

ABSTRAK

Arif Shaleh. 2021. *Manajemen Strategi Bisnis Warung Makan Ditinjau Dari Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Warung Makan Simpang Empat di Kota Banjarmasin)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. H. Sukarni, M.Ag.

Kata kunci: Manajemen Strategi, Bisnis, Studi Kasus, Analisis SWOT, Warung Makan Simpang Empat

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis dan perkembangan pesat dunia bisnis dari bisnis kuliner, terkhusus bisnis warung makan yang sangat banyak bermunculan seperti Warung Makan Simpang Empat, maka bertumpu pada rasa Curiosity (penasaran dan keingintahuan) maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah manajemen strategi bisnis warung makan ditinjau dari ekonomi syariah beserta studi kasusnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen strategi bisnis secara modern dan syariah yang diterapkan di Warung Makan Simpang Empat kota Banjarmasin serta studi kasus yang dihadapinya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) bersifat kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT dan menggunakan Metode Deduktif-Induktif (metode campuran). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian adalah sebagian implementasi manajemen strategi bisnis (MSB) Warung Makan Simpang Empat telah sesuai dengan teori MSB yaitu memiliki visi dan misi yang jelas, mampu menilai kekuatan dan kelemahan bisnisnya, mampu menyusun sasaran dan tujuan bisnis, dan mampu menterjemahkan rencana strategis ke dalam rencana tindakan. Namun karena kurangnya pemahaman, WM Simpang Empat masih belum mampu memanfaatkan peluang dan ancaman yang dihadapi bisnisnya, belum mampu menganalisis persaingan, dan mengidentifikasi sepenuhnya *keysuccess-factors* bisnisnya yang berakibat terabaikannya strategi promosi, orang (*people*), dan bukti fisik bisnis. Dengan beberapa komplikasi yaitu kurang memanfaatkan fungsi karyawan secara menyeluruh, banyaknya perbedaan pendapat antara pimpinan dan pemilik WM Simpang Empat sehingga perkembangan bisnis terhenti, tidak konsisten dalam melakukan promosi, tidak memiliki buku catatan keuangan, kurangnya daya saing dan tempat parkir yang sempit sehingga pengunjung lebih sedikit dibanding warung makan lain. Manajemen strategi Warung Makan Simpang Empat berupa pelayanan yang ramah dan makanan yang halal lagi baik sudah sesuai dengan arahan syariat Islam.