

ABSTRAK

Machmudah, NIM : 1320310058, “Strategi Pengelolaan Usaha Mie Riski Baropkah Pati dengan Analisis SWOT ”. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, IAIN Kudus.

Berkembangnya konteks persaingan, dunia usaha dituntut untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi yang dapat mengantisipasi terhadap kecenderungan-kecenderungan baru untuk mencapai dan mempertahankan posisi bersaing. Dengan adanya persaingan ini menuntut setiap usaha untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen dengan menerapkan strategi yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengelolaan usaha, (2) pengembangan usaha, (3) strategi pengembangan usaha, (4) analisis SWOT

Jenis penelitian ini menggunakan metode *field research* (penelitian lapangan) yang disajikan secara deskriptif kualitatif. Subyek penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dalam Strategi Pemasaran dalam Pengelolaan dan Pengembangan dengan Analisis SWOT sehingga dianggap mengetahui masalah secara mendalam dan dapat dipercaya. Instrumen dalam penelitian ini yaitu pemilik, karyawan dan konsumen usaha Mie Riski Barokah. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengelolaan usaha pada Mie Riski Barokah yaitu penyediaan bahan baku, pengelolaan produksi, pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan pemasaran. (2) Pengembangan usaha pada Mie Riski Barokah yaitu dengan penetapan harga yang terjangkau, menjaga kualitas produk, pemberian kualitas pelayanan yang ramah dan cepat. (3) Strategi pengembangan usaha pada Mie Riski Barokah yaitu dengan diferensiasi produk, membuka cabang-cabang baru. (4) Analisis SWOT yang dapat diterapkan pada Usaha Mie Riski Barokah yaitu Strategi SO yaitu dengan mempertahankan kualitas dan menetapkan harga yang bersaing, meningkatkan produksi, mengembangkan diversifikasi produk. Strategi WO yaitu menjaga hubungan harmonis dengan konsumen, membuka cabang-cabang baru di tempat strategis. Strategi ST yaitu membeli bahan baku langsung ke produsen, menciptakan produk dengan bentuk dan inovasi yang baru. Strategi WT yaitu memproduksi mie sesuai jumlah pesanan dan menjual produk ke pedagang lain.

Kata kunci : pengelolaan usaha, pengembangan usaha, strategi pengembangan usaha, Analisis SWOT