potensi untuk berkembang. Dengan melihat perbandingan nilai produksi dan penjualan usaha. Selain itu, pengetahuan, pengalaman, dan persepsi perlu untuk di kembangkan tersebut memiliki Kontribusi yang sangat penting bagi kesejahteraan

			masyarakat dan menambah pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari seperti pangan, maupun kebutuhan lainnya seperti tempat tinggal, kesehatan keluarga dan kebutuhan terhadap pendidikan anak-anak mereka.
3.	Azmi nurul widya fuji astuti, (Skripsi IAIN Padang Sidempuan, 2021)	Strategi pemasaran produk kerajinan manik-manik di kelurahan sipirok godang kecamatan	Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk kerajinan manik-manik dapat ditempuh dengan strategi SWOT Analysis. pengrajin manik-manik harus terus meningkatkan hubungan internal dan eksternal usahanya agar mengungguli persaingan dengan produk sejenis.
4.	Muh.Rachmat (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019)	Prospek Pengembangan Bisnis Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Pendapatan Tambahan Pondok Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren Sultan Hasanuddin Desa	Budidaya jamur tiram memiliki prospek yang sangat baik dalam meningkatkan pendapatan tambahan pondok

		Paraikatte, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa)	pesantren sultan hasanuddin. Hal ini dilihat dari pesanan yang ada, para konsumen memiliki minat yang sangat tinggi. Hanya saja, tingkat hasil produksi yang masih cukup rendah yang tidak sesuai dengan banyaknya pesanan dari para konsumen
5.	Fien Zulfikar (Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Malang, 2019)	Analisis prospek bisnis	Pada dasarnya semua jenis memiliki prospek yaitu harapan untuk menghasilkan keuntungan baik material maupun immaterial dengan resiko yang minimal. Namun demikian todak semua harapan dapat terwujud atau bertahan lama, untuk itu diperlukan kemampuan perusahaan mempelajari, memahami mengenali, dan menganalisis prospek bisnis melalui analisis internal dan eksternal perusahaan.

Adapun penjelasan mengenai persamaan dan perbedaan dalam judul penelitian dari penelitian terdahulu diatas adalah sebagai berikut :

1. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ana Nurwakhidah judul Upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui usaha griya batik sengguh kepanjen dalam perspektif ekonomi islam jurnal lentera kajian keagamaan, keilmuan, dan teknologi, vol. 21 no. 1, maret 2022 yaitu sama-sama meneliti tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sedangkan perbedaan yaitu Ana Nurwakhidah membahas tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui usaha batik sedangkan penelitian ini membahas tentang pemberdayaan UMKM kopi dalam prespektif ekonomi Islam.
2. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh achmad tubagur surus dan hendri Hermawan Adinugraha judul Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam:Studi Kasus Pada Usaha Permen jahe Fadhilah jurnal, Jurnal IAIN Pekalongan, Ekonomi Islam, 2021 yaitu sama-sama meneliti tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sedangkan perbedaan yaitu membahas tentang prospek bisnis dan pemberdayaan UMKM permen jahe dalam prespektif ekonomi islam sedangkan penelitian ini membahas tentang prospek bisnis dan pemberdayaan UMKM kopi dalam prespektif ekonomi Islam.
3. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh azmi nurul widya fuji astuti judul strategi pemasaran produk kerajinan manik-

manik di Kelurahan Sipirok Godang Kecamatan Sipirok, Skripsi IAIN yaitu sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif Padang Sidempuan, 2021 dan sama-sama menggunakan analisis SWOT sedangkan perbedaannya yaitu membahas tentang strategi pemasaran produk kerajinan sedangkan penelitian ini prospek bisnis dan pemberdayaan UMKM kopi dalam perspektif ekonomi Islam.

4. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh Rachmat judul prospek pengembangan bisnis jamur tiram dalam meningkatkan pendapatan tambahan pondok pesantren (studi kasus pondok pesantren sultan hasanuddin desa paraikatte, Kecamatan bajeng, Kabupaten gowa), Skripsi fakultas dan Ekonomi bisnis islam, UIN Alauddin Makassar,2019 yaitu sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif perbedaannya yaitu prospek pengembangan bisnis jamur tiram di pondok pesantren sedangkan penelitian ini prospek bisnis dan pemberdayaan UMKM kopi dalam perspektif ekonomi Islam.
5. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fien Zulfikar judul Analisis prospek bisnis, Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Malang,2019 persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif perbedaannya yaitu menganalisis prospek bisnis melalui analisis internal dan eksternal perusahaan sedangkan penelitian ini prospek bisnis dan pemberdayaan UMKM kopi dalam perspektif ekonomi Islam.

BAB III

Metode Penelitian

A. Lokasi Dan Waktu

Penelitian ini dilakukan Aks Coffee Sipirok, di daerah Pining Nabaris Kelurahan Pasar Sipirok Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan Pemilihan lokasi tersebut karena penulis menemukan adanya usaha kecil dan menengah yang dapat membantu perekonomian daerah dan pendapatannya. Melalui strategi ini dalam menghadapi perkembangan sektor UMKM peneliti terjun langsung ke daerah ataupun lokasi dimana kegiatan UMKM berada. Waktu penelitian ini dilakukan pada tanggal 30 september hingga selesai.

B. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalaman kemudian menjadi permasalahan-permasalahan yang berdasarkan pengalaman dimana diajukan untuk memperoleh pembenaran dukungan data empiris di laporan.²⁶

Jenis penelitian ini kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami

²⁶ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta Pustaka Ilmu, 2003), hlm.255.

oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.

C. Subjek penelitian

Pada penelitian ini langkah pengambilan subjek dilakukan secara sengaja yang dipilih dengan mempertimbangkan dan tujuan tertentu. Subjek sebagai sumber data adalah mereka atau orang-orang yang tergolong atau terlibat serta masih terlihat dari kegiatan yang sedang diteliti, memiliki waktu yang memadai untuk diminta informasi serta dipercaya memberikan informasi yang akurat.

Jadi subjek dalam penelitian ini adalah *owner* UMKM Aks Coffee Sipirok dan anggota lainnya mampu memberikan informasi data yang diperlukan. Subjek lain dalam penelitian adalah peneliti sendiri yang merupakan masyarakat setempat yang sedikit memahami akan perusahaan tersebut.

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah hasil penelitian yang terjun langsung ke lapangan yang berasal murni dari sumber asli. Data primer dalam penelitian ini bersumber pada UMKM Aks Coffee

Sipirok seperti pemilik usaha, para karyawan, dan pelanggan pada UMKM Aks Cofee Sipirok.

2. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data tetapi diperoleh dari hasil dokumentasi dan pencatatan perusahaan seperti sejarah singkat perusahaan, Visi dan Misi dari adanya perusahaan yang dimana dengan mengembangkan pembinaan yaitu UMKM serta struktur organisasi perusahaan sesuai peran dan tugas nya masing-masing. Untuk memperoleh data atau informasi, peneliti menggunakan teknik penentuan informan peneliti yaitu pemilihan informasi yang dilakukan dengan sengaja dan ditentukan sesuai dengan informasi yang didapat. Dengan demikian peneliti menentukan beberapa informasi yang dianggap memiliki informasi yang dibutuhkan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu alat pengumpulan data yang digunakan peneliti dengan cara mengamati dan mencatat sistematis yang terkait dengan bisnis mengenai UMKM kopi dalam perspektif ekonomi Islam di Aks.Coffee Sipirok kabupaten Tapanuli Selatan.

2. Wawancara

Wawancara yaitu mengumpulkan data dengan memperoleh keterangan untuk penelitian dengan tanya jawab secara langsung responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (paduan wawancara). Fakta dan data disimpan catatan, laporan, buku, surat kabar, foto dan lain-lain.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur lebih sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Beberapa ciri dari wawancara terstruktur meliputi daftar pertanyaan dan kategori jawaban telah disiapkan, kecepatan wawancara, tidak ada fleksibilitas, mengikuti pedoman, dan tujuan wawancara biasanya untuk mendapatkan penjelasan tentang suatu fenomena. Dalam hal ini adapun yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu owner dari Aks.Coffee Sipirok itu sendiri.

Dokumentasi adalah kegiatan mengumpulkan data, catatan dan dokumen-dokumen pada penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan UMKM dan AKS.Coffee melalui dokumen-dokumen dan catatan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang dieproleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan yang tersimpan, baik berupa transkrip buku, surat kabar, arsip foto dan lainnya.

4. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah mengambil buku-buku referensi ataupun jurnal-jurnal penelitian yang ada kaitannya dengan persoalan yang diteliti.²⁷

F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, dimana proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap orang lain. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan informasi yang lengkap sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang dapat diterapkan pada berbagai masalah Adapun teknik analisis data yaitu:

a. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan, proses ini

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R Dan D*, Alfabeta (Bandung, 2018).hlm.308-309

berlangsung terus-menerus. Reduksi data meliputi meringkas data, mengkode, dan membuat gugus-gugus ataupun garis besar pada sebuah penelitian.

b. Penyajian data

Penyajian data adalah uraian singkat, bagan, dan kategori yang digunakan untuk menyajikan data berdasarkan apa yang telah dialami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses menguji dan memeriksa kebenaran data yang sudah dikumpulkan, sehingga kesimpulan akhirnya sesuai dengan fokus penelitian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah pemikiran itu dapat diterima atau ditolak.²⁸

G. Teknik pengecekan Keabsahan Data

Penelitian yang dilakukan merupakan suatu penelitian yang memiliki kekurangan sehingga diperlukan suatu cara untuk menjamin keabsahan data pada penelitian, adapun pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Triangulasi

Merupakan teknik pengecekan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk kepentingan pengecekan dan sebagai pembanding terhadap data tersebut.

²⁸ Noor Juliansyah, *Metodeologi Penelitian*,(Jakarta, Kencana, 2011).hlm.94-95.

Menurut sugiyono yang dimaksud triangulasi adalah data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi digunakan untuk menguji *kredibilitas* data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data tidak dapat dirata-ratakan seperti penelitian kuantitatif, tetapi data data harus dideskripsikan, dikelompokkan mana pandangan yang setara dari tiga sumber data tersebut. Tiga dara yang dimaksud adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.²⁹

2. Menggunakan referensi

Menurut sugiyono yang dimaksud dengan menggunakan bahan referensi adalah adanya penguat untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini dibantu perekam data yang penelit digunakan adalah alat perekam suara berupa handphone.³⁰

3. Meningkatkan ketekunan

Menurut sugiyono meningkatkan ketekunan berarti melakukan observasi secara lebih cermat dan berkesinambungan. Sebagai bahan peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca

²⁹ Sugiyono, *metode penelitian Pendidikan pendekatan kualitatif kuantitatif R dan D* (Bandung: alfabeta,2018), hlm.310-311.

³⁰ Sugiyono, hlm. 311.

berbagai referensi, buku, hasil penelitian, atau dokumentasi-
dokumentasi yang diteliti.³¹

³¹ Sugiyono, hlm. 312.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Kondisi Geografis dan batas wilayah

Aks Coffee yang terletak di Pining Nabaris berada di dengan kondisi letak geografis yang terletak di dataran tinggi dan daerah agraris. Pining Nabaris di pimpin oleh lurah yaitu Bapak Rahmad Fauzi Hutasuhut, S.STP, MM Kelurahan Pasar Sipirok, Kecamatan Sipirok, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara. Kelurahan ini merupakan salah satu 40 (empat puluh) kelurahan desa yang berada di Kecamatan Sipirok, dan merupakan ibu kota Kecamatan Sipirok. Terletak dilembah pegunungan bukit barisan atau yang dikenal dengan lembah gunung Sibual-buali pada $01^{\circ}30'28''$ - $01^{\circ}43'42''$ Lintang Utara dan $99^{\circ}09'49''$ - $99^{\circ}28'05''$ Bujur Timur. Kelurahan pasar sipirok memiliki luas sebesar 3,36 km.

Batas- batas wilayah kelurahan Pasar Sipirok Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan yaitu Sebelah utara berbatasan Desa Sibadoar. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Padang Bujur. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Simaninggir. Sedangkan sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Hutasuhut.

Sebagian besar pendapatan masyarakat yang bermukim di kelurahan Pasar Sipirok bersumber dari persawahan dan perkebunan. Khusus kebun kopi seperti yang sudah diketahui

kecamatan Sipirok terkenal dengan hasil perkebunan kopi yang sangat banyak dijadikan sebagai bahan tanaman untuk menghasilkan keuntungan. Bukan hanya itu saja ada beberapa usaha pengolahan kopi memanfaatkan kondisi untuk dijadikan sebagai nilai tambah ataupun sebagai bahan yang dijadikan untuk olahan minum yang diminati masyarakat baik kalangan muda dan orangtua.

2. Sejarah singkat Aks Coffee Sipirok

Aks Coffee Sipirok berdiri pada tahun 2012 yang berada di Pining Nabaris Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan dalam bentuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Pemilik usaha Aks Coffee Sipirok oleh Bapak Amila Sholi Pohan dan dibantu oleh rekannya yaitu Heri Kiman Pohan. Usaha ini adalah salah satu usaha yang pertama kali yang mampu menciptakan inovasi yang dimana seperti banyak orang mengetahui kopi hanya bisa dinikmati sejenis kopi saja yaitu seperti kopi robusta yang hanya terbuat dari kopi bubuk biasa.

Aks Coffe Sipirok menghasilkan beberapa jenis bubuk kopi seperti luwak, *peaberry*, *exotica*, *wine* dan beberapa jenis minuman seperti *V60*, *Sanger*, dan *French fresh* yang banyak diminati oleh masyarakat. Bahkan dari kalangan luar negeri banyak mengetahui perkembangan Aks Coffee Sipirok lewat media sosial yang digunakan para semua kalangan pada saat ini seperti negara Korea,

China, dan Australia yang sudah datang berkunjung untuk mencicipi aroma kopi Aks Coffee Sipirok. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku Aks Coffee Sipirok masih memanfaatkan para petani masyarakat setempat dan berbagai daerah.

Aks Coffee sipirok akan terus berinovasi agar bagaimana kopi Sipirok bisa berkembang dengan baik dan mampu menjadi ikon daerah Sipirok dengan niat peningkatan kesejahteraan usaha itu sendiri dan khususnya petani kopi dapat mengembangkan kebun kopinya dikarenakan peluang ekonominya yang menjanjikan ke masa yang akan mendatang.

Dalam pengembangan usaha ini Aks Coffee yang bekerja sama dengan BUMN yang dimana dengan adanya Rumah Kreatif BUMN sebagai tempat pengolahan kopi yang dijadikan sebagai edukasi baik kepada masyarakat, pelajar ataupun penelitian. Rumah Kreatif ini dipandu langsung oleh pemilik Aks Coffee yaitu Bapak Amila Sholi Pohan dalam pelaksanaan pelatihan kopi

3. Produk Aks Coffee Sipirok

Aks Coffee Sipirok menghasilkan berbagai macam produk kopi diantaranya adalah kopi arabica, kopi robusta, kopi luwak, kopi exotica, kopi peaberry, kopi wine, dan kopi arabica special.

4. Visi dan Misi Aks Coffee

a) Visi

Visi adalah cara pandang jauh kedepan kemana perusahaan harus dibawa harus dapat eksis, antisipatif, dan inovatif gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan. Adapun visi Aks Coffee Sipirok adalah Menjadi Perusahaan yang maju dengan inovasi kemandirian dalam dunia global, dan memberikan dampak positive bagi masyarakat Indonesia.

b) Misi

Misi adalah sesuatu yang harus dicapai dalam suatu perusahaan yang dimana digunakan sebagai cara untuk merangsang capaian yang tertulis dalam misi utama. Adapun misi Aks Coffee Sipirok adalah Menjadi Perusahaan yang menjunjung tinggi kualitas produk dan jasa yang mengedepankan kepuasan konsumen dan Mitra Kerja.

B. Prospek Bisnis AKS Coffee Sipirok Melalui Analisis SWOT

Setiap usaha yang dijalani oleh pelaku ekonomi memiliki prospek, karena prospek adalah gambaran umum tentang usaha yang dijalankan untuk masa yang akan datang. Siapapun orangnya pasti akan memikirkan usaha yang tengah dijalani sekarang, bagaimana cara usaha dijalani tergantung kepada pelaku ekonomi itu sendiri, dan juga tidak terlepas dari permintaan konsumen akan produk suatu usaha.

Sebelum membuka usaha maka seornag pengusaha harus bisa memilih usaha yang cocok untuk dijalankan dengan membaca kondisi pada lokasi yang ada, menemukan sebuah usaha yang belum ada atau waluupun sudah ad akita harus memiliki nilai tamba pada usaha tersebut, seperti melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas produk. UMKM Aks Coffe Sipirok ini sudah ada sejak tahun 2012 yang berada di Pining Nabaris Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan dalam bentuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Pemilik usaha Aks Coffee Sipirok oleh Bapak Amila Sholi Pohan dan dibantu oleh rekannya yaitu Heri Kiman Pohan, dan pada saat ini usaha ini sudah mengalami banyak peningkatan dan perkembangan yang sangat pesat. Prospek yang bagus membuat usaha ini masih tetap bertahan sampai sekarang dan usaha ini sudahmemiliki cabang ditempat lain. UMKM Aks Coffee Sipirok sangat membantu dalam pengembangan ekonomi masyarakat yang dimana dengan adanya usaha ini maka tingkat pengangguran warga disana dapat berkurang dan para petani kopi tidak harus menjual kopinya di pasar

dengan harga yang lebih rendah. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan masalah yang dihadapi UMKM Aks Coffee Sipirok ini memiliki prospek untuk dikembangkan. Namun dalam pengembangan ada strategi yang harus dilakukan, dan disini akan dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Kegiatan perumusan strategi perusahaan dan menjadi pelaku dalam proses pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi pasti mengetahui bahwa analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat, telah diketahui bahwa analisis SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman).

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada usaha Aks Coffee Sipirok dalam mengembangkan UMKM Aks Coffee Sipirok menjadi usaha besar dengan menyesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Usaha Aks Coffee Sipirok untuk mencapai tujuan. Dengan menggunakan metode analisis SWOT ini berdasarkan analisis peneliti yang didukung oleh wawancara langsung dengan pemilik Usaha Aks Coffee Sipirok. Matriks SWOT akan menggambarkan bagaimana strategi pengembangan perusahaan yang sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dalam rangka merespon peluang dan menghadapi ancaman yang ada. Adapun analisis faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal berupa kekuatan dan kelemahan usaha yang terdiri dari:

1. Faktor internal

Faktor internal mempengaruhi terbentuknya strength dan weakness, dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi di dalam perusahaan.

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep yang ada. Adapun menjadi kekuatan pada usaha Aks Coffee Sipirok, yaitu:

1) Cita rasa

Menjaga dan meningkatkan kualitas rasa yang dimiliki Aks Coffee adalah strategi utama untuk perusahaan untuk menjadi pembeda dengan perusahaan lainnya. dalam hal ini Aks Coffee tetap menjaga kualitas rasa karena di racik dengan bahan baku yang berkualitas jug dan khas tersendiri, ada beberapa varian kopi yaitu Robusta dan Arabika memiliki varian seperti Luwak, *Peaberry*, *Exotica*, *Arabika Special* dan *Wine*.

2) Sistem pemasaran secara online

Meningkatkan pemasaran produk secara online agar semakin mudah memperkenalkan ke khalayak banyak, karena semakin banyak masyarakat umum yang menggunakan media sosial untuk mempermudah produsen memperkenalkan hasil produksi perusahaan kepada seluruh masyarakat di dalam

daerah maupun luar daerah. Sistem pemasaran ini menggunakan web figure.

3) Kerja sama dengan kelompok tani

Untuk menambah pemasok bahan baku untuk perusahaan karena bahan bak akan semakin mudah di dapat karena banyak masyarakat Sipirok daerah bagian Tapanuli Selatan beralih untuk menanam bibit kopi untuk hasil perkebunan mereka. Bukan hanya itu saja Aks Coffee juga melakukan sebuah program dan pelatihan khusus untuk para petani dan para calon barista yang ingin mempelajari tentang kopi yang bisa dijadikan dasar untuk membuka usaha kopi.

4) pelayanan yang baik terhadap para konsumen

Aks Coffee sangat baik dalam dari segi pelayanan langsung bagi konsumen yang datang langsung ke tempat pengelolaan kopi dengan memberi ataupun menawarkan kepada konsumen untuk mencoba varian kopi yang ada di Aks Coffee Sipirok dengan “sistem bayar suka”. Sistem ini diberikan kepada konsumen yang datang untuk mencoba beberapa varian kopi tanpa patokan harga.

5) UMKM pertama yang memproduksi kopi Arabika Se Tapanuli Selatan.

Aks Coffee Sipirok adalah UMKM yang pertama kali memproduksi kopi Arabika Se Tapanuli Selatan yang dibuka pada tahun 2012.

6) Dibawah naungan BUMN

Aks Coffee Sipirok yang bekerja sama dengan BUMN dan PLN Padang Sidempuan dan membentuk sebuah pelatihan dan sarana edukasi khusus yang berlaku untuk semua kalangan. Tempat itu sendiri dinamakan dengan “Rumah Kreatif BUMN”.

Aks Coffee UKM kopi yang memiliki cita rasa kopi yang dipadukan dengan berbagai varian rasa yang berbeda memiliki ciri khas tersendiri sehingga rata-rata konsumen merasa puas dengan rasa kopi tersebut. Faktor lain yang menjadi kekuatan yaitu tersedianya program dan pelatihan kepada para petani untuk meningkatkan kualitas serta meningkatkan hasil produk

2. Kelemahan (*Weakness*)

1) Penanganan bahan kurang optimal

Dalam menciptakan cita rasa yang khas perlu adanya beberapa bahan yang dijadikan sebagai untuk olahan kopi, bahan kurang optimal ini salah satu faktor yang menjadi penghambat dalam jalannya usaha seperti halnya para konsumen kurang puas dengan hasil sesuai yang diinginkan.

2) Bahan baku untuk produksi bersifat musiman

Produksi kopi yang dihasilkan dari para petani terkadang tidak sesuai diharapkan dimana ciri khas Aks Coffee sendiri adalah kopi Arabika jenis Peaberry dan Luwak yang banyak dinikmati para konsumen, oleh karena itu bahan baku dari kopi Peaberry ini sendiri sangat langka.

3) Tempat dan fasilitas yang kurang mendukung

Tempat mempunyai peran penting dalam pengembangan usaha kopi, dimana tempat Aks Coffee sendiri belum mengikuti gaya trend zaman sekarang seperti Coffee Shop modern lainnya.

Pengembangan usaha yang dilakukan juga dipengaruhi oleh modal yang dimiliki. Semakin besar modal maka pengembangan usaha yang dilakukan dapat semakin meningkat. Modal juga ada kaitannya dengan tingkat teknologi yang digunakan, dimana semakin tinggi tingkat teknologi yang digunakan maka modal yang dibutuhkan juga semakin besar.

2. Faktor Eksternal Aks Coffee Sipirok

Faktor eksternal perusahaan merupakan analisis peluang dan ancaman (*Opportunities dan Threats*) yang berada di luar perusahaan. Mengendalikan peluang dan ancaman perusahaan ditentukan relative terhadap para pesaing dan kebiasaan memanfaatkan peluang dari kejadian yang ada di luar perusahaan dan mengurangi ancaman bagi perusahaan.

Adapun peluang (*Opprtunities*) yang dimiliki UMKM Aks Coffee Sipirok adalah:

a. Peluang

Peluang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan oleh suatu usaha faktor tersebut antara lain:

1) Permintaan konsumen yang cenderung meningkat

Meningkatnya pertumbuhan permintaan konsumen terhadap para produsen kopi karena semakin banyak masyarakat yang meminati kopi, bahkan setiap sela- sela waktu masyarakat untuk mencicipi nikmatnya kopi tersebut. Bukan hanya itu saja permintaan ini juga semakin banyak di minati para instansi kantor seperti kantor bupati Tapanuli Selatan, kantor Kejaksaan dan Instansi kantor lainnya.

2) Potensi pasar cukup besar

Aks Coffee mampu memasarkan produk mereka di luar daerah sipirok bahkan mereka memiliki konsumen lebih banyak dari luar daerah sehingga mereka memiliki citra merek yang baik di luar Sipirok bahkan sudah sampai ke Luar Negeri yang secara tidak langsung bekerja sama dengan mereka seperti korea, Australia, China dan beberapa negara lainnya

3) Membuka kesempatan dan peluang kerja bagi masyarakat sekitar

Aks Coffee sendiri memiliki program dan pelatihan khususnya para petani kopi yang dimana dibina langsung oleh perusahaan Aks Coffee itu sendiri untuk mempermudah pihak perusahaan mendapatkan bahan baku yang berkualitas seperti yang diharapkan oleh perusahaan, bukan hanya itu saja Aks Coffee juga melakukan pelatihan khususnya para calon barista yang ingin membuka usaha kopi. Terbukanya peluang ekspor untuk kopi juga semakin menguntungkan industry kopi. Kebutuhan bahan baku kopi di dalam negeri juga cukup besar, kebutuhan terhadap produk kopi menjadi minuman dirasakan juga meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan jumlah konsumsi kopi.

Besarnya potensi pasar yang dimiliki suatu industry merupakan peluang bagi pengelolaan usaha yang dimiliki. Dengan demikian berbagai upaya pengembangan dan peningkatan kualitas maupun kuantitas produksi secara otomatis akan meningkat.

Bukan hal itu saja Aks Coffee juga melakukan promosi untuk memperkenalkan kepada konsumen yang

secara tidak langsung menarik perhatian konsumen dengan cara memperkenalkan produk baru yang diproduksi.

b. Ancaman (*Threat*)

Ancaman merupakan faktor yang menghambat kelancaraan pengembangan usaha. Ancaman yang dihadapi oleh UKM Aks Coffee terdiri dari:

- 1) Munculnya pesaing dengan mutu produk baik dan unik sehingga dapat menarik perhatian para konsumen. Ancaman yang dimiliki perusahaan ini adalah semakin banyaknya para pesaing yang sejenis di sekitar wilayah Sipirok yang membuat perusahaan ini ekstra memperhatikan kelemahan mereka sendiri.
- 2) Terbatasnya pemasok bahan baku

Hal ini menjadi ancaman serius bagi perusahaan karena bahan baku yang dibutuhkan masih kurang daripada banyaknya permintaan dari konsumen yang dapat mengakibatkan konsumen kecewa dan lari ke perusahaan kopi lainnya karena tidak mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

- 3) Harga bahan baku fluktuatif

Harga faktor yang menentukan bagaimana perkembangan keadaan ekonomi, harga bahan baku yang tidak stabil dan berubah-ubah sering terjadi dikarenakan

bahan baku kopi itu sendiri musiman terkadang sudah harga tinggi dan turun.

Faktor yang merupakan ancaman adalah peningkatan biaya produksi dan pemasaran. Peningkatan ini akan berpengaruh terhadap harga jual.

Dengan menggunakan metode matrik SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik SWOT sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO, WO, ST, dan WT. berikut tabel analisis faktor internal dan eksternal usaha Aks Coffee Sipirok :

Tabel III.1

Analisis SWOT pada Usaha Aks Coffee Sipirok

INTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cita rasa 2. Meningkatkan pemasaran produk secara online 3. Kerja sama dengan kelompok tani 4. UMKM pertama yang memproduksi kopi jenis arabica seTapanuli Selatan. 5. Dibawah naungan BUMN. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penanganan bahan kurang optimal 2. Bahan baku untuk produksi bersifat musiman 3. Tempat dan fasilitas yang kurang mendukung
EKTERNAL		
PELUANG (O)	S-O	W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan konsumen cenderung meningkat. 2. Potensi pasar cukup besar. 3. Membuka kesempatan dan peluang kerja bagi masyarakat sekitar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pengembangan pengemasan produk agar diminati konsumen. 2. Meningkatkan pemasaran dalam daerah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah tani binaan. 2. Meningkatkan pemasaran secara online.
Ancaman (T)	S-T	W-T

<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing dengan mutu produk baik dan unik. 2. Terbatasnya pemasok bahan baku. 3. Harga bahan baku fluktuatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas rasa khas Aks Coffee Sapirook. 2. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti dan mensosialisasikan produk usaha Aks Coffee Sapirook.
---	---	--

Adapun penjelasan mengenai strategi S-O, W-O, S-T dan W-T adalah:

1. Strategi S-O

Strategi ini digunakan untuk memanfaatkan peluang industri yang ada dengan memaksimalkan kekuatan internal dari Aks Coffee Sapirook. Strategi S-O adalah:

- a) Meningkatkan pengembangan pengemasan produk agar diminati konsumen.

Dalam hal ini dengan melakukan inovasi terhadap pengemasan agar produk selalu diminati masyarakat dan tidak ketinggalan zaman. Pengemasan itu dimana setiap para konsumen akan mendapatkan paper bag ataupun tootbag setiap pembelian kopi.

- b) Meningkatkan pemasaran di dalam daerah

Dengan meningkatkan hubungan atau adanya program sosialisasi perusahaan kepada masyarakat sekaligus memasarkan kepada masyarakat.

2. Strategi W-O

Strategi ini untuk meminimalisir kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi W-O Aks Coffee Sipirok adalah:

a) Menambah tani binaan

Berhubung masyarakat mayoritas petani kopi dengan ini bisa menjalin hubungan kerja sama untuk menjadi tani binaan sekaligus partner bisnis sebagai pemasok bahan baku agar tidak kekurangan bahan baku lagi.

b) Meningkatkan pemasaran secara *online*

Pada era ini semakin banyak masyarakat sudah terbiasa dengan kehidupan media sosial salah satu media baik itu informasi, komunikasi untuk meningkatkan pemasaran secara online supaya masyarakat lebih mengenal hasil produksi UMKM Aks Coffee Sipirok.

3. Strategi S-T

Dalam strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal, strategi ini dibuat untuk meminimalkan ancaman, diantaranya yaitu:

- a) Menjaga dan meningkatkan kualitas rasa khas Aks Coffee Sapiro, dengan menjaga dan meningkatkan kualitas rasa yang dimiliki akan mengurangi para pesaing karena menjadi pembeda bagi konsumen.
- b) Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan
Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan yang berkunjung perlu diadakan, karena pelayanan yang terbaik adalah salah satu kunci kesuksesan di dalam perusahaan.

4. Strategi W-T

- a) Mengikuti dan mensosialisasikan produk usaha Aks Coffee Sapiro

Dimana cara mensosialisasikan produk maksudnya yaitu mencari cara-cara baru dalam mensosialisasikan produk seperti mengikuti event dan festival mengenai kopi di berbagai daerah.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa Aks memiliki kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal perusahaan sedangkan peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal perusahaan. Dimana SWOT dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada, menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang akan datang juga meminimalkan kelemahan

agar dapat mengatasi saingan baru dimasa yang akan datang.

C. Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsep dasar pemberdayaan secara defenisi ialah upaya menyediakan sumber daya, peluang, dan keterampilan bagi masyarakat untuk meningkatkan diri. Sedangkan menurut H.M Ya'kub yang dikutip oleh Azis Muslim dalam buku "Metodologi Pemberdayaan Masyarakat" mengungkapkan bahwa pengembangan masyarakat adalah proses pemberdayaan (*Empowering Society*).

Pengembangan usaha Aks Cofffee Sipirok merupakan salah satu strategi dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha, serta untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya, mampu membangun dan memelihara usaha yang telah didirikan dan bisa menjadi kontribusi pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Dalam hal ini keberhasilan akan tercapai jika adanya kesesuaian antara faktor internal dan juga eksternal melalui penerapan cara yang tepat. Selain mengembangkan potensi masyarakat yang ada, UMKM juga bisa meningkatkan potensi alam yang dapat membantu memproduksi hasil produksi UMKM tersebut. Salah satu sektor di perkotaan adalah sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berkembang di lingkungan permukiman Perkembangan UMKM oleh masyarakat dapat dimulai dari membentuk suatu perusahaan kecil yang sebagian usaha dikembangkan

berawal dari rumah sebagai pilihan tempat mereka bekerja, yang disebut dengan home based enterprises (UMKM berbasis rumah).

Dalam hal ini rumah tidak hanya dianggap sebagai salah satu kebutuhan dasar mereka tetapi juga dijadikan sesuatu yang produktif yaitu tempat aktivitas yang menghasilkan pendapatan dengan menjadi pengusaha kecil. Munculnya UMKM dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan mereka dan penciptaan lapangan kerja terutama pada kelompok masyarakat berpenghasilan rendah yang pada umumnya bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi berskala kecil. Seiring dengan meningkatnya jumlah UMKM dan mendominasi aktivitas ekonomi daerah sehingga dapat mencerminkan perekonomian rakyat dan berpotensi menjadi komponen utama melalui perkembangan.

Islam mengajarkan jalan hidup bagi umatnya, maka dalam setiap Tindakan yang dilakkan oleh umatnya harus sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan dalam ajaran islam. Aturan- aturan yang diterapkan dalam ajaran islam tidak hanya untuk kepentingan diri mereka sendiri namun akan mempengaruhi lingkungan kerabat keluarga masyarakat luas maupun negara tempat ia tinggal. Dalam islam anjuran untuk saling tolong menolong adalah merupakan pekerjaan yang sangat mulia bahkan sangat dianjurkan terutama dalam hal kebaikan. Dalam kegiatan agama maupun ekonomi selalu mengedepankan unsur saling tolong menolong, dengan adanya pemberdayaan UMKM ini adanya saling tolong menolong baik itu urusan ekonomi, sosial maupun Pendidikan terangkum menjadi satu dalam

pemberdayaan UMKM ini. Peneliti menganalisis kegiatan pemberdayaan UMKM Aks Coffee Sipirok berdasarkan landasan teori tentang peran dan kontribusi UMKM dalam perekonomian yaitu:

a. Terbukanya lapangan pekerjaan

Aks Coffee Sipirok terlebih dahulu memberikan pelatihan kepada masyarakat khususnya para petani kopi dan bisa diterapkan untuk bisa mengetahui tentang jenis kopi dan adanya peluang untuk mendirikan usaha mereka sendiri.

b. Mendirikan badan khusus

Dengan dibentuknya organisasi ataupun Lembaga khusus untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi. Aks Coffee Sipirok sendiri sudah mendirikan sebuah Lembaga dimana tempat untuk pelatihan bukan hanya untuk para petani kopi saja tetapi kepada seluruh masyarakat yang ingin belajar mengenai kopi. Lembaga itu sendiri dinamakan dengan “Rumah Kreatif BUMN”.

Pemberdayaan UMKM ini juga diharapkan mampu membuat masyarakat terutama yang mengikuti ajaran islam dapat serta mampu mencapai falah ataupun tujuan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yaitu:

a. Sumber daya dijadikan sebagai amanah Allah kepada manusia sehingga pemanfaatannya haruslah bisa dipertanggung jawabkan di akhirat nanti.

Bapak Amila Sholi Pohan dalam usahanya, dimana memanfaatkan usahanya untuk dirinya dan oranglain dengan memberi lapangan kerja dan membuka peluang usaha bagi masyarakat.

- b. Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaanya dialokasikan untuk kepentingan orang banyak.

Bapak Amila Sholi Pohan memanfaatkan usahanya untuk membuka peluang bisnis bagi orang lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada UMKM Aks Coffee Sipirok, maka daripada itu dapat disimpulkan bahwa strategi yang harus dilakukan UMKM Aks Coffee Sipirok dapat ditempuh dengan strategi analisis SWOT yang terdiri dari strategi S-O meliputi: 1) Meningkatkan pengembangan pengemasan produk agar diminati konsumen 2) Meningkatkan pemasaran dalam daerah. Strategi W-O meliputi: 1) Menambah tani binaan 2) Meningkatkan pemasaran secara online. Strategi S-T meliputi: 1) menjaga dan meningkatkan kualitas rasa khas Aks Coffee Sipirok 2) meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Strategi W-T meliputi: 1) mengikuti dan mensosialisasikan produk usaha Aks Coffee Sipirok.

Dilihat dari pemberdayaan UMKM Aks Coffee menurut perspektif ekonomi islam bahwa memberdayakan masyarakat dalam suatu usaha sangat baik dan sesuai dengan prinsip ekonomi islam dengan membentuk badan khusus dan mampu membuka peluang ataupun lapangan pekerjaan.

B. Saran

Saran yang dapat diajukan sebagai bahan pertimbangan oleh berbagai pihak yaitu:

1. Kekuatan peluang yang dimiliki perusahaan harus dioptimalkan untuk mengembangkan perusahaan dan menjaga kualitas kopi dan mengembangkan produk kopi dimasa yang akan datang.
2. Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar usaha kopi ini lebih berkembang baik di daerah Sipirok maupun diluar Sipirok dengan memanfaatkan teknologi informasi/internet dalam melakukan promosi.
3. Harus lebih waspada dan berpikir jauh kedepan serta cepat tanggap terhadap kelemahan dan ancaman yang ada disekitar.
4. Akademik

Saran bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan peneliti mengenai prospek bisnis yang lebih inovatif menggunakan metode-metode baru dan pendekatan-pendekatan yang lebih variatif untuk merumuskan strategi khususnya bagi usaha kopi.

Daftar pustaka

- Achmad, dkk” Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan Umkm Dalam Prespektif Ekonomi Islam: Studi Kasus Pada Usaha Permen Jahe Fadhillah”, *Jurnal Ekonomi Islam* Vol.VII, No.2 (2021): hlm.2.
- Ari Ananda,”Analisis Strategi Pemasaran Tabo Kopi Sipirok” IAIN Padagsidimpuan : Skripsi IAIN Padagsidimpuan (2019).
- Baru Iawati Elius” *Peluang Bisnis Dan Strategis Kesuksesan Bisnis Coffee Shop Berbasis Teknologi (Studi Kasus: Crema Coffee Surabaya)*”, *Jurnal Nusantara Journal Of Community Engagement*, Vol.1, No.2. (2020).
- Ekonomi Islam, *Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Prespektif Islam*, (Sumar’in), hlm. 81.
- Hardani dkk, *metode penelitian kualitatif* Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2003.
- Hasil wawancara dengan pak heri kiman pohan (Sipirok, 18 juni 2022 pukul 10:30 wib)
- <https://www.harmony.co.id/blog/apa-sih-arti-prospek-berikut-pengertian-dan-cara-melakukannya-agar-maksimal>, diakses pada tanggal 25 april 2022, pukul 20:30
- Juliansyah Noor , *Metodeologi Penelitian* Jakarta:Kencana, 2011.
- Nasution Edwin Mustafa, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* Jakarta: Kenaca, 2006.
- Natadiwirjaya Muhandis, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Granada pers, 2007.

Nurmayanti Sri, "*Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespekif Ekonomi Islam*" Makassar: Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021.

Prasetyo Wasis, "*Strategi Pengembangan Usaha Kopi Dalam Upaya Meningkatkan Produksi Kelompok Tani Suka Maju Dalam Prespektif Ekonomi Islam*", Lampung Barat: Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.

Rachmat. Muh, Skripsi: *Prospek Pengembangan Bisnis Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Pendapatan Tambahan Pondok Pesantren*, Makassar : UIN Alauddin Makassar, 2019.

Rasyidi A. Mudemar, "*Fungsi Hukum Di Daalam Masyarakat Dan Peran Bisnis Di Indonesia*", Jurnal Ilmia Hukum Dirgantara-Fakultas Hukum Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Vol. 9, No.2. (2019).

Sari Duma, "*Strategi Pengembangan Ulos Yanti Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan*", Iain Padangsidimpuan: Skripsi Iain Padangsidimpuan , 2021.

Sitorus Syaifullah, "*analisis strategi pengembangan pada UMKM Kopi Sipirok*", IAIN PadangSidimpuan: Skripsi IAIN PadangSidimpuan .2019.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R Dan D* Bandung: Alfabeta, 2018.

Sugiyono, *metode penelitian Pendidikan pendekatan kualitatif kuantitatif*

R dan D (Bandung : alfabeta,2918), hlm.310-311.

Sugiyono,hlm 31

Sugiyono,hlm 312

Sulaiman Arfan,” *Prospek Pembuatan Usaha Batubata Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pengusaha Batu Bata Di Kelurahan Kota Dumai,*” Riau: Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.

Sunariani Nyoman Ni , “*Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali*”,Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis , Vol 2, No.1 (2017)..

Suryani Lisa, “*Analisis Peran Bumdes Tor-Nangge Dalam Pengembangan Peningkatan Pendapatan Umkm Di Kecamatan Sipirok*”, IAIN PadangSidimpuan: Skripsi IAIN PadangSidimpuan. 2021.

TH. Tulus *UMKM di Indonesia*, Bogor : Ghalia Indonesia,2009.

Yanti Arna, “*Usaha Pengolahan Kopi Dalam Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Karyawan Di Desa Simpang Banyak Kecamatan Ulupungkut Kabupaten Mandailing Natal*” Riau : Skripsi UIN Suska ,2019.

Zulfikar Fien, *Analisis Prospek Bisnis*, Malang: Skripsi Universitas Muhammadiyah, hal.41.

CURRICULUM VITAE

(Daftar Riwayat Hidup)

A. DATA PRIBADI

Nama : Rini Rahmadhani
Nim : 1840200037
Tempat, tanggal lahir : Bengkulu, 14 Desember 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 1 dan 4 bersaudara
Alamat : Pining Nabaris Kec. Sapirok
Kab.Tapanuli Selatan
Agama : Islam

B. DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Heri Kiman Pohan
Pekerjaan : Petani
Nama ibu : Qomariah pardede
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Pining Nabaris Kec. Sapirok
Kab.Tapanuli Selatan

C. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2000-2011 : SDN 102090 Sapirok
Tahun 2012-2015 : SMP Negeri 1 Sapirok
Tahun 2016-2018 : SMA Negeri 1 Sapirok
Tahun 2019-2022 : Program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah UIN
SYAHADA Padangsidempuan

D. Motto Hidup

“ Tetap semangat karena banyak cobaan yang belum kita coba, maka cobalah.”

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Informan

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :

B. Pendekatan Internal

1. Azaz- azaz muamalah

a. Rabbani / Ketuhanan

Apakah dalam melakukan usaha ini bapak/ibu/saudara/I melakukan sesuai syariat islam?

b. Kebebasan

Apakah dalam menjalankan usaha bapak/ibu/saudara/i berdasarkan hukum-hukum sesuai syariat islam?

c. Kesetaraan

Bagaimana cara bapak/ibu/saudara/i dalam berbagi keuntungan kepada sesama dalam lancarnya usaha ini?

d. Keadilan

Bagaimana system bagi hasil yang dilakukan dalam upaya melancarkan usaha bapak/ibu/saudara/i ini?

e. Kerelaan

Bagaimana bapak/ibu/saudara/I apabila terjadi kesalah pahaman transaksi pada usaha ini?

f. Kejujuran

Bagaimana bapak/ibu/saudara/i meyakinkan para konsumen tentang usaha kopi yang dijalankan pada saat ini?

g. Tertulis

Apakah usaha bapak/ibu/saudara/i memiliki catatan penjualan? Dan siapa yang bertanggung jawab terhadap catatan penjualan tersebut?

2. Keunggulan bersaing

a. Strategi generic

Bagaimana dan promosi apa yang dilakukan oleh pemilik usaha?

b. Strategi operasi

Bagaimana kemampuan usaha dalam memenuhi jumlah dan jenis barang yang diinginkan konsumen?

Apakah usaha ini mampu dalam mengirim atau menyediakan barang dimanapun dan kapanpun?

c. Strategi bisnis

Bagaimana cara ataupun strategi dalam mempertahankan usaha ini baik untuk memperkuat ataupun memperlemah usaha ?

d. Strategi pemasaran

Bagaimana cara bapak/ibu/saudara/i dalam memperluas ataupun menjelaskan kepada konsumen dalam memasarkan usaha kopi tersebut?

C. Faktor Eksternal

1. Persaingan

a. Apa yang bapak/ibu/saudara/i lakukan dalam menghadapi ancaman tersebut? Dan bagaimana ancaman pesaing baru?

2. Demografi

a. Apakah dalam memilih karyawan bapak/ibu/saudara/i dilihat dari segi usia, Pendidikan, pendapatan dan status sosialnya?

3. Geografi

a. Apakah ada usaha sejenis lain disekitar lokasi? Jika ada berapa banyak?

4. Sosial

a. Apakah usaha yang anda jalankan saat ini adalah usaha yang secara turun-temurun dari keluarga?

5. Politik

- a. Apakah kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak) berpengaruh kepada harga jual?
6. Kemampuan membaca data/ trend bisnis
 - a. Dalam menjaga persaingan usaha ini, bagaimana bapak/ibu/saudara/i mengikuti trend bisnis yang pada saat ini semakin hari semakin canggih sesuai dengan perkembangan zaman pada saat ini?
7. Pengalaman bisnis, diskusi dan konsultasi
 - a. Apakah usaha bapak/ibu/saudara/I melakukan diskusi kecil atau penyuluhan yang dilakukan dengan masyarakat setempat?

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Informan

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :

1. Apa yang memotivasi bapak/ibu/saudara/i untuk membangun usaha pengolahan kopi ini?
2. Apa bentuk modal untuk memulai usaha pengolahan kopi ini, dan modal sendiri, atau diberi bantuan?
3. Berapakah modal awal yang bapak butuhkan untuk usaha pembuatan kopi tersebut?
4. Apakah sejak berdirinya usaha pengolahan kopi, kopi tersebut sudah menyediakan lapangan kerja?
5. Berapa kg setiap harinya memproduksi kopi?
6. Berapa pendapatan yang bapak/bapak/saudara/I setiap hari?
7. Apakah ada peningkatan ekonomi keluarga sesudah bekerja pada usah kopi tersebut?
8. Apakah dengan bekerja pada usaha pengolahan kopi tersebut bisa memenuhi kebutuhan ekonomi sehari-hari (sandang,pangan,dan papan)?









KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : **305** /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2022
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

24 Februari 2022

Yth. Ibu;

1. Delima Sari Lubis : Pembimbing I
2. Rini Hayati Lubis : Pembimbing II


Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Rini Rahmadhani
NIM : 1840200037
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Prospek Bisnis dan Pemberdayaan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di AKS.Coffee Sipirok).

Untuk itu, diharapkan kepada Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2639/In.14/G.1/G.4c/TL.00/08/2022
Hal : **Mohon Izin Riset**

11 Agustus 2022

Yth. Pengelola AKS Coffee Sipirok

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Rini Rahmadhani
NIM : 1840200037
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Prospek Bisnis dan Pemberdayaan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di AKS Coffee Sipirok)".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**AKS COFFEE SIPIROK
DI KELURAHAN PASAR SIPIROK
KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET


Yang bertanda tangan dibawah ini adalah pemilik Aks Coffee Sipirok Di Kelurahan Pasar Sipirok dengan ini menerangkan sebenarnya bahwa:

Nama : Rini Rahmadhani
Nim : 18402 00037
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan penelitian pada Aks Coffee Sipirok Di Kelurahan Pasar Sipirok mulai 30 September 2022 s/d Oktober 2022 untuk memperoleh data dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul : Prospek Bisnis dan Pemberdayaan UMKM dalam Prespektid Ekonomi Islam (Studi Kasus Aks Coffee Sipirok) Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan agar dipergunakan seperlunya.

Sipirok, Tapanuli Selatan, 10 November 2022

Pemilik Aks Coffee Sipirok


Amila Sholi Pohan

**AKS COFFEE SIPIROK
DI KELURAHAN PASAR SIPIROK
KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

Kelurahan Sipirok , 10 November 2022

Hal : Balasan Riset

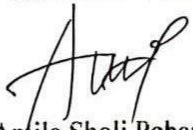
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di-
Padangsidempuan

Menindak lanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dengan nomor 767/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/03/2022. Bersama ini kami menyetujui pelaksanaan riset penelitian dan memberikan izin riset yang bertujuan untuk pembuatan skripsi kepada:

Nama : Rini ~~Rahmadhani~~
Nim : 18 402 00037
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Prospek Bisnis dan Pemberdayaan UMKM dalam Prespektid Ekonomi Islam (Studi Kasus Aks Coffee Sipirok)

Demikian surat balasan riset ini kami sampaikan dan diperbuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Sipirok ,Tapanuli Selatan 10 November 2022
Pemilik Aks Coffee Sipirok


Anila Sholi Pohan