

**ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN BISNIS KULINER DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Pada Toko Kue Tradisional Salma Di Kecamatan Tanjung Bumi)**

Imam Tantowi
(2022211059)
Ruski, M.Pd
Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Bangkalan
sofatowi3@gmail.com

ABSTRACT

Tantowi, Imam. 2024. *Analysis of Culinary Business Management Strategy in an Islamic Economic Perspective (At the Salma Traditional Cake Shop in Tanjung Bumi District, Bangkalan Regency)*., Economic Education Study Program. STKIP PGRI Bangkalan, Supervisor: Rusky, M. Pd

This study aims to analyze the Business Management Strategy of Culinary Business in the Perspective of Islamic Economics at the Salma Traditional Cake Shop in Tanjung Bumi District. The research conducted is field research, using qualitative research.

Qualitative research uses observation and interviews in data collection in the field, the data sources used are primary data and secondary data. The informants in this study amounted to 9 people, namely 1 owner and 8 employees of Salma Traditional Cake Shop. From the results of the study, it was found that the business management strategy of Salma Traditional Cake Shop includes 4 components, namely planning, organizing, actuating and controlling.

Planning is carried out by producing Traditional Cakes according to orders so that they are not excessive so that the quality of Traditional Cakes is maintained and always new. Second, Organizing here in the form of employees who have been accepted will be given guidance first before working, such as being guided on how to make delicious and quality Traditional Cakes. Third, Actuating here is guiding every employee in carrying out every task, starting from working on time. Fourth, Controlling is in the form of directly supervising employees and reprimanding directly if mistakes are made by employees. The business management strategy is in accordance with Islamic economic principles with 3 pillars in the form of monotheism, sharia and morals.

Keywords: Management Strategy, Culinary Business, Islamic Economics.

ABSTRAK

Tantowi, Imam. 2024. *Analisis Strategi Manajemen Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Pada Toko Kue Tradisional Salma Di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan).*, Program Studi Pendidikan Ekonomi. STKIP PGRI Bangkalan, Pembimbing: Rusky, M. Pd

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Manajemen Bisnis Usaha Kuliner dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Toko Kue Tradisional Salma di Kecamatan Tanjung Bumi. Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif menggunakan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan, sumber data yang dipakai berupa data primer dan data sekunder. Informan dalam penelitian ini berjumlah 9 orang yaitu 1 orang pemilik dan 8 orang karyawan Toko Kue Tradisional Salma. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa Strategi manajemen bisnis Toko Kue Tradisional Salma meliputi 4 komponen, yaitu planning, organizing, actuating dan controlling.

Planning yang dilakukan dengan memproduksi Kue Tradisional sesuai dengan pesanan supaya tidak berlebihan sehingga kualitas kue Tradisional tetap terjaga dan selalu baru. Kedua, Organizing disini berupa Karyawan yang telah diterima akan diberi bimbingan terlebih dahulu sebelum bekerja, seperti dibimbing cara membuat Kue Tradisional yang enak dan terjaga kualitasnya. Ketiga, Actuating disini yaitu membimbing setiap karyawan dalam melakukan setiap tugasnya, mulai dari bekerja tepat waktu. Keempat, Controlling berupa mengawasi langsung karyawannya dan menegur langsung apabila terjadi kesalahan yang dilakukan oleh karyawan. Strategi manajemen bisnis sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dengan 3 pilar berupa tauhid, syariah dan akhlak.

Kata Kunci : Strategi Manajemen, Bisnis Kuliner, Ekonomi Islam.

PENDAHULUAN

Manusia memiliki kebutuhan hidup yang setiap hari menuntut untuk memiliki materi yang cukup untuk memenuhi semuanya. Melakukan sebuah pekerjaan untuk mendapatkan materi yang cukup untuk memenuhi segala kebutuhan yang setiap tahun akan meningkat, bekerja dapat dibagi menjadi formal dan informal dan pekerjaan informal adalah berbisnis.

Persaingan dalam dunia bisnis ataupun usaha sekarang ini semakin hari semakin ketat, di mana dibutuhkan keberanian, strategi yang tepat untuk menjadi wirausaha yang sukses. Banyak orang yang berkeinginan untuk melakukan bisnis baik bahkan itu datang dari semua golongan mulai dari mahasiswa, ibu rumah tangga hingga karyawan namun terkadang untuk memulai sebuah usaha orang biasanya terhandat oleh modal.

Menurut The American Heritage Dictionary dalam Maulida (2019:3), menyatakan bahwa wirausaha adalah seorang yang mengorganisasikan, mengoprasikan dan memperhitungkan resiko untuk sebuah usaha yang mendatangkan laba. Dalam pengertian ini terdapat kata 'mengorganisasikan' seorang pelaku usaha dalam skala kecil sekalipun menjalankan kegiatannya akan selalu menggunakan berbagai sumber daya manusia, finansial, peralatan, fisik, infoemasi dan waktu.

Berbisnis merupakan salah satu unsur pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Pada dasarnya bisnis merupakan pertukaran barang dan jasa untuk mendapatkan uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Disamping itu, bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi, distribusi atau perjalanan barang dan jasa-jasa yang menjadi kebutuhan konsumen.

Barang adalah suatu produk yang secara fisisk memiliki wujud sementara jasa merupakan aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya. Bisnis merupakan segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlakukan untuk kehidupan masyarakat sehari hari.

Islam merupakan agama yang mampu mengatur berbagai perilaku yang ada dalam kehidupan manusia sehari-hari. Tidak hanya mengatur dalam urusan han peribadahan saja namun islam juga mengatur dalam urusan social dan ekonomi. Islam juga menganjurkan berbagi usaha seperti halnya berdagang, perniagaan, atau jual beli yang termasuk dalam bisnis.

Pembahasan tentang teori manajemen yang dijelaskan berdasarkan Al-Qur'an memang telah dijelaskan oleh beberapa cendikiawan dalam karyanya namun rata-rata pembahasan tersebut masih cenderung bersifat umum yang lebih mengarah pada detail teori yang ada dalam manajemen itu sendiri.

G. R. Terry dan Hakim (2017:5) merumuskan manajemen sebagai suatu proses tertentu yang terdiri dari kegiatan-kegiatan untuk merencanakan (planning), mengorganisasika (organizing), melaksanakan (actuating), dan mengendalikan (controlling). Manusia atau sumber daya lainnya yang kesemuanya itu dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Salah satu usaha yang dapat ditekuni adalah bisnis makanan (kuliner), yang merupakan salah satu usaha yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang

cukup besar, karena bisnis usaha kuliner di Indonesia semakin hari semakin banyak masyarakat yang gemar memburu kuliner yang memiliki aneka menu yang unik baik makanan tradisional, nasional maupun internasional.

Dengan banyaknya peminat kuliner di Bangkalan, akan memberikan peluang-peluang. salah satunya bisnis kuliner di Bangkalan adalah Toko Kue tradisional Salma di kecamatan Tanjung Bumi. usaha makanan yang digemari saat ini yang merupakan kue khas Tanjung Bumi kue tradisional yang memiliki aneka jenis kue tradisional khas Tanjung Bumi mulai dari kue kukus, kue lapis, kue klepon, kue bingka yang hanya bisa ditemui di pasar Tanjung Bumi.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Strategi Manajemen Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (pada Toko kue Tradisional Salma di kecamatan Tanjung Bumi)".

KAJIAN PUSTAKA

1. Strategi Bisnis

Strategi bisnis didasarkan kepada prinsip agama seperti dalam pembahasan ekonomi syariah, berkaitan dengan norma-norma yang terkait dengan perekonomian dalam sistem Islam.

Karena aktivitas perekonomian berbasis syariah merupakan praktik ekonomi yang syarat dan nilai keislamannya harus dipedomi oleh para pelaku dalam berkonsumsi, berproduksi dan berbisnis. Strategi bisnis merupakan langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan.

David (2015:41) berpendapat bahwa Strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, manajemen produk, penetrasi pasar, pengendalian, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan.

Strategi bisnis berfokus pada bisnis khusus, anak perusahaan atau unit operasi khusus dalam perusahaan. Tiga bentuk dasar strategi bisnis adalah :

- a. Diferensial : Berusaha membangun dan mempertahankan citra, bahwa barang atau jasa pada dasarnya unik di bandingkan dengan barang atau jasa lain disegmen pasaryang sama.
- b. Kepemimpinan biaya penuh : Perusahaan berfokus pada pencapaian prosedur operasi yang sangat efisien sehingga biayanya lebih rendah dibandingkan dengan biaya para pesaingnya.
- c. Fokus : Perusahaan membuat target atas tipe produk tertentu

untuk kelompok pelanggan atau wilayah tertentu. Kelompok pelanggan ini dapat dibagi berdasarkan wilayah geografis, etnis, daya beli, selera, atau faktor lain yang mempengaruhi pola pembelian. (Djoko mudjono, 2016:17).

Menurut uraian pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam usaha dagang, bidang usaha yang meliputi aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen guna untuk memperoleh profit. Strategi bisnis inti meliputi beberapa elemen, yaitu:

- a. Tipe produk dan jasa yang ditawarkan.
- b. Tipe pelanggan yang dilayani.
- c. Kondisi geografis pasar yang dilayani
- d. Sumber utama keunggulan kompetitif berkesinambungan
- e. Competitive posture yang mencakup seleksi pesaing-pesaing yang ditargetkan.

2. Fungsi Strategi

Assauri dalam Maulidia (2019:7-8) menjelaskan bahwa fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat beberapa fungsi yang harus dilakukan, yaitu :

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluangbaru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber dayayang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atasaktivitas organisasi kedepan.
- f. Menanggapi dan beraksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

3. Jenis-jenis Strategi

1. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*) Adalah kombinasi dari proses produksi, penjualan, atau proses ekonomi lainnya yang secara teknologi berbeda dalam batas - batas satu perusahaan tunggal.
2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*) Strategi ini dapat digunakan pada saat menentukan strategi atas produk baru atau penawaran produk baru di pasar

yang ada maupun pasar yang baru (Rachmat, 2014:144).

3. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*) Strategi ini menuntut perusahaan untuk tumbuh dengan cara menambahkan produk atau devisa yang berbeda dengan produk atau devisa yang sudah ada (Umar, 2015:25).

5. Manajemen Bisnis

Secara konseptual teoritis kata manajemen berasal dari bahasa Inggris yang terdiri atas dua kata “*man*” dan “*age*”, yang biasa dimaknai sebagai usia di mana seseorang menjadi laki-laki. Secara historis, laki-laki memang memegang tanggung jawab utama untuk mengelola bisnis keluarga serta seluruh kewajiban keluarga selain bisnis.

Menurut Fuad Riyadi (2015:86) ada beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam merumuskan strategi manajemen, yaitu:

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh pelaku bisnis dimasa depan
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh pembisnis dalam menjalankan misinya

- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
- d. Menentukan tujuan dan target, terukur, serta mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- e. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

6. Fungsi Manajemen Bisnis

Fungsi Manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. fungsi Manajemen mencakup empat fungsi utama, yaitu:

- a. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan adalah fungsi dasar (*fundamental*) manajemen karena organisasi, kepegawaian, kepemimpinan, dan pengawasan pun harus terlebih dahulu direncanakan. Hasil perencanaan baru akan diketahui pada masa depan. Agar resiko yang ditanggung itu relatif kecil, hendaknya semua kegiatan, tindakan, dan kebijakandirencanakan terlebih dahulu. Perencanaan ini adalah masalah memilih, artinya memilih tujuan, dan cara terbaik untuk mencapai

tujuan tersebut dari beberapa alternatif yang ada. Tanpa alternatif, perencanaan pun tidak ada. Perencanaan merupakan kumpulan dari beberapa keputusannya (Melayu Hasibuan, 2018: 201).

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Menurut Terry (2015: 23) pengorganisasian merupakan kegiatan dasar dari manajemen dilaksanakan untuk mengatur seluruh sumber-sumber yang dibutuhkan termasuk unsur manusia sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses.

Menurut Nanang fatah (2018:32) Sistem ini harus senantiasa mempunyai karakteristik antara lain:

1. Ada komunikasi antara orang yang bekerja sama
2. Individu dalam organisasi tersebut mempunyai kemampuan untuk bekerja sama
3. Kerja sama itu ditunjukkan untuk mencapai tujuan.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating adalah menggerakkan dan memberikan perintah-perintah melakukan kerja terhadap seluruh bawahan untuk mencapai tujuantujuan organisasi. *Actuating* memiliki arti penting dalam penyelenggaraan kegiatan organisasi karena juga merupakan inti dari manajemen, Tanpa adanya pergerakan, maka rencana yang telah tersusun tidak dapat

terlaksana karena tidak ada tenaga pendorong bagi pelaksana untuk melakukan tugas-tugasnya dan bersedia melakukan kerjasama. (Maulidia, 2019:31).

d. *Controlling* (Pengawasan)

Controlling adalah upaya agar tindakan yang dilaksanakan terkendalikan dan sesuai dengan instruksi, rencana, petunjuk, pedoman serta ketentuan-ketentuan yang telah disepakati bersama. Pengendalian atau pengawasan pelaksanaan bisnis pada hakekatnya dilaksanakan untuk mengawasi dan mengetahui sampai di mana usaha bisnis yang sudah dilakukan oleh tiap pelaksana bisnis sejalan dengan tugas-tugas yang telah diberikan (Akhmad Nur Zaroni, 2017: 176).

Proses pengendalian dapat melibatkan beberapa elemen yaitu:

1. Menerapkan standar kinerja.
2. Mengukur kinerja.
3. Membandingkan unjuk kerja dengan standar yang ditetapkan.
4. Mengambil tindakan korektif saat terdeteksi penyimpangan.

7. Pengertian Manajemen Bisnis dalam Perspektif Islam

Defenisi manajemen dalam terminologi Islami menurut Yunus dalam Maulidia (2019:37) dimaknai dari istilah bahasa Arab kata “yudabbiru” diartikan mengarahkan, mengelola, melaksanakan, menjalankan, mengatur atau mengurus.

Asal katanya adalah dari “dabbara,” yang artinya mengatur dan “mudabbir” artinya orang yang pandai mengatur atau pengatur dan “mudabbar” yang diatur (Mesiono, 2019:69).

Di lihat dari sisi bisnis Islam, maka diartikan sebagai suatu bentuk bisnis yang mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Oleh karena itu, praktiknya dalam Islam itu bersifat universal, artinya semua negara dapat melakukan atau mengadopsi sistem bisnis Islam (Nova, 2016:34), dalam hal sebagai berikut:

- a) Menetapkan imbalan yang akan diberikan masyarakat sehubungan dengan pemberian jasa yang dipercayakan kepadanya.
- b) Menetapkan imbalan yang akan diterima sehubungan dengan penyediaan jasa kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan baik untuk keperluan investasi maupun modal kerja.
- c) Menetapkan imbalan sehubungan dengan kegiatan usaha lainnya yang lazim dilakukan oleh bisnis Islami.

8. Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis dalam Ekonomi Islam

Menurut Humayon Dar dalam Maulidia (2019: 40) bahwa *Islamic Management* setidaknya dibangun atas 8 (delapan) prinsip, yaitu :

- a. Manejer diperlukan untuk identifikasi atau mendefinisikan fungsi objektif dari perusahaan dan digunakan untuk membuat strategi operasi yang konsisten. Untuk memastikan pemenuhan terhadap aturan syariah, manajemen mengadopsi pernyataan misi yang menegaskan bahwa karakter dari perusahaan tetap dominan.
- b. Definisi dari hak-hak yang jelas dan tidak ambigu serta spesifikasi tanggung jawab dari masing-masing kelompok pelaku dalam perusahaan adalah penting demi penggunaan sumber daya yang efektif dan efisien. Tujuannya untuk menghindari moral hazard dan pemenuhan kepentingan pribadi yang terjadi setiap hari dalam realitas bisnis.
- c. Pengakuan dan perlindungan hak dari seluruh pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), dan tidak hanya kepentingan pemegang saham (*shareholders*), merupakan fundamental menurut cara Islam dalam mengelola bisnis.
- d. Manajer harus mengumpulkan, memproses, meng-update dan memperlihatkan, kapan pun hal itu diperlukan, informasi dalam operasional bisnis untuk kebermanfaatan pihak yang

- berkepentingan (*stakeholders*) dari perusahaan.
- e. Merencanakan mekanisme insentif seperti profit yang berhubungan dengan paket remunerasi dan bonus yang berhubungan dengan kinerja dan monitoring yang efektif adalah penting untuk pengelolaan yang sukses.
 - f. Pembuatan keputusan yang merupakan proses horizontal dimana hal ini dengan kualifikasi yang benar setelah dikonsultasikan dengan pemimpin.
 - g. Pengembangan kualitas sumber daya manusia melalui persuasi, edukasi, dan penciptaan lingkungan yang tepat dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang fundamental dalam manajemen Islam. Minimalisasi transaksi dan monitoring biaya penting bagi daya saing perusahaan Islam dalam pasar yang didominasi oleh perusahaan konvensional.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menggunakan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan (Moleong, 2018). Dengan

kaitannya penelitian ini, maka yang menjadi fokus kajian adalah Toko Kue Tradisional Salma di kecamatan Tanjung Bumi, berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti baik data primer maupun data sekunder.

HASIL PENELITIAN

1. Sejarah Toko Kue Salma

Produksi Kue Tradisional Ibu Salma yang pertama membuka usaha kecil pembuatan kue tradisional sehingga kue ini menjadi kue yang sangat diminati oleh masyarakat setempat. Periode perintisan pada tahun 1998 toko kue tradisional daerah Tanjung Bumi atau lebih dikenal dengan sebutan Kue Salma dimulai oleh sebuah keluarga Nelem yaitu Ibu dari Ibu Salma yang merintis usaha kue ini dengan dimulai dengan kue tradisional yang diproduksi rumahan dalam memenuhi usaha hidupnya. Awalnya usaha ini dijalankan secara coba-coba yang dijual di pasar didesanya.

Pada awal perintisan usaha masih sangat sederhana dengan peralatan dan sumber daya seadanya. Keadaan ini terus berlanjut sampai usaha tersebut dilanjutkan oleh anaknya. kegiatan usaha ini dialirkan kepada Salma yang menjalankan usaha dengan suaminya dan mulai merintis usaha berdasarkan pengalaman berdasarkan orang tuanya dan melakukan berbagai inovasi dalam memproduksi kue Tradisional saat itu

untuk menambah cita rasa ciri khas serta memperluas area penjualan. Walaupun peningkatan pelanggan pada tahun 1998-2019 dengan inovasi yang masih sederhana namun usaha ini belum mempunyai lebel merek, masyarakat saat itu lebih mengenal usaha ini dengan nama Kue Nelem.

Penamaan merek produksi keluarga ini melekat erat pada pelanggan karena merupakan usaha keluarga pertama yang memasarkan Kue Tradisional secara luas di Kecamatan Tanjung Bumi sehingga masyarakat lebih mengenal nama pemilik produk ini dengan nama Nelem terutama pembeli-pembeli yang sudah menjadi langganan kue tradisional tersebut.

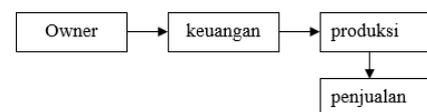
Berbagai pelatihan diberikan baik berupa pengelolaan keuangan industri kecil untuk meminimalisir beban dan biaya produksi, pengolahan produksi atau lebih dikenal dengan manajemen produksi terutama penggunaan bahan baku yang lebih efektif untuk meningkatkan produksi dan pelatihan strategi pemasaran.

semakin bertambah, meluasnya informasi kepada masyarakat mengakibatkan meningkatnya penjual secara drastis dan pelanggan semakin hari semakin bertambah. Penggunaan kemasan dari kotak berlabel merek dagang juga membawa pengaruh besar bagi pertumbuhan penjual. Hal ini

dibuktikan sampai tahun 2018 industri kecil ini rata-rata memproduksi Kue tradisional 400 sampai 500 macam jenis kue tradisional per hari dengan menggunakan tenaga kerja lebih dari 10 orang dengan menggunakan upah 20.000 per hari. Peningkatan ini merupakan awal pertumbuhan yang menggembirakan.

2. Struktur Organisasi Toko Kue Tradisional Salma

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Kue Tradisional Salma



Sumber : toko kue tradisional Salma

3. Karyawan Toko Kue Tradisional Salma

Tabel 4.2 Jumlah karyawan dan jenis kegiatan karyawan pada produksi toko Kue Tradisional

| Jenis pekerjaan | perempuan | Laki-laki |
|-------------------------|-----------|-----------|
| Bagian produksi | 6 | - |
| Bagian keuangan | 2 | - |
| Bagian penjualan | 2 | - |
| Jumlah | 10 | - |

4. Visi dan Misi

Untuk menunjang usaha rumahan toko Kue Tradisional Salma memiliki visi dan misi sebagai berikut:

- a. Visi Toko Kue tradisional Salma unggul dalam cita rasa, higienis, tanpa bahan pengawet serta masih menjaga rasa dari dulu sampai sekarang.
- b. Misi
 1. Meningkatkan daya saing di pasar.

2. Meningkatkan hasil produksi dengan mengandalkan bahan baku lokal, halal dan higienis.
3. Meningkatkan kesejahteraan para pekerja.

PEMBAHASAN

1. Strategi Manajemen Toko kue Salma di kecamatan Tanjung Bumi

a. Planning (Perencanaan)

Menurut Maulida (2016: 35)

Perencanaan dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menentukan tujuan serta sasaran yang ingin dicapai dan mengambil langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan tersebut.

b. Organizing (Pengorganisasian)

Menurut Terry (2016: 45)

pengorganisasian merupakan kegiatan dasar dari manajemen dilaksanakan untuk mengatur seluruh sumber-sumber yang dibutuhkan termasuk unsur manusia, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses. Manajemen pengorganisasian dalam Toko Kue Tradisional Salma melibatkan pemilik usaha dan karyawan.

c. Actuating (Pelaksanaan)

Pergerakan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang Owner dan karyawan untuk mengawasi dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan

dapat tercapai. Actuating adalah menggerakkan dan memberikan perintah-perintah melakukan kerja terhadap seluruh bawahan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi (Terry, 2016).

d. Controlling (Pengawasan)

Pengawasan adalah salah satu fungsi dalam manajemen untuk menjamin agar pelaksanaan kerja berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dalam perencanaan. *Controlling* adalah upaya agar tindakan yang dilaksanakan terkendalikan dan sesuai dengan instruksi, rencana, petunjuk, pedoman serta ketentuan-ketentuan yang telah disepakati bersama.

KESIMPULAN

1. Strategi manajemen bisnis dalam melaksanakan fungsi manajemen pihak Toko Kue Tradisional Salma meliputi 4 komponen, yaitu planning, organizing, actuating dan controlling adalah dengan memproduksi Kue Tradisional sesuai dengan pesanan supaya tidak berlebihan sehingga kualitas Kue Tradisional tetap terjaga.
2. Islam memiliki tiga pilar yaitu tauhid, syariah dan akhlak. Paradigma Tauhid dalam Toko Kue Tradisional Salma tercermin dari pemberian waktu untuk ibadah, Produksi, distribusi juga

sudah sesuai dengan prinsip Islam tidak ada unsur riba dan tidak unsur pemaksaan dalam praktek jual beli.

3.

Tindak tutur merupakan aktivitas mengutarakan atau menuturkan dengan maksud tertentu. Penutur yang melakukan ujaran atau tuturan dengan jelas akan mendapatkan pengaruh terhadap orang yang mendengarkan sehingga menimbulkan respon, kemudian terciptalah peristiwa komunikasi. Proses komunikasi antara guru dan siswa kelas XII AKL di SMKN 1 Tanggung Tahun Pelajaran 2023/2024 Kecamatan Tanggung Kabupaten Bangkalan ditemukan beberapa jenis bentuk tindak tutur yang selanjutnya di analisis.

Tindak tutur asertif merupakan sebuah tuturan yang mengungkapkan atau menyatakan keadaan yang dirasakan dan tuturan tersebut diyakini kebenarannya. Tindak tutur asertif memiliki maksud tuturan untuk menyarankan, melaporkan, menunjukkan, membanggakan, mengeluh, menuntut, menjelaskan, menyatakan, dan mengemukakan.

Tindak tutur direktif merupakan tuturan yang digunakan oleh selorang penutur untuk menyuruh orang lain untuk melakukan sesuatu. Penutur memiliki maksud untuk menimbulkan beberapa

efek melalui mitra tutur. Tindak tutur direktif bertujuan atau bermaksud untuk perintah, pemelsanan, permohonan, dan pemberian saran.

Tindak tutur komisif adalah tuturan yang dilakukan oleh penutur untuk mendorong atau memaksa mitra tutur untuk melakukan sesuatu sesuai dengan perkataan penutur. Dalam tuturan ini mengandung efek terhadap mitra tutur. Tindak tutur komisif memiliki maksud dan tujuan mengancam, menawarkan, dan menjanjikan.

SARAN

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Toko Kue Tradisional Salma agar lebih menjaga mutu barang sehingga ke depannya tidak terjadi lagi hal yang membuat pembeli kecewa contohnya Kue Tradisional Salma cepat basi atau tidak tahan lama. Dan Toko Kue Tradisional Salma agar lebih memikirkan target kedepannya agar usaha tetap bertahan dan berkembang.
2. Toko Kue Tradisional Salma kedepannya agar dapat memperhatikan karyawan dalam bekerja, seperti membagi waktu karyawan seperti sift pada setiap karyawan, dan menjaga agar karyawan tetap nyaman bekerja.

Dan usaha Toko Kue Tradisional Salma agar memiliki struktur yang jelas agar perusahaan lebih tertata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mannan, (2012). *Aswaja Akidah Umat Islam Indonesia*, Kediri : PP.
- Abdul Rivai, dan Darsono Prawironegoro, (2015), *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ahmad Ibrahim Abu Sinn, (2008). *Manajemen Syariah Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,, Ed. 1-2.
- Akhamad Nur Zaroni. (2007), *Bisnis dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam Vol. IV, No. 2.
- Alim, Muhammad. (2011). *Pendidikan Agama Islam: Upaya Pembentukan Pemikiran dan Kepribadian Muslim*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Amin, A. Riawan dan Tim PEBS FEUI, (2010), *Menggagas Manajemen Syariah; Teori dan Praktik The Celestial Management*, Jakarta: Selemba Empat.
- Amin, A. Riawan, (2004), *The Celestial Management*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing.
- Amir, Taufik M. (2011), *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*, Jakarta : Rajawali Pers.
- A. Rafiki and K. A. Wahab, (2014), “Islamic values and principles in the organization: A review of literature,” *Asian Soc. Sci.*, vol. 10, no. 9, pp. 1–7.
- Herliyanti .(2021), *Analisis Kemampuan Manajemen dan Strategi Bisnis terhadap peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat*.
- Maulidia.(2022). *Analisis Strategi Manajemen Bisnis Kuliner Dalam Perspektik Ekonomi Islam*.
- Mariono, dkk., (2008). *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Marwan, Abu Yahya bin Musa. (2016). *Tafsir Al-Quran Hidayatul Insan, tafsir Al-Quran Al-karim*, www.tafsir.web.id, jilid 4.