ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i3.9763

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SYARIAH BATU BATA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN (STUDI KASUS USAHA BATU BATA MILIK BAPAK AJMALUL AMRI DI KORONG PALAK ATOK KECAMATAN LUBUK ALUNG KABUPATEN PADANG PARIAMAN)

Analysis of Sharia Brick Business Development Strategy in Increasing Revenue (A Case Study of the Brick Business Owned by Mr. Ajmalul Amri in Korong Palak Atok, Lubuk Alung District, Padang Pariaman Regency)

Rabiatul Adawiyah & Rika Widianita
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
ratunadawiyah03@gmail.com; rikawidianita@uinbukittinggi.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Mar 11, 2026	Apr 8, 2026	Apr 20, 2026	Apr 25, 2026

Abstract

The development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs), particularly in the brick production sector, has become a focus in various previous studies. However, research that specifically discusses sharia-based business development strategies using a SWOT analysis approach in brick-making businesses at the local level remains limited. This study aims to analyze sharia business development strategies in increasing income in the brick-making business owned by Ajmalul Amri in Korong Palak Atok, Lubuk Alung Subdistrict, Padang Pariaman Regency. This study employed a qualitative approach with a case study design. The main and supporting informants were selected

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

through the purposive sampling technique. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation and were then analyzed using qualitative descriptive techniques with a SWOT approach (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). The results show that the business is in a defensive strategy position, with weak internal conditions indicated by limited capital, simple production technology, and dependence on weather factors that cause fluctuations in production and income. On the other hand, market opportunities remain open, but the business faces the threat of high competition. These findings contribute to the development of studies on strategic management and Islamic economics in the context of traditional-based microenterprises and broaden understanding of the importance of integrating internal and external analysis in formulating business strategies. The conclusion of the study emphasizes that strengthening the internal factors of the business is the main strategy for increasing business sustainability and income. The practical implication is that business actors and stakeholders need to strengthen access to capital, production efficiency, and adaptive business management to support the development of sharia-based microenterprises.

Keywords: Development Strategy; MSMEs; SWOT Analysis; Business Income; Islamic Economics.

Abstrak: Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pada sektor produksi batu bata, telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian sebelumnya. Namun, kajian yang secara khusus membahas strategi pengembangan usaha berbasis syariah dengan pendekatan analisis SWOT pada usaha batu bata di tingkat lokal masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha syariah dalam meningkatkan pendapatan pada usaha batu bata milik Ajmalul Amri di Korong Palak Atok, Kecamatan Lubuk Alung, Kabupaten Padang Pariaman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Informan utama dan pendukung dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif dengan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha berada pada posisi strategi bertahan dengan kondisi internal yang masih lemah, ditandai oleh keterbatasan modal, teknologi produksi yang sederhana, serta ketergantungan terhadap faktor cuaca yang menyebabkan fluktuasi produksi dan pendapatan. Di sisi lain, peluang pasar masih terbuka, tetapi usaha menghadapi ancaman persaingan yang tinggi. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian manajemen strategis dan ekonomi syariah dalam konteks usaha mikro berbasis tradisional, serta memperluas pemahaman mengenai pentingnya integrasi analisis internal dan eksternal dalam perumusan strategi usaha. Simpulan penelitian menegaskan bahwa penguatan faktor internal usaha merupakan strategi utama untuk meningkatkan keberlangsungan dan pendapatan usaha. Implikasi praktisnya, pelaku usaha dan pemangku kepentingan perlu memperkuat akses permodalan, efisiensi produksi, serta pengelolaan usaha yang adaptif guna mendukung pengembangan usaha mikro berbasis syariah.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan; UMKM; Analisis SWOT; Pendapatan Usaha; Ekonomi Syariah.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas (Tambunan, 2021; Kementerian Koperasi & UKM, 2022). Dalam konteks lokal, UMKM di sektor industri bahan bangunan seperti produksi batu bata menjadi salah satu sumber utama penghidupan masyarakat pedesaan, termasuk di Korong Palak Atok, Kecamatan Lubuk Alung, Kabupaten Padang Pariaman. Usaha batu bata tidak hanya berfungsi sebagai penyedia bahan konstruksi yang esensial, tetapi juga berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi lokal melalui penciptaan kesempatan kerja dan distribusi pendapatan masyarakat. Namun demikian, perkembangan UMKM, khususnya usaha batu bata, masih menghadapi berbagai kendala struktural dan operasional yang kompleks, seperti keterbatasan modal, persaingan usaha, serta ketergantungan terhadap faktor alam (Saragih, 2019; Kamilah et al., 2023).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa meskipun UMKM memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan usaha sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi pengembangan yang tepat. Berdasarkan perspektif manajemen strategis, strategi merupakan alat penting untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengalokasian sumber daya secara efektif dan efisien (David, 2017; Sopiah, 2024). Dalam konteks usaha batu bata, strategi tidak hanya berkaitan dengan peningkatan produksi, tetapi juga mencakup pengelolaan sumber daya, adaptasi terhadap lingkungan eksternal, serta penerapan prinsip-prinsip bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan usaha harus dilandasi oleh nilai-nilai etika seperti kejujuran *(shiddiq)*, amanah, dan keadilan, sebagaimana tercermin dalam prinsip muamalah pada Q.S. Al-Baqarah ayat 282 yang menekankan transparansi dan akuntabilitas dalam transaksi bisnis. Oleh karena itu, pengembangan usaha berbasis syariah menjadi relevan untuk menciptakan sistem bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga beretika dan berkelanjutan (Hafiz & Asmawi, 2022).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji strategi pengembangan UMKM dalam berbagai sektor. Misalnya, penelitian oleh Kamilah et al. (2023) menekankan pentingnya strategi pemasaran dan penguatan ekonomi lokal dalam meningkatkan daya saing usaha batu bata. Penelitian lain oleh Rozikin dan Nugrahaini (2023) menunjukkan bahwa

strategi pengembangan usaha berbasis inovasi dan diversifikasi produk mampu meningkatkan pendapatan UMKM secara signifikan. Sementara itu, Arya dan Nasution (2021) menyoroti pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan posisi kompetitif di pasar. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji integrasi antara strategi pengembangan usaha, faktor lingkungan lokal (seperti cuaca), serta penerapan prinsip syariah dalam konteks usaha batu bata di daerah pedesaan. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung kurang mengeksplorasi secara mendalam penggunaan analisis SWOT dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara komprehensif pada usaha mikro berbasis tradisional. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi melalui kajian yang lebih kontekstual dan spesifik.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan pendekatan analisis SWOT dalam kerangka manajemen strategis serta prinsip ekonomi syariah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha batu bata. Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha (Rangkuti, 2018; Marjani et al., 2024). Sementara itu, teori manajemen strategis menjadi landasan dalam merumuskan strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis (Wheelen & Hunger, 2018). Di sisi lain, prinsip ekonomi Islam memberikan dimensi etis dalam pengelolaan usaha, sehingga strategi yang dihasilkan tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada keberkahan dan keadilan (Pajriani et al., 2020). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan UMKM berbasis syariah.

Secara khusus, penelitian ini difokuskan pada usaha batu bata milik Bapak Ajmalul Amri yang menghadapi berbagai permasalahan seperti keterbatasan modal, tingginya tingkat persaingan, serta pengaruh faktor alam yang menyebabkan fluktuasi produksi dan pendapatan. Data penjualan menunjukkan adanya ketidakstabilan pendapatan yang dipengaruhi oleh kondisi cuaca dan dinamika pasar, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha syariah batu bata dalam meningkatkan pendapatan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT, sehingga dapat memberikan solusi yang aplikatif bagi pelaku usaha dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam fenomena strategi pengembangan usaha batu bata dalam meningkatkan pendapatan pada usaha milik Bapak Ajmalul Amri di Korong Palak Atok, Kecamatan Lubuk Alung, Kabupaten Padang Pariaman. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali realitas sosial secara holistik dan kontekstual, khususnya dalam memahami dinamika usaha mikro yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal secara kompleks (Creswell & Poth, 2018; Sugiyono, 2022). Karakteristik utama penelitian ini terletak pada eksplorasi mendalam terhadap kondisi riil usaha, termasuk aspek manajerial, operasional, serta penerapan prinsip syariah dalam pengembangan usaha sebagaimana dijelaskan dalam penelitian.

Desain penelitian yang digunakan adalah desain studi kasus deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis, faktual, dan akurat mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan dalam konteks spesifik. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena secara intensif dalam batasan sistem tertentu, yaitu usaha batu bata milik Bapak Ajmalul Amri sebagai unit analisis utama (Yin, 2018). Desain ini relevan dengan tujuan penelitian yang berfokus pada identifikasi strategi pengembangan usaha berbasis analisis SWOT, yang melibatkan evaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) secara komprehensif. Dengan demikian, desain ini tidak hanya menggambarkan kondisi empiris, tetapi juga menghasilkan analisis strategis yang aplikatif (Rangkuti, 2018; Marjani et al., 2024).

Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari informan utama dan informan pendukung yang memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas usaha batu bata. Informan utama adalah pemilik usaha, yaitu Bapak Ajmalul Amri, yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai operasional, strategi, dan permasalahan usaha. Selain itu, informan pendukung meliputi pekerja usaha dan pihak-pihak terkait yang memahami kondisi produksi dan pemasaran usaha batu bata. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Etikan et al., 2016). Kriteria pemilihan informan meliputi pengalaman dalam usaha batu bata, keterlibatan langsung dalam aktivitas produksi atau manajemen, serta pemahaman terhadap dinamika usaha.

Instrumen penelitian dalam studi ini adalah peneliti sendiri sebagai instrumen utama *(human instrument)*, yang didukung oleh pedoman wawancara, lembar observasi, dan dokumentasi. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam *(in depth interview)* dengan informan utama dan pendukung, serta observasi langsung terhadap aktivitas produksi dan operasional usaha. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur untuk memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi secara mendalam, sementara observasi dilakukan untuk memperoleh data faktual mengenai proses produksi dan kondisi usaha di lapangan. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, seperti catatan penjualan, data produksi, serta literatur pendukung yang relevan. Teknik triangulasi digunakan untuk meningkatkan validitas data, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data (Denzin, 2017; Moleong, 2021). Prosedur ini penting untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas temuan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT *(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)*. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2018). Selanjutnya, data dianalisis menggunakan matriks IFE *(Internal Factor Evaluation)* dan EFE *(External Factor Evaluation)* untuk mengidentifikasi posisi strategis usaha berdasarkan faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi riil yang dihadapi. Pendekatan ini relevan karena mampu mengintegrasikan analisis lingkungan internal dan eksternal secara sistematis dalam perumusan strategi bisnis (Helms & Nixon, 2019). Dengan demikian, teknik analisis yang digunakan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan dalam pengembangan usaha batu bata berbasis prinsip syariah.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha batu bata milik Bapak Ajmalul Amri di Korong Palak Atok, Kecamatan Lubuk Alung, Kabupaten Padang Pariaman memiliki karakteristik usaha mikro yang masih mengandalkan sistem produksi tradisional dengan keterbatasan sumber daya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, ditemukan bahwa kegiatan produksi batu bata dilakukan secara bertahap, dimulai dari proses pengolahan tanah, pencetakan, penjemuran, hingga pembakaran. Dalam satu kali proses pembakaran,

usaha ini mampu menghasilkan sekitar 30.000 bata, dengan target produksi mingguan berkisar antara 14.000 hingga 16.000 bata yang dicetak oleh dua orang pekerja.

Dari aspek pendapatan, data menunjukkan adanya fluktuasi yang dipengaruhi oleh kondisi eksternal, terutama faktor cuaca. Pada musim kemarau, produksi cenderung meningkat karena proses penjemuran berjalan optimal, sedangkan pada musim penghujan terjadi penurunan produksi akibat bata tidak kering sempurna sehingga kualitas menurun dan tidak dapat dijual di pasaran. Hal ini berdampak langsung terhadap pendapatan usaha yang mengalami penurunan pada periode tertentu.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keterbatasan modal menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha. Modal yang terbatas menyebabkan pelaku usaha tidak mampu melakukan inovasi dalam teknologi produksi, memperluas kapasitas usaha, maupun meningkatkan efisiensi operasional. Kondisi ini diperkuat oleh pernyataan informan utama (pemilik usaha) yang menyatakan bahwa sebagian besar kegiatan usaha masih dilakukan secara manual dan bergantung pada tenaga kerja yang terbatas.

Temuan lainnya menunjukkan bahwa tingkat persaingan usaha batu bata di wilayah Korong Palak Atok tergolong tinggi. Hal ini ditandai dengan banyaknya pelaku usaha sejenis yang beroperasi dalam satu wilayah yang sama, sehingga terjadi persaingan harga yang cukup ketat. Kondisi ini menyebabkan margin keuntungan menjadi relatif kecil dan membatasi kemampuan pelaku usaha untuk melakukan ekspansi usaha.

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal, hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha batu bata milik Bapak Ajmalul Amri berada pada posisi strategi bertahan dan penguatan internal. Kekuatan utama usaha ini terletak pada pengalaman usaha, kualitas produksi yang relatif baik, serta penerapan prinsip operasional yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Sementara itu, kelemahan utama meliputi keterbatasan modal, teknologi yang masih sederhana, dan ketergantungan terhadap kondisi alam.

Pada sisi eksternal, peluang yang dimiliki antara lain tingginya kebutuhan pasar terhadap bahan bangunan serta potensi peningkatan permintaan di sektor konstruksi. Namun, ancaman yang dihadapi meliputi persaingan usaha yang ketat serta faktor cuaca yang tidak dapat dikendalikan. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa strategi yang dominan adalah strategi bertahan *(defensive strategy)* dengan fokus pada penguatan faktor internal usaha.

Tabel 1 Data Penjualan Batu Bata Tahun 2024

Bulan	Penjualan	Selisih	Persentase
Januari	Rp27.000.000	-	-
Februari	Rp28.000.000	Rp1.000.000	3,70%
Maret	Rp28.000.000	0	0
April	Rp28.000.000	0	0
Mei	Rp24.000.000	-Rp4.000.000	-14,29%
Juni	Rp26.000.000	Rp2.000.000	8,33%
Juli	Rp27.000.000	Rp1.000.000	3,85%
Agustus	Rp25.000.000	-Rp2.000.000	-7,41%
September	Rp28.000.000	Rp3.000.000	12,00%
Oktober	Rp28.000.000	0	0
November	Rp29.000.000	Rp1.000.000	3,57%
Desember	Rp30.000.000	Rp1.000.000	3,45%

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa penjualan mengalami fluktuasi sepanjang tahun 2024. Penurunan paling signifikan terjadi pada bulan Mei sebesar -14,29%, sedangkan peningkatan tertinggi terjadi pada bulan September sebesar 12,00%. Data ini menunjukkan bahwa pendapatan usaha tidak stabil dan dipengaruhi oleh faktor tertentu, khususnya kondisi produksi dan permintaan pasar.

Tabel 2 Data Pesaing Usaha Batu Bata di Korong Palak Atok

No	Nama Usaha	Lokasi	Kapasitas Produksi	Keterangan
1	Usaha Bu Resma	Palak Atok	12.000/minggu	Pesaing langsung
2	Usaha Bu Riri	Palak Atok	15.000/minggu	Pesaing langsung
3	Usaha Pak Dedet	Palak Atok	15.000/minggu	Pesaing langsung
4	Usaha Pak Icai	Palak Atok	12.000/minggu	Pesaing langsung
5	Usaha Pak Rahmat	Palak Atok	15.000/minggu	Pesaing langsung

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa terdapat sedikitnya lima pesaing utama dalam wilayah yang sama dengan kapasitas produksi yang relatif sebanding. Hal ini menunjukkan tingkat persaingan yang tinggi dalam industri batu bata di Korong Palak Atok.

Meskipun secara umum usaha batu bata memiliki potensi pasar yang stabil, terdapat beberapa temuan yang tidak sesuai dengan pola umum. Salah satunya adalah penurunan produksi dan pendapatan yang signifikan pada musim penghujan. Pada kondisi ini, sebagian besar bata tidak dapat dikeringkan secara optimal sehingga kualitasnya menurun dan tidak layak jual. Hal ini menyebabkan sebagian hasil produksi mengalami kerugian dan tidak memberikan kontribusi terhadap pendapatan usaha. Selain itu, meskipun terdapat peluang pasar yang cukup besar, tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkannya secara

maksimal. Keterbatasan modal dan teknologi menyebabkan usaha tidak dapat meningkatkan kapasitas produksi meskipun permintaan pasar meningkat. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara peluang eksternal dan kemampuan internal usaha. Anomali lainnya terlihat pada fluktuasi penjualan yang tidak selalu mengikuti tren peningkatan. Meskipun pada beberapa bulan terjadi peningkatan pendapatan, terdapat periode tertentu yang menunjukkan penurunan signifikan tanpa adanya perubahan besar pada harga jual. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor eksternal seperti cuaca dan kondisi produksi memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan faktor pasar.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dianalisis bahwa strategi pengembangan usaha batu bata milik Bapak Ajmalul Amri berada pada kondisi yang menuntut penguatan internal untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa usaha berada pada posisi strategi bertahan, yang ditandai dengan adanya keterbatasan sumber daya internal seperti modal, teknologi, dan tenaga kerja, serta tekanan eksternal berupa persaingan usaha dan faktor alam. Kondisi ini mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan belum sepenuhnya mampu mengoptimalkan potensi usaha dalam meningkatkan pendapatan secara signifikan.

Dalam konteks tujuan penelitian, yaitu menganalisis strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan, hasil menunjukkan bahwa fluktuasi pendapatan yang terjadi sepanjang tahun dipengaruhi secara dominan oleh faktor produksi, khususnya kondisi cuaca yang mempengaruhi proses penjemuran batu bata. Hal ini memperlihatkan bahwa aspek operasional memiliki peran penting dalam menentukan kinerja usaha. Dengan demikian, strategi pengembangan usaha tidak hanya berfokus pada aspek pemasaran atau ekspansi usaha, tetapi juga harus mencakup pengelolaan proses produksi yang lebih adaptif terhadap kondisi lingkungan.

Selain itu, keterbatasan modal yang dihadapi usaha menunjukkan bahwa kemampuan finansial menjadi faktor kunci dalam pengembangan usaha. Modal yang terbatas menyebabkan pelaku usaha tidak mampu melakukan inovasi teknologi maupun meningkatkan kapasitas produksi. Hal ini berdampak pada rendahnya efisiensi operasional dan terbatasnya kemampuan untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Dengan demikian, hasil

penelitian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan usaha harus mencakup upaya peningkatan akses permodalan dan efisiensi penggunaan sumber daya.

Dari perspektif manajemen strategis, posisi usaha yang berada pada strategi bertahan menunjukkan bahwa pelaku usaha lebih berfokus pada menjaga keberlangsungan usaha daripada melakukan ekspansi. Hal ini sejalan dengan kondisi lingkungan usaha yang penuh ketidakpastian, terutama akibat faktor alam dan persaingan yang tinggi. Oleh karena itu, strategi yang tepat dalam kondisi ini adalah memperkuat faktor internal, seperti meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, serta pengelolaan usaha yang lebih baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori manajemen strategis yang menyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien (David, 2017). Dalam konteks usaha batu bata, keterbatasan sumber daya internal menjadi faktor utama yang mempengaruhi strategi yang dipilih, yaitu strategi bertahan. Hal ini juga sesuai dengan pandangan Wheelen dan Hunger (2018) yang menyatakan bahwa strategi organisasi harus disesuaikan dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kamilah et al. (2023), yang menunjukkan bahwa usaha batu bata menghadapi tantangan dalam hal permodalan dan persaingan usaha. Penelitian tersebut menekankan pentingnya strategi penguatan internal dan peningkatan kapasitas produksi untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung temuan Rozikin dan Nugrahaini (2023) yang menyatakan bahwa pengembangan usaha UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya dan memanfaatkan peluang pasar.

Namun demikian, terdapat perbedaan dengan penelitian Arya dan Nasution (2021) yang lebih menekankan pada pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing usaha. Dalam penelitian ini, faktor pemasaran tidak menjadi fokus utama, melainkan faktor produksi dan kondisi lingkungan yang lebih dominan mempengaruhi kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik usaha mikro di sektor produksi tradisional memiliki dinamika yang berbeda dibandingkan dengan sektor usaha lainnya.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Saragih (2019) yang menyatakan bahwa keterbatasan modal merupakan salah satu faktor utama yang menghambat perkembangan UMKM. Dalam penelitian ini, keterbatasan modal tidak hanya berdampak pada kapasitas produksi, tetapi juga pada kemampuan inovasi dan efisiensi usaha.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur terkait pengembangan UMKM, khususnya dalam konteks usaha berbasis tradisional di daerah pedesaan.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi: 1) Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep manajemen strategis yang menekankan pentingnya analisis lingkungan internal dan eksternal dalam merumuskan strategi pengembangan usaha. Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha harus didasarkan pada pemahaman yang komprehensif terhadap kondisi usaha. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori ekonomi Islam, khususnya dalam penerapan prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan usaha. Penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan transparansi dalam operasional usaha menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada aspek etika dan keberlanjutan; 2) Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha batu bata untuk fokus pada penguatan faktor internal, seperti peningkatan kualitas produk, efisiensi proses produksi, serta pengelolaan usaha yang lebih baik. Selain itu, pelaku usaha juga perlu mencari alternatif sumber permodalan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing usaha. Pemerintah dan lembaga terkait juga diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk akses permodalan, pelatihan, dan pendampingan bagi pelaku UMKM.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui secara objektif: 1) Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek usaha, yaitu usaha batu bata milik Bapak Ajmalul Amri, sehingga hasil penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi. Kondisi dan karakteristik usaha yang diteliti mungkin berbeda dengan usaha batu bata di daerah lain; 2) Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, sehingga hasil penelitian lebih bersifat deskriptif dan kontekstual. Meskipun pendekatan ini memberikan pemahaman yang mendalam, namun tidak memungkinkan untuk melakukan generalisasi secara luas; 3) Keterbatasan data juga menjadi kendala dalam penelitian ini, terutama terkait dengan data keuangan dan operasional yang masih bersifat sederhana dan belum terdokumentasi secara sistematis. Hal ini mempengaruhi kedalaman analisis yang dapat dilakukan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak objek penelitian dengan pendekatan yang lebih luas, serta menggunakan metode kuantitatif atau *mixed methods* untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu,

penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji aspek lain seperti strategi pemasaran, inovasi produk, dan digitalisasi usaha dalam pengembangan UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha batu bata milik Bapak Ajmalul Amri belum sepenuhnya optimal dalam meningkatkan pendapatan usaha, karena masih menghadapi berbagai kendala baik dari faktor internal maupun eksternal. Temuan utama menunjukkan bahwa usaha berada pada posisi strategi bertahan yang ditandai dengan keterbatasan modal, penggunaan teknologi produksi yang masih sederhana, serta ketergantungan yang tinggi terhadap kondisi cuaca dalam proses produksi. Kondisi ini berdampak pada fluktuasi produksi dan pendapatan yang tidak stabil sepanjang periode usaha. Selain itu, tingginya tingkat persaingan usaha di wilayah yang sama juga menjadi faktor yang membatasi kemampuan usaha dalam meningkatkan keuntungan secara signifikan. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menganalisis strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan menunjukkan bahwa penguatan faktor internal merupakan kebutuhan utama dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Secara ilmiah, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen strategis dan ekonomi syariah, khususnya dalam konteks usaha mikro berbasis tradisional. Kontribusi teoritis penelitian ini terletak pada penguatan konsep bahwa analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat yang efektif dalam mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal usaha secara komprehensif. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha tidak hanya ditentukan oleh faktor pasar, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh aspek operasional dan lingkungan alam, khususnya pada usaha berbasis produksi tradisional. Dari sisi metodologis, penggunaan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual terhadap dinamika usaha mikro. Sementara itu, secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi berupa rekomendasi strategis bagi pelaku usaha untuk lebih memfokuskan pada peningkatan efisiensi produksi, penguatan modal usaha, serta pengelolaan usaha yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional usaha menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan keterbatasan yang telah diidentifikasi, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak usaha sejenis di berbagai wilayah, sehingga hasil penelitian dapat memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif atau metode campuran *(mixed methods)* dapat dipertimbangkan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan terukur. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji aspek lain yang belum dibahas secara mendalam dalam penelitian ini, seperti strategi pemasaran, inovasi teknologi produksi, serta pemanfaatan digitalisasi dalam pengembangan usaha mikro. Dengan demikian, penelitian di masa mendatang diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih luas dalam pengembangan UMKM, khususnya dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

Arya, D., & Nasution, M. I. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Manajemen Bisnis, 18*(1), 45–60.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson.

Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315134543

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5*(1), 1–4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Hafiz, M., & Asmawi. (2022). Prinsip Ekonomi Islam dalam Pengembangan Usaha Berbasis Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam, 13*(2), 134–150.

Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis—where are we now? A review of academic research from the last decade. *Journal of Strategy and Management, 3*(3), 215–251. https://doi.org/10.1108/17554251011064837

Kamilah, N., et al. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, 21*(2), 98–112.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Perkembangan Data UMKM di Indonesia*. https://umkm.go.id/publikasi

Marjani, et al. (2024). Analisis SWOT dalam Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Lokal. *Jurnal Manajemen Strategi, 12*(1), 55–70.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Pajriani, D., et al. (2020). Implementasi Prinsip Syariah dalam Pengelolaan Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 10*(2), 89–102.

Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Rozikin, M., & Nugrahaini, F. (2023). Strategi Inovasi dan Diversifikasi Produk dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif, 15*(1), 23–38.

Saragih, B. (2019). Peran Modal dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14*(2), 77–88.

Sopiah. (2024). *Manajemen Strategis*. Andi.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada Media.

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability* (15th ed.). Pearson.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.