

## ABSTRAK

**Siska Ariani.** 2019. *Strategi Pengembangan Usaha Dagang Warung bebek sinjay di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dr. Muhaimin S.Ag. M.A (II) Errisa Nilasari, S.P. M.P

**Kata Kunci:**Strategi, Pengembangan, Bebek Sinjay

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Dagang Warung bebek sinjay di Kota Banjarmasin. Hal ini dilatarbelakangi oleh keberhasilan warung bebek sinjay dalam mengembangkan usahanya, yaitu dalam waktu yang cukup singkat sudah dapat bersaing dan dikenal masyarakat Kota Banjarmasin.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, atas pengamatan lapangan pada Warung Sinjay dahlia dan cabang- cabangnya yang tersebar di beberapa lokasi di Kota Banjarmasin. Informan yang diteliti pada penelitian ini sebanyak 7 orang pemilik usaha warung Bebek Sinjay.

Data yang dikumpulkan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam mengembangkan usahanya Bebek Sinjay Banjarmasin menggunakan teknik bauran pemasaran (*marketing Mix*) yaitu inovasi, harga dan promosi.

Faktor penghambat dari segi inovasi adalah kurang efektifnya strategi pengembangan usaha yang dijalankan, dari segi promosi kurang fokusnya promosi yang dilakukan berpotensi kalah bersaing dengan pesaing, dari segi harga pasokan bahan baku dimusim kemarau terpaksa mengambil keputusan menaikkan harga.

Faktor Pendukung untuk inovasi dengan cara memfokuskan membuka cabang-cabang baru di Kota Banjarmasin, promosi menggunakan media sosial dan gojek dengan pelayanan mengutamakan aspek kejujuran, fathanah, tabligh, murah hati, profesional dan niat suci dan ibadah dalam melayani pelanggan serta harga dengan lebih memilih menaikkan harga untuk menjaga kualitas produk..