

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia pada hakikatnya membutuhkan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu cara agar kebutuhan hidup manusia dapat terpenuhi yaitu dengan bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah (rezeki). Banyak sekali pekerjaan yang dapat dilakukan, salah satu pekerjaan tersebut ialah berdagang atau bisnis.

Islam sangat menganjurkan kepada umatnya untuk melakukan perlombaan dalam hal mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis, maka praktek bisnis harus menjalankan suatu aktivitas persaingan yang sehat. Aktivitas bersaing dalam bisnis antara satu pebisnis dengan pebisnis lainnya tidak dapat dihindarkan. Maka hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana persaingan bisnis tersebut dapat memberikan kontribusi yang baik bagi para pelakunya.

Selain memiliki kecakapan (kafa'ah) dan sifat amanah seseorang dikatakan profesional jika dia selalu bersemangat dan selalu bersungguhsungguh dalam bekerja. Dia juga memiliki etos kerja (himmatul 'amal) yang tinggi. Islam selalu mendorong setiap muslim untuk selalu bekerja keras serta bersungguhsungguh mencurahkan tenaga dan kemampuannya dalam bekerja. (Y & W, 2002)

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ الْعَمَلَ أَنْ يُتَّقِنَهُ (رواه الطبراني)

Artinya: “*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara Itqan (tepat, terarah, jelas dan tuntas).*” (HR. Thabrani). (Muhammad, 2013)

Karena itulah, Allah swt. dan Rasulullah saw. sangat menyukai setiap muslim yang rajin bekerja keras untuk mempunyai etos kerja yang tinggi dan mendoakan keberkahan untuknya. “Sesungguhnya Allah Ta’ala senang melihat hamba-Nya bersusah payah (kelelahan) dalam mencari rezeki yang halal.” (HR. Ad-Dailami)

Bisnis adalah bagian yang penting dari masyarakat, bisnis bukanlah sesuatu yang terpisah dari masyarakat. Namun, dengan segala kegiatannya merupakan bagian yang integral dari masyarakat. (Simorangkir, 2003) Secara sadar dan dengan berbagai cara manusia terlibat dalam pembelian barang-barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memberikan kenikmatan bagi hidupnya. (Simorangkir, 2003, hal. 29) Bisnis didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki kedalam suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil. (Simorangkir, 2003) Dalam melakukan kegiatan bisnis hal penting yang harus dipersiapkan adalah strategi bisnis.

Strategi menurut Basu Swastha adalah sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Strategi bisnis adalah upaya perusahaan dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan

bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis. (Swastha & Irawan, 1997)
Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). (Muhammad & Alimin, 2004)

Ketika sudah memilih untuk berkecimpung dalam dunia bisnis maka siap ataupun tidak persaingan tersebut harus dihadapi. Persaingan dalam bisnis tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar saja, namun usahausaha kecil juga merasakan hal yang sama. Usaha-usaha kecil yang biasanya lebih dikenal dan disebut UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Menurut Rudjito UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah yang tercipta. UMKM adalah suatu kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari kalangan masyarakat dengan keterjangkauan modal yang minim. Terdapat beberapa kriteria UMKM menurut Undang-Undang yang dibagi berdasarkan asset dan omzet yang dimiliki. (Ayodya, 2020)

Dalam dunia bisnis, pendapatan merupakan total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output. Pertumbuhan pendapatan secara konsisten, serta pertumbuhan keuntungan dianggap penting bagi suatu perusahaan. Tanpa ada pendapatan mustahil terdapat penghasilan. Dalam konsep pendapatan, pendapatan merupakan unsur paling penting dalam sebuah perusahaan maupun dalam suatu lembaga keuangan karena pendapatan akan menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan

dengan menggunakan segala sumber yang ada dalam perusahaan maupun lembaga keuangan seefisien mungkin. (Assauri, 2011) Sumber pendapatan masyarakat terkhusus masyarakat dalam kategori menengah kebawah masih sangat tergantung pada sektor perdagangan kecil atau UMKM. Maka dapat diartikan bahwa kehidupan masyarakat bergantung pada sektor ini. Jadi apabila kegiatan dalam sektor ini terganggu, entah dipengaruhi oleh sektor internal maupun eksternal maka akan mempengaruhi sendi kehidupan masyarakat tersebut

Mengenai perdagangan pada saat ini semakin marak dan bermunculannya berbagai macam bisnis usaha salah satu persaingan bisnis terjadi sangat ketat pada bisnis yang bergerak dibidang kuliner, yang sangat berkembang diberbagai daerah Kalimantan Selatan khususnya di Kota Banjarmasin, Contohnya seperti kedai kopi, dengan seiringnya waktu banyaknya kedai kopi yang bermunculan yang berdiri di Kota Banjarmasin dan daerah sekitarnya.

Pertumbuhan usaha sejenis kafe dan kedai kopi yang sangat pesat ini menyebabkan ketatnya persaingan usaha yang terjadi. Persaingan usaha dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Adanya persaingan usaha yang ketat ini memberikan dampak positif dan optimis sehingga kompetisi bisa diarahkan pada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan manusia.

Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan. Tuntutan dunia bisnis yang semakin tinggi

dan keras mensyaratkan sikap dan pola kerja yang profesional. Persaingan dalam dunia bisnis mendorong pebisnis meningkatkan efisiensi dan kualitas produk untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dan pelanggan merasa puas dengan produk tersebut.

Selain itu persaingan usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan kreatifitas sumber daya manusia untuk menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan barang-barang yang bernilai tinggi dengan harga yang kompetitif. Secara tidak sadar, persaingan bisnis yang sengit antar penjual justru memberikan efek positif kepada konsumen/pembeli. Mereka seperti selalu mendapatkan service excellent (pelayanan yang terbaik) dari para penjual akibat dari sulitnya mendapatkan pembeli.

Saat ini selain didorong perkembangan zaman namun juga dipicu oleh gaya hidup, dan juga sebagian orang memilih berbisnis dibidang kedai kopi karena bisnis tersebut dianggap paling menguntungkan, hampir disetiap jalan ditemui berbagai jenis kedai kopi, mayoritasnya banyak disukai para remaja namun tidak sedikit juga orang dewasa menyukainya. Kegemaran masyarakat bersantai di kedai kopi semakin meningkat karena kedai kopi merupakan suatu tipe restoran yang cocok untuk bersantai dan melepas kepenatan, serta untuk bertemu dengan para kerabat dan keluarga. usaha kedai kopi memang berbeda dengan rumah makan biasa, dimana konsep makan dan hiburan merupakan ciri khas yang melekat padanya.

Situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antara kedai kopi yang sudah berskala global seperti kedai kopi dengan merek-merek Internasioanal

seperti starbucks, coffe bean, dan lain-lain. Merupakan pesaing yang sudah sangat banyak dikenal semua orang dan banyak penggemarnya, dimana konsumen mempunyai pilihan tersendiri dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Kedai Tusuk Koffee adalah Kedai Kopi yang ada di Kota Banjarmasin yang didirikan semenjak 12 Oktober 2018 oleh Daeng, Wily dan Deni, beralamat di Jalan Bank Rakyat no. 33 Banjarmasin. Buka setiap hari mulai dari jam 08.00-23.00 WITA, merupakan salah satu cafe yang banyak digemari oleh kalangan anak muda, Tusuk Koffee ini menyediakan menu andalannya yaitu kopi, kopi yang diolah disini merupakan biji kopi yang terpilih dan langsung dikirim dari roastingan Hello Coffee.

Tusuk Koffee yang saat ini semakin berkembang dengan waktu 2 tahun 2 bulan telah mempunyai 5 karyawan yang bekerja disana, dan juga telah membuka cabang ditempat lain yaitu di Jalan Panglima Batur Timur Banjarbaru dan Jalan Swadharma I blok F no. 16 Tanjung. Berbagai macam menu yang ditawarkan tidak hanya kopi, ada juga yang non kopi. Sedangkan dari segi tempat cafe ini cukup strategis yang membuat pengunjungnya merasa betah karena tempatnya dibuat secara minimalis setiap kalangan usia, Tusuk Koffee juga menyediakan fasilitas yang nyaman dan terbilang lengkap seperti adanya tempat duduk, wifi gratis dan chargeran, tempat dan situasi Tusuk Koffee ini sangat sederhana namun dangat nyaman karena tempatnya outdoor dan indoor jadi kita bisa memilih mau outdoor maupun indoor. Tusuk Koffee setiap hari selalu ramai oleh pembeli yang berdatangan pada saat sore dan malam hari.

Dari uraian diatas peneliti tertarik meneliti judul ini karena pada saat ini kedai kopi di Banjarmasin semakin banyak bahkan lagi naik daun untuk kedai kopi ini sendiri, semakin hari semakin banyak kedai kopi baru yang membuka bisnisnya, artinya persaingan semakin ketat dan berat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka masalah pokok yang menjadi penelitian dalam skripsi ini adalah

1. Bagaimana strategi bisnis di Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam meningkatkan pendapatan di Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi bisnis di Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin
2. Mengetahui strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan pendapatan di Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin

D. Manfaat Peneltian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat memberikan kontribusi positif bagi akademisi maupun praktisi, serta kontribusi pemikiran dalam ilmu ekonomi syariah.

- b. Dapat memberikan pembelajaran dalam berpikir ilmiah, menerapkan teori yang diperoleh ke dalam kasus nyata serta menambah 9 pengetahuan, pengalaman, dan wawasan khususnya dalam ilmu ekonomi syariah.
- c. Dapat menjadi acuan dan referensi bagi pembaca, dapat memperluas pengetahuan dan wawasan berpikir yang ilmiah dalam bidang ekonomi.
- d. Dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan teori atau ilmu ekonomi syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat memberikan sumbangsih hasil penelitian dan menambah literature di perpustakaan, serta berguna bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.
- b. Diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan yang berguna bagi owner kedai kopi dikota Banjarmasin dalam mengembangkan strategi bisnis guna meningkatkan pendapatan.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahan dalam penelitian yang dikehendaki pada penelitian ini peneliti berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi merupakan landasan awal bagi sebuah organisasi dan elemen-elemen di dalamnya untuk menyusun langkah-langkah atau tindakan-tindakan dengan memperhitungkan faktor-faktor internal dan eksternal dalam rangka

pencapaian tujuan yang telah ditentukan.¹

2. Bisnis

Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan. semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian.²

3. Pendapatan

Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) mendefinisikan Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa.³

4. Kedai Kopi

Kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan kopi beserta produk turunannya sebagai minuman utama dan berbagai jenis minuman (sampingan) lainnya seperti teh dan coklat, selain menyediakan jenis makanan ringan yang juga ditawarkan sebagai kudapan pendamping minum kopi. Kedai kopi juga merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau melakukan aktifitas (ringan) lainnya seperti diskusi atau obrolan, membaca

¹ Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 35.

² Sukirno Sadono, *Makroekonomi. Teori Pengantar. Edisi Ketiga*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)

³ Ikatan Akuntansi Indonesia, *PSAK 105: Akuntansi Mudharabah*. <http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/pernyataan-sas-68-psak-105-akuntansi-mudharabah>, (Jakarta, 2019)

media cetak, online atau buku, menyelesaikan beberapa tugas akademik atau non-akademik hingga bersenang– senang dengan hiburan yang ditawarkan.⁴

F. Penelitian Terdahulu

Berikut adalah karya tulis yang juga membahas mengenai strategi bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam dalam bentuk skripsi. Adapun persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah:

1. Skripsi karya Helen Malinda (2017) dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)”. Penelitian ini menggunakan analisis metode kualitatif yang memusatkan pada masalah yang terjadi. Dalam prosesnya data diolah tidak sekedar mengumpulkan data akan tetapi juga dianalisis, diteliti, dan diinterpretasikan serta membuat kesimpulan dan memberikan saran yang kemudian disusun pembahasannya secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan Cahaya Bahari adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk yang halal, harga yang terjangkau, dan promosi yang transparan. Dengan strategi tersebut yang telah dilakukan oleh perusahaan menghasilkan peningkatan omset penjualan dan mampu memperluas area pemasaran hingga keluar provinsi. Meskipun perusahaan

⁴ Dwiyana Nurazizi, *Kedai Kopi dan Gaya Hidup Konsumen*, Jurnal Skripsi, 2013

memiliki omset yang besar akan tetapi perusahaan masih belum bisa memberikan upah yang sesuai dengan yang ditetapkan oleh pemerintah melalui penetapan UMR provinsi Lampung. Karena sistem pemberian upah yang diterapkan oleh perusahaan menggunakan sistem upah berdasarkan kinerja karyawan. Strategi yang digunakan oleh perusahaan Cahaya Bahari dalam penyediaan bahan baku, proses produksi, dan dampaknya terhadap lingkungan sekitar secara keseluruhan sudah sesuai dengan konsep ekonomi Islam yaitu halal, baik, aman, dan tidak merusak lingkungan sekitar. Tetapi dalam hal mensejahterakan karyawan perusahaan Cahaya Bahari masih memberikan upah kepada beberapa karyawan dibawah batas yang telah ditetapkan oleh pemerintah sehingga kesejahteraan karyawan belum terpenuhi secara optimal.

2. Skripsi karya Iyah Sukriyah (2016) dengan judul “Strategi Bisnis Budidaya Ikan Lele Persepektif Etika Bisnis Islami (Studi Kasus di Kelompok Budidaya Ikan Lele Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon)”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan sumber data dalam penelitian ini adalah kata-kata dan tindakan objek yang diamati, dokumentasi dan sumber tertulis. Setelah data-data terkumpul melalui hasil interview, obsevasi dan dokumentasi maka selanjutnya penulis menganalisis dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi bisnis budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti meliputi: Pertama, teknik budidayanya yang menggunakan Standar Oprasional Prosedur (SOP) tersendiri. Kedua, teknik pemasaran hasil budidayanya, dan ketiga,

keorganisasian yang berprinsip kejujuran, kekeluargaan dan bekerja keras. Adapun langkah-langkah dalam menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya adalah pertama, melakukan analisa lingkungan .Kedua, bermusyawarah. Ketiga, menyamakan kesadaran untuk selalu berbuat jujur dan bekerja keras.

3. Skripsi karya Umi Sa'adah (2017) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini merupakan penelitian field research digunakan dengan cara menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian lapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bersifat memaparkan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lengkap tentang sesuatu yang sedang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan petani adalah dengan menerapkan system bauran pemasaran: product, price, place dan promotion. Dari strategi yang diterapkan, pendapatan petani buah naga mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu pendapatan tahun 2013 sebanyak 200.708 ton dengan luas areal 17 hektar, pada tahun 2014 mencapai 212.314 ton dengan luas areal 18,5 hektar, pada tahun 2015 mencapai 223.920 dengan luas areal 20 hektar dan mencapai hasil 235.525 pada tahun 2016 dengan luas areal 25 hektar. Dari beberapa analisis terhadap penelitian terdahulu terdapat beberapa persamaan dan perbedaan terhadap penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian sebelumnya mulai dari teori maupun objek penelitian. Dalam penelitian pertama terdapat

persamaan yaitu dalam teori yang digunakan, yaitu mencakup teori strategi produk, harga, promosi dan lokasi. Selain itu persamaan mengenai teori konsep pendapatan. Walaupun sama-sama menggunakan teori strategi bisnis untuk meningkatkan pendapatan namun dalam penelitian pertama ini mengandung unsur teori etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak mengandung unsur Islam sedikitpun hanya saja menggunakan analisis lingkungan internal dan eksternal. Selain itu objek penelitianpun juga berbeda dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti objek lebih umum yaitu para pedagang kaki lima dengan jenis usaha yang berbeda-beda sedangkan dalam penelitian pertama objek penelitian lebih khusus pada satu usaha saja. Jadi dapat dikatakan bahwa penelitian pertama mengembangkan teori strategi bisnis dalam meningkatkan pendapatan dengan analisis etika bisnis Islam, sedangkan penelitian ini lebih mengembangkan teori strategi bisnis dengan analisis lingkungan internal dan eksternal guna mendapatkan solusi dalam masalah penurunan tingkat pendapatan. Dalam penelitian kedua memiliki persamaan dalam teori strategi bisnis walaupun indikator didalamnya berbeda, dalam penelitian kedua ini lebih menekankan pada teori standar operasional prosedur, teknik pemasaran, dan keorganisasian. Selain itu juga penelitian kedua ini menggunakan teori etika bisnis Islam. Dari segi objek penelitian hampir sama dengan penelitian pertama yaitu objek penelitian lebih khusus. Jadi dapat dikatakan bahwa penelitian kedua mengembangkan teori strategi bisnis yang menekankan pada teori standar operasional prosedur, teknik pemasaran, dan keorganisasian

dengan analisis etika bisnis Islam untuk mengetahui penerapan dari strategi bisnis tersebut sudahkah sesuai dengan etika dalam Islam. Sedangkan penelitian ini mengembangkan teori strategi bisnis yang menekankan pada produk, harga, 40 promosi dan lokasi guna meningkatkan pendapatan dengan menggunakan analisis lingkungan internal dan eksternal. Dalam penelitian ketiga memiliki persamaan dalam teori yaitu teori strategi produk, harga, tempat dan promosi, serta teori konsep pendapatan. Penelitian ketiga ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama-sama berupaya dalam meningkatkan pendapatan. Sama halnya dengan penelitian pertama dan kedua, penelitian ketiga ini mengandung unsur Islam yaitu menggunakan teori ekonomi Islam. Perbedaan yang lainnya terdapat dalam objek penelitian yaitu penelitian ketiga ini melakukan penelitian kepada para petani sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kepada para pedagang. Jadi dapat dikatakan bahwa penelitian ketiga mengembangkan teori strategi bisnis serta teori pendapatan dan mengembangkan analisis teori ekonomi Islam. Sedangkan penelitian ini mengembangkan teori strategi bisnis guna meningkatkan pendapatan serta mengembangkan analisis lingkungan internal dan eksternal

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami maksud dan tujuan penelitian ini dan untuk mengetahui hubungan dari bagian satu ke bagian

berikutnya maka penulis akan menjabarkannya dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN Pada bab ini penulis menguraikan tentang judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. 10

BAB II: LANDASAN TEORI Pada bab ini penulis menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai tinjauan atau landasan dalam menganalisis masalah pokok yang telah dikemukakan sekaligus kajian pustaka. Teori yang digunakan yaitu strategi bisnis dari pengertian strategi bisnis, strategi bisnis dalam Islam; konsep pendapatan dari pengertian pendapatan, kategori pendapatan, macam-macam pendapatan, usaha-usaha peningkatan pendapatan; dan analisis lingkungan usaha.

BAB III: METODE PENELITIAN Pada bab ini penulis menguraikan mengenai metode penelitian yang digunakan mulai dari jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisa data, teknik pengecekan keabsahan data.

BAB IV: DATA DAN ANALISIS DATA Pada bab ini penulis menguraikan mengenai data yang diperoleh peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi berupa data umum mengenai kedai Tusuk Koffee dikota Banjarmasin, data strategi bisnis kedai Tusuk Koffee dikota Banjarmasin, data lingkungan eksternal dan internal serta pembahasan mengenai analisa data yaitu melakukan penafsiran data menggunakan

teori yang relevan dalam rangka menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Pembahasan pertama yaitu mengenai analisis strategi di Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin, yang kedua yaitu analisis strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan pendapatam di Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin.

BAB V: PENUTUP Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, selain itu juga memuat saran-saran yang dipandang perlu.