

ANALISIS SWOT TERHADAP LAYANAN JASA KURIR PASAR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Kurir Pasar Banjarbaru)

Ariska Rahayu¹, Akhmad Hulaify², Zakiyah³

¹ Program Studi Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 17510005
² Program Studi Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 1118118202
³ Program Studi Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 1124028306
E-mail: ariskarahayu24@gmail.com / No. HP 081520939004

ABSTRAK

Analisis SWOT sangat penting digunakan dalam menganalisa perkembangan usaha baru. Kurir Pasar Banjarbaru merupakan salah satu usaha mandiri (UMKM) yang bergerak pada layanan jasa pengiriman dan jasa titipan belanja. Dengan mengandalkan aplikasi *chatting*, kurir pasar memfokuskan pemasaran pada wanita yang kesulitan berbelanja langsung ke pasar. Mekanisme layanan jasa Kurir Pasar Banjarbaru, menggunakan akad *salam* dan akad *ujrah*. Masalah yang akan di angkat dalam penulisan ini adalah mekanisme layanan jasa dan analisis SWOT Kurir Pasar Banjarbaru serta pandangan dalam islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mengembangkan usaha Kurir Pasar pada layanan jasa titip dan pengantaran melalui penilaian analisis SWOT. Populasi penelitian ini adalah seluruh anggota Kurir Pasar Banjarbaru dan seluruh Konsumen Kurir Pasar Banjarbaru. Sampel yang digunakan yaitu seluruh jumlah populasi sebanyak 28 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probabilitas. Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data ini dianalisis menggunakan analisis SWOT, berdasarkan hasil penelitian bahwa nilai dari keseluruhan faktor masing-masing dapat diperinci kekuatan : 1,80, kelemahan : 1,40, Peluang : 1,70 dan ancaman : 1,30. Diketahui nilai kekuatan diatas nilai kelemahan yaitu (+) 0,40, sedangkan selisih nilai Peluang dan ancaman yaitu sebesar (+) 0,40. Artinya, usaha Kurir Pasar Banjarbaru mendukung strategi *Growt*. Jenis strategi yang bisa dilakukan yaitu Strategi Penetrasi Pasar. Kurir Pasar juga perlu lebih mengenalkan dan mensosialisasikan mekanisme akad *ujrah* dan *salam* dalam praktek layanan jasa Kurir Pasar Banjarbaru kepada orang yang masih belum mengenal dan awam terhadap akad *ijarah* dan *salam*.

Kata Kunci: Kurir Pasar Banjarbaru, Salam, SWOT, Ujrah

ABSTRACT

SWOT analysis is very important used in analyzing the development of new businesses. Kurir Pasar Banjarbaru is one of the independent businesses engaged in shopping delivery services. By relying on chat applications, Kurir Pasar Banjarbaru focuses its marketing on women who have difficulty shopping directly to the market. Kurir Pasar Banjarbaru service mechanism uses a salam contract and an ujarah contract. The problem that will be raised in this thesis is the mechanism of services and SWOT analysis of Kurir Pasar Banjarbaru and views in Islam. The purpose of this study is to analyze and develop the Kurir Pasar Banjarbaru business in courier and delivery services through a SWOT analysis assessment. The population of this research is all members of Kurir Pasar Banjarbaru and all Consumers. The sample used is the entire population of 28 respondents. The sampling technique in this study used a non-probability sampling technique. Data collection techniques with interviews, observation, and documentation. This data was analyzed using SWOT analysis, based on the results of the study that the value of each factor can be broken down into strengths: 1.80, weaknesses: 1.40, Opportunities: 1.70, and threats: 1.30. It is known that the value of strength above the value of weakness is (+) 0.40, while the difference in the value of Opportunities and threats is (+) 0.40. This means that the Kurir Pasar Banjarbaru business supports the Growt strategy. The type of strategy that can be done is the Market Penetration Strategy. Kurir Pasar Banjarbaru also needs to introduce and socialize the mechanism of Ujarah and Salam contracts in the practice of Kurir Pasar Banjarbaru services to people who are still unfamiliar with Ijarah and Salam contracts.

Keywords: Kurir Pasar Banjarbaru, Salam, SWOT, Ujrah

PENDAHULUAN

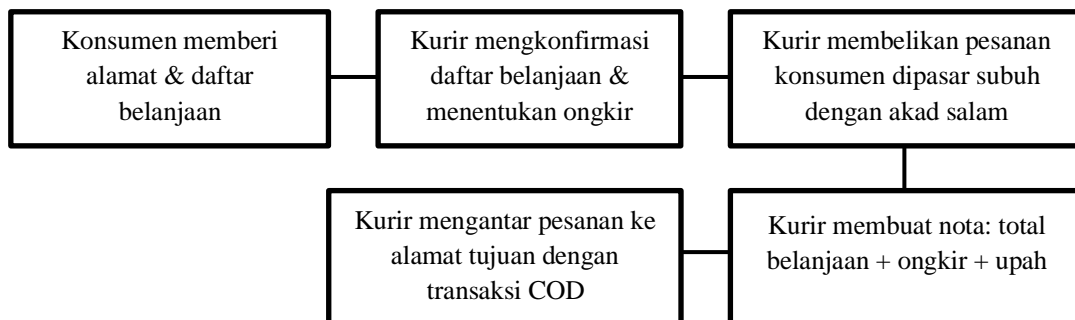
Analisis SWOT ialah metode yang digunakan untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu usaha untuk mendapatkan strategi bisnis yang tepat. Kurir pasar Banjarbaru merupakan salah satu usaha mandiri (UMKM) yang bergerak pada layanan jasa pengiriman dan jasa titipan belanja, baik itu berupa barang, bahan makanan, maupun perlengkapan dapur. Didirikan dengan tujuan memudahkan ibu rumah tangga dalam berbelanja bahan kebutuhan dapur. Dengan mengandalkan aplikasi chatting, kurir pasar memfokuskan pemasaran pada ibu-ibu modern dan wanita karir yang kekurangan waktu atau sulit berbelanja langsung ke pasar. Semenjak ditetapkannya masa pandemi, peminat Kurir semakin meningkat. Konsumen lebih memilih titip belanja sayur mayur ataupun bahan makanan lainnya untuk dimasak di rumah tanpa harus pergi ke pasar guna mematuhi protokol kesehatan.

Kurir Pasar Banjarbaru telah memasarkan layanan jasa melalui sosial media dan brosur. Dengan perhitungan dan harga yang jelas menjadi kelebihan Kurir Pasar Banjarbaru untuk menarik konsumen. *Founder* Kurir Pasar Banjarbaru beranggapan bahwa layanan jasa titip belanja yang diterapkan di dalam mekanisme Kurir Pasar Banjarbaru dengan menggunakan akad *salam* dan layanan antar barang menggunakan akad *ujrah* adalah sebagai bentuk upaya menjauhi transaksi riba.

Adapun mekanisme layanan jasa titip belanja Kurir Pasar yaitu; 1. Konsumen (Pembeli) akan mengirim pesan (*chat*) Kurir Pasar via Whatsapp dengan format chat berupa nama, alamat, dan daftar belanjaan beserta jumlahnya sehari sebelumnya; 2. Kurir Pasar menerima pesan text berupa daftar belanjaan yang harus di beli dipasar keesokan harinya dipasar subuh dan memastikan daftar belanjaan kepada konsumen agar tidak terjadi kesalahan saat berbelanja, mengecek jarak tempuh dari pasar ke rumah konsumen untuk menentukan ongkos kirim; 3. Kurir Pasar berangkat ke pasar subuh dan membelikan pesanan konsumen yang ada di daftar belanjaan dengan akad *Salam* yang berarti belanjaan konsumen akan dibayarkan terlebih dahulu oleh Kurir menggunakan uang Kurir dan akan dibayarkan oleh konsumen saat belanjaan diantar ke alamat tujuan (*COD : Cash On Delivery*); 4. Kurir Pasar akan mengecek belanjaan yang dibeli dengan daftar belanjaan konsumen dan membuat Nota Belanja beserta total harga belanja, ongkos kirim, dan upahnya (*invoice*) yang akan dikirim ke konsumen via chatting whatsapp sebelum berangkat menuju lokasi pengantaran (rumah konsumen) agar memudahkan konsumen menyediakan uang cash; 5. Kurir mengantarkan belanjaan ke alamat tujuan; 6. Konsumen membayar total belanjaan beserta ongkir dan upahnya secara *cash*.

Agar lebih memudahkan dalam memahami mekanisme layanan jasa titip Kurir Pasar Banjarbaru, berikut gambarannya:

Konsep Layanan Jasa Titip Belanja Kurir Pasar Banjarbaru



METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Modern Idaman Banjarbaru, Jl. RO. Ulin, Kelurahan Loktabat Selatan, Kecamatan Banjarbaru Selatan, Provinsi Kalimantan Selatan pada usaha Kurir Pasar Banjarbaru.

Penelitian ini berjalan dalam waktu 5 bulan dari bulan Maret sampai Juli pada Tahun 2021.

Metode Penelitian

Penelitian ini memakai jenis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun sifat penelitian dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Sedangkan untuk model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan studi kasus dengan model pendekatan normatif, sosiologis, & filosofis.

Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer ialah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber atau tempat pertama objek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu dengan metode wawancara dengan Kurir Pasar Banjarbaru dan Konsumen Kurir Pasar Banjarbaru. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini ialah bahan pustaka seperti buku ilmu pengetahuan, kitab fiqih, dan dokumen lain berupa data Kurir Pasar Banjarbaru, dan data pendukung lainnya.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 28 orang, yaitu seluruh anggota dari Kurir Pasar Banjarbaru yang berjumlah 5 orang, dan konsumen/pelanggan Kurir Pasar Banjarbaru yang berjumlah 23 orang. Penelitian ini menggunakan Teknik sampling secara non-probabilitas (Non Probability Sampling). Jenis teknik sampling secara non-probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh.

Berdasarkan jumlah populasi maka didapat jumlah sampel yang akan diteliti yaitu 28 orang. Terdiri dari 5 orang Kurir Pasar Banjarbaru dan 23 orang dari konsumen/pelanggan Kurir Pasar Banjarbaru.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Observasi adalah bagian dari proses pengumpulan data yang langsung dari lapangan dengan cara mengamati proses transaksi layanan jasa Kurir Pasar Banjarbaru yang bertujuan, agar peneliti bisa mengerti konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, sehingga memperoleh gambaran yang lebih luas

Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Teknik Pemilihan Sumber adalah sampling jenuh, yaitu penentuan sumber berdasarkan tujuan penelitian, sehingga peneliti memiliki sumber yang memiliki kompetensi untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini ditetapkan 5 informan/sumber penelitian, yaitu: Indah Adriani Sholihah (pemilik usaha sekaligus manajemen operasional), Dwi Indah Sartika pada bagian keuangan, Nitie Ma'rifatus Sholihah dan Hj. Mona sebagai divisi pemasaran bisnis, dan Intan Nur Sholihah sebagai divisi Operasi.

Selain menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, data dari penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi yang diperoleh dari gambaran umum kondisi Pasar Kurir Banjarbaru. Studi dokumen merupakan metode pelengkap untuk memperoleh data yang belum diperoleh melalui metode observasi dan wawancara.

Pemeriksaan atau Pengecekan Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan pendekatan triangulasi data.

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari bisnis jasa titipan belanja. Analisis ini menjadi dasar pengambilan kebijakan dalam memilih strategi pemasaran dan operasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Kurir Pasar Banjarbaru

Kurir Pasar adalah usaha mandiri pengusaha muda yang didirikan pada 21 Maret 2020. Mengusung tema bisnis syari'ah, Kurir Pasar Banjarbaru didirikan dengan tujuan utama membantu dan memudahkan ibu rumah

tangga berbelanja di pasar tanpa harus ke pasar guna menghindari virus yang sedang marak saat ini yaitu Covid-19.

Berdirinya Kurir Pasar Banjarbaru yaitu bertepatan pada awal masuknya wabah virus covid-19 ke Indonesia. Saat ditetapkannya status pandemi oleh WHO dan diberlakukan berbagai macam pembatasan sosial oleh pemerintah Indonesia, muncul berbagai macam rumor tentang pasar dan perdagangan di pasar. Mulai dari rumor bahwa pasar akan ditutup, sampai banyaknya muncul rumor razia yang melarang orang keluar rumah. Munculnya berbagai macam rumor itu akhirnya mengakibatkan pasar sepi oleh pembeli.

Ibu Dwi adalah seorang pedagang sayur di pasar subuh Martapura. Beliau adalah ibu dari *founder* Kurir Pasar Banjarbaru. Covid-19 memberikan dampak yang sangat buruk pada seluruh pedagang di pasar termasuk juga Ibu Dwi. Sepinya pembeli membuat dagangan sering kali tidak habis, sedangkan dagangan beliau kebanyakan berupa sayur-mayur yang tidak bisa disimpan terlalu lama. Melihat dagangan orang tuanya yang semakin lama semakin merugi, akhirnya Indah Adriani Sholihah ikut membantu memasarkan sayur mayur dagangan orangtuanya melalui sosial media. Tidak disangka, ide memasarkan dagangan melalui sosial media berbuah manis. Pesanan semakin banyak dan beragam. Untuk lebih memudahkan konsumen, sayur mayur yang dipesan oleh konsumen di antarkan sampai kerumah konsumen.

Mekanisme Layanan Jasa pada Kurir Pasar Banjarbaru

Kurir Pasar Banjarbaru mengusung layanan jasa kurir dan pengantaran dengan menggunakan akad syariah sebagai pegangannya. Tujuannya adalah menghindari transaksi *gharar* dan *riba*.

Guna menghindari transaksi *riba* dan *gharar* maka dibuatlah mekanisme akad syariah dalam pelayanan jasa Kurir Pasar Banjarbaru.

Dalam transaksi jasa belanja, Kurir Pasar Banjarbaru menerapkan akad *Ujrah* (Upah) sebagai dasar transaksi kerja. Transaksi kerja (*Ijarah Al Ajir*) adalah transaksi atas jasa tertentu dari seorang pekerja dengan imbalan. Kompensasi diberikan oleh kontraktor pekerja karena menerima jasa baik berupa tenaga fisik maupun tenaga intelektual.

Dalam prakteknya, Kurir Pasar Banjarbaru juga menerapkan akad *salam*. Akad *salam* atau biasa disebut juga *salaf* yaitu jual beli barang yang dideskripsikan dalam tanggungan dalam kompensasi yang diberikan segera. Dengan kata lain, Kurir Pasar Banjarbaru akan membayarkan dahulu barang pesanan konsumen dan akan dibayarkan oleh konsumen ketika barang di antar. Transaksi ini juga biasa di sebut dengan *cash on delivery* (COD).

Layanan jasa pengantaran barang pada Kurir Pasar Banjarbaru juga menerapkan ongkos kirim sebagaimana umumnya perusahaan ekspedisi dan pengantaran. Ongkos kirim pada Kurir Pasar Banjarbaru dihitung sesuai dengan jarak antar lokasi pengiriman.

Analisis SWOT

Penulis menganalisis SWOT pelayanan jasa titip belanja pada Kurir Pasar Banjarbaru dengan mengevaluasi faktor eksternal & internal, kemudian menganalisa matriks internal & eksternal, kemudian membuat diagram SWOT dengan menggunakan matriks SWOT.

1. Evaluasi faktor internal Kurir Pasar Banjarbaru

Dalam menganalisis lingkungan internal Kurir Pasar Banjarbaru, peneliti mendapatkan ada tiga divisi dalam bisnis ini. Tiga divisi yang dimiliki oleh bisnis ini adalah divisi pemasaran, divisi keuangan, dan divisi operasional. Divisi keuangan bertugas untuk mengamankan keuangan organisasi. Divisi pemasaran bertugas untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan dan mempromosikan layanan. Sedangkan bagian operasional bertugas memberikan pelayanan dengan cara pembelanjaan barang pesanan dan pengiriman pesanan pelanggan.

2. Evaluasi faktor eksternal Kurir Pasar Banjarbaru

Evaluasi faktor eksternal Pasar Kurir Banjarbaru menggunakan Analisis Persaingan *Model Lima Kekuatan Porter* merupakan pendekatan yang banyak dipakai untuk membuat strategi oleh industri. Intensitas antar bisnis sangat beragam di berbagai industri. Menurut Porter, sifat persaingan dalam suatu industri dapat dilihat sebagai kombinasi dari lima kekuatan berikut:

- a. Persaingan Pasar
- b. Perseteruan di Antara usaha yang Bersaing
- c. Produk Pengganti
- d. Kekuatan Tawar Konsumen
- e. Kekuatan Tawar Pemasok

3. Matriks Internal

Tahap-tahap dalam menyusun tabel *Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS) dengan menggunakan faktor-faktor yang menjadi *Stenght* serta *Weakness* dan *External Faktor Analysis Summary* (EFAS) dengan menentukan faktor-faktor yang menjadi *Opportunity* dan *Threath*.

Tabel Internal Faktor Evaluation (IFE) Kurir Pasar Banjarbaru

Faktor internal	Bobot (i)	Peringkat (ii)	Total (i*ii)
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
1. Waktu Pengiriman Cepat	0,10	4	0,40
2. Layanan jasa titip barang berbagai macam kebutuhan lebih variative	0,10	3	0,30
3. Memiliki visi dan misi yang kuat	0,10	2	0,20
4. Memiliki filosofi layanan cepat, akurat	0,10	2	0,20
5. Harga relatif murah	0,10	3	0,30
6. Memberikan jaminan (<i>Assurance</i>).	0,10	4	0,40
Sub Total	0,60		1,80
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1. Hanya dapat melayani konsumen dalam kota Banjarbaru saja	0,10	3	0,30
2. Kurangnya promosi dan pemberian diskon	0,10	3	0,30
3. Kurangnya SDM	0,10	4	0,40
4. Tidak ada Aplikasi yang bisa di akses konsumen untuk mendukung <i>Tracking system</i>	0,10	4	0,40
Sub Total	0,40		1,40
TOTAL	1,00		3,20

Dari hasil analisis tabel di atas mempunyai total nilai skor 1,8 sedangkan untuk faktor *Weakness* mempunyai nilai skor 1,4. hasil dari faktor internal sebesar 3,2, hasil angka ini merupakan berada pada posisi diatas angka 2,5 yang berarti posisi internal usaha sangat kuat. Dengan kondisi ini memberikan gambaran bahwa Kurir Pasar Banjarbaru memiliki kemampuan untuk menghadapi para kompetitor lainnya dalam persaingan di industri jasa pengiriman barang.

4. Matriks Eksternal

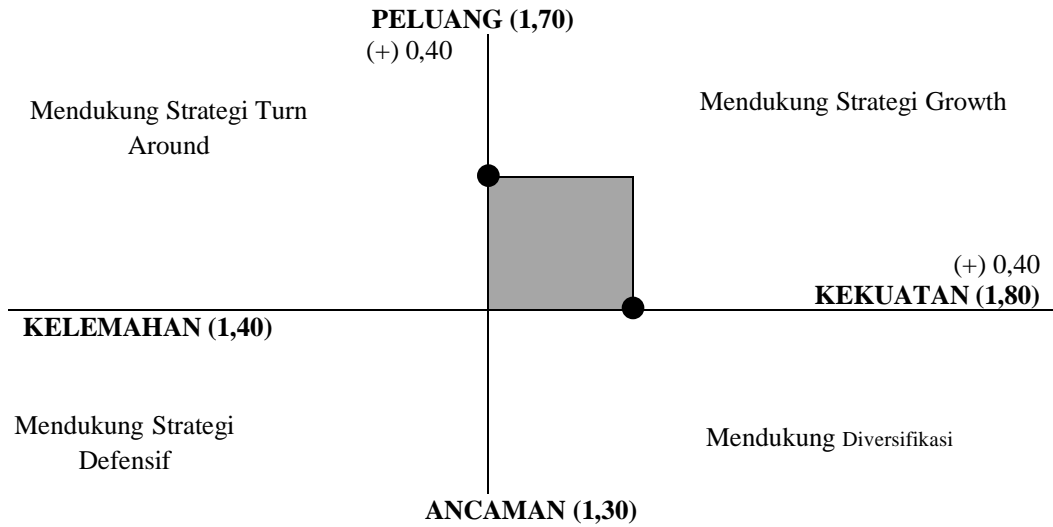
Berdasarkan peluang dan ancaman pada layanan jasa titipan belanja usaha Kurir Pasar Banjarbaru maka berikut tabel Matriks *Eksternal Faktor Evaluation* (EFE):

Tabel Eksternal Faktor Evaluation (EFE) Kurir Pasar Banjarbaru

Faktor Eksternal	Bobot (i)	Peringkat (ii)	Total (i*ii)	Kekuatan	Kelemahan
Peluang (<i>Opportunity</i>)					
1. Banyaknya konsumen yang membutuhkan layanan jasa titip belanja	0,10	3	0,30	Karena adanya covid, jasa titip belanja meningkat	SDM yang kurang
2. Kepercayaan Konsumen yang cukup tinggi	0,20	3	0,60	Transaksi yang transparan	Perbedaan selera konsumen
3. Pesatnya pertumbuhan pedagang baru sebagai mitra bisnis	0,20	4	0,80	Semakin banyak pemasok, semakin mudah Kurir mencari pesanan	-
Sub Total	0,50		1,70		
Ancaman (<i>Threat</i>)					
4. Semakin banyak jasa titip belanja atau jasa pengiriman swasta yang sejenis	0,10	2	0,20	Sistem Kurir Pasar Banjarbaru jelas dan terorganisir	Menambah persaingan bisnis
5. Kegiatan mempromosikan layanan, yang lebih menarik oleh pesaing	0,15	3	0,45	-	Memungkinkan pelanggan Kurir berpindah ke pesaing
6. Persaingan tarif yang kompetitif dari pesaing	0,15	3	0,45	Tarif yang transparan dan jelas dari Kurir Pasar	Tarif pesaing terlihat lebih murah
7. Persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas	0,10	2	0,20	Kurir Pasar Mendahulukan Kualitas Pelayanan dan fasilitas	-
Sub Total	0,50		1,30		
TOTAL	1,00		3,00		

Selanjutnya dapat disimpulkan nilai dari keseluruhan faktor masing-masing *Strength* : **1,80**, *Weakness* : **1,40**, *Opportunity* : **1,70** dan *threat* : **1,30**. Maka diketahui nilai *Strength* diatas nilai *Weakness* yaitu selisih (+) **0,40**, sedangkan selisih nilai *Opportunity* dan *Threat* yaitu sebesar (+) **0,40**. Dari hasil tersebut dapat digambarkan dalam diagram SWOT di bawah ini.

Diagram SWOT Kurir Pasar Banjarbaru



5. Matriks SWOT

Tabel Analisis Matrik SWOT Kurir Pasar Banjarbaru

Internal Eksternal	<u>Kekuatan (S)</u>	<u>Kelemahan (W)</u>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu Pengiriman Cepat 2. Layanan jasa titip barang berbagai macam kebutuhan lebih variatif 3. Memiliki visi dan misi yang kuat 4. Memiliki filosofi layanan cepat, akurat 5. Harga relatif murah 6. Memberikan jaminan (<i>Assurance</i>). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya dapat melayani konsumen dalam kota Banjarbaru saja 2. Kurangnya promosi dan pemberian diskon 3. Kurangnya SDM 4. Tidak ada Aplikasi yang bisa di akses konsumen untuk mendukung <i>Tracking system</i>
<u>Peluang (O)</u>	<u>Strategi (SO)</u>	<u>Strategi (WO)</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya konsumen yang membutuhkan layanan jasa titip belanja 2. Kepercayaan Konsumen yang cukup tinggi 3. Pesatnya pertumbuhan pedagang baru sebagai mitra bisnis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perluasan cakupan area dan jaringan pemasaran 2. Memelihara kualitas dan mutu pelayanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah dan meningkatkan SDM dan mitra Kurir di Luar Banjarbaru 2. Meningkatkan promosi dan diskon 3. Membuat aplikasi Kurir Pasar Banjarbaru di android atau iOS
<u>Ancaman (T)</u>	<u>Strategi (ST)</u>	<u>Strategi (WT)</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyak jasa titip belanja atau jasa pengiriman swasta yang mirip 2. Kegiatan mempromosikan, penawaran layanan jasa yang lebih menarik oleh pesaing lainnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas layanan 2. Memberikan inovasi produk untuk meningkatkan konsumen 3. Mengembangkan strategi pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan kemajuan teknologi layanan 2. Memperhatikan Mutu Pelayanan

3. Persaingan tarif yang sangat kompetitif dari pesaing		
4. Persaingan dari segi tingkat pelayanan dan fasilitas		

Dari persaingan bisnis di industri ini yang terbilang ketat, setiap bisnis pasti memiliki strategi-strategi khusus dalam mempersiapkan persaingan yang ada. Kurir Pasar Banjarbaru pasti memiliki tujuan yang berjangka Panjang seperti menjalankan usaha dengan lebih efisien dan efektif dalam hal-hal operasional, penjualan jasa yang dimiliki serta mampu meningkatkan kepuasan atas kenyamanan pembelian jasa dari pelanggan.

Berdasarkan hasil dari analisis yang penulis dapatkan , Pasar Kurir Banjarbaru merupakan bisnis yang sedang dalam tahap pertumbuhan atau dapat dibilang pemula. Bisnis dalam tahap pertumbuhan, strategi yang paling cocok adalah strategi intensif. Strategi yang dilakukan oleh Kurir Pasar Banjarbaru masih kurang dikarenakan adanya penurunan pendapatan akibat persaingan yang semakin kuat, sehingga harus ada strategi baru dan sesuai untuk menghindari adanya penurunan pendapatan.

Adapun jenis strategi yang dapat dilakukan adalah: Strategi Penetrasi Pasar: Memastikan kualitas produk dan meningkatkan kenyamanan layanan kepada pelanggan agar tidak beralih ke perusahaan pesaing, mengiklankan dan mempromosikan layanan menggunakan brosur atau membuat web atau aplikasi bisnis yang mendukung sistem *Tracking system* untuk memudahkan pelanggan dalam memesan atau memeriksa daftar pesanan, menawarkan dan memperkenalkan kontrak yang digunakan sehingga konsumen dapat mengetahui harga yang transparan dan kompetitif. Dan memperluas distribusi yang belum terjangkau oleh Kurir Pasar Banjarbaru.

PENUTUP

Kesimpulan

Peneliti menyimpulkan berdasarkan dari hasil penelitian yang ada bahwa:

1. Hasil analisis SWOT pada usaha Kurir Pasar Banjarbaru yaitu, dalam Evaluasi Faktor Internal didapat nilai skor dari kekuatan (*strength*) sebesar 1,80, dan nilai skor kelemahan (*weakness*) sebesar 1,40. Jumlah untuk faktor internal sebesar 3,2, dengan selisih angka antara faktor kekuatan dan kelemahan sebesar (+) 0,40. Sedangkan dalam evaluasi eksternal usaha, dalam Evaluasi Faktor eksternalnya didapat nilai skor dari peluang (*opportunity*) sebesar 1,70, dan ancaman (*threat*) sebesar 1,30. Jumlah untuk faktor eksternal sebesar 3,0, dengan selisih angka antara faktor peluang dan ancaman sebesar (+) 0,40. Selisih angka faktor internal dan eksternal usaha menunjukkan angka positif yang artinya posisi internal dan eksternal usaha kuat, baik dalam aspek kekuatan maupun peluangnya.
2. Analisis SWOT usaha Kurir Pasar Banjarbaru dalam mekanismenya sudah menerapkan akad *ujrah* dan *salam* dengan baik. Dalam prosesnya, Kurir Pasar Banjarbaru berusaha memberikan pelayanan yang maksimal dan amanah. Hanya saja memang kurang dalam mengenalkan produk layanannya kepada konsumen yang masih awam terhadap akad *ujrah* dan *salam*. Sistem teknologi Kurir Pasar Banjarbaru juga perlu dibuat, agar konsumen dapat lebih mudah melacak sehingga dapat menambah kepercayaan konsumen.

Saran

Hasil analisis SWOT usaha layanan jasa Kurir Pasar Banjarbaru dalam penelitian ini, penulis harap dapat menjadi masukan dan saran untuk Kurir Pasar Banjarbaru, yaitu:

1. Kurir Pasar harus lebih giat memperkenalkan layanan jasa dengan menekankan mekanisme akad syari'ah yang digunakan dan keunggulan-keunggulannya kepada orang yang masih belum mengerti dan awam terhadap akad *ijarah* dan *salam*.
2. Perluasan cakupan area dan jaringan, memperkenalkan usaha Kurir dengan menekankan mekanisme syari'ah yang di gunakan Kurir Pasar Banjarbaru dengan menawarkan harga yang lebih transparan. dan yang sangat penting menurut penulis yaitu membuat aplikasi android dan iOS Kurir Pasar Banjarbaru agar memudahkan konsumen memesan layanan jasa dan dapat mengakses system *tracking* lewat *smartphone*.

REFERENSI

Buku

- Afrizal, 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers
- Kuntjojo. 2009. *Metodologi Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI.
- Sedarmayanti, 2014. *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama).
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadi Suryabrata, 2012. *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers)

Jurnal & Skripsi

- Edy k, Anik s & M. Yusuf, (2016). *Jurnal: "Analisis SWOT terhadap Strategi Layanan Jasa Pengiriman Barang PT. Indopasifik Jayatama Situbondo"*, Situbondo
- Mulyadi, M. 2012. "Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 16, No. 1.

Wawancara

Wawancara dengan Indah Adriani S Founder Kurir Pasar Banjarbaru.

Website & Aplikasi

- Al-Bukhari, *Kitab Al-Ijarah (sewa-menyewa dan jasa)*, *hadist shahih al-bukhari* no 2106, <https://www.hadits.id/l/SyOjSwlCGtM>, diakses pada 17 mei 2021
- Ahmad, *Analisis SWOT Ala Nabi*. <https://muslimobsession.com/analisis-swot-ala-nabi/> Di akses pada 31 Mei 2021