

ABSTRAK

Tasya Aprilia. 2025. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pedagang Pentol Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Dalam Persaingan Bisnis (Studi Pada Pedagang Pentol di Wilayah Banjarmasin Barat). Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (1) Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, MA dan pembimbing (2) H. Abdul Gafur, Lc, MA

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Pedagang Pentol, Omzet, dan Persaingan Bisnis

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan yang semakin ketat di kalangan pedagang pentol di wilayah Banjarmasin Barat, yang menyebabkan penurunan omzet penjualan sebagian pedagang. Salah satu pedagang mengeluhkan bahwa pendapatannya menurun. Penurunan ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah pesaing yang menjual produk serupa atau bahkan lebih bervariasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Penelitian dilakukan melalui pendekatan studi kasus terhadap 5 orang pedagang pentol yang berjualan di wilayah Banjarmasin Barat. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis secara sistematis untuk mengungkap strategi pengembangan usaha serta hambatan-hambatan yang dihadapi pelaku UMKM dalam meningkatkan omzet penjuala di tengah persaingan bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha dilakukan melalui inovasi produk seperti penambahan varian isi dan menu pendamping, pemilihan lokasi berjualan yang strategis, penetapan harga yang kompetitif dan stabil meskipun harga bahan baku naik, serta distribusi produk yang melibatkan anggota keluarga dan reseller yang sangat menunjang omzet. Adapun hambatan yang dialami para pedagang dalam proses pengembangan yang dihadapkan pada tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, kelangkaan bahan bakar produksi seperti gas, cuaca yang tidak menentu, keterbatasan modal usaha untuk mengembangkan usaha, kurangnya tenaga kerja dalam proses produksi, minimnya pemahaman tentang penggunaan sosial media sebagai sarana promosi dan tingginya tingkat persaingan sesama pedagang pentol.