ABSTRAK

Skripsi ini ditulis oleh Rodiatus Safitri NIM. 3722016 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Isalam Negri Sjech M Djamil Djambek Bukitinggi, tahun 2026. Skripsi ini **BERJUDUL "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PRODUK TEPUNG UBI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DENGAN MODEL DIVERSIFIKASI PRODUK (STUDI KASUS: JORONG SUNGAI TALEH NAGARI BERINGIN KECAMATAN PALEMBAYAN)",** dengan pembimbing Ibu Yenty Astarie Dewi SE.MM.

Penelitian ini dilatarbelakangin oleh penurunan penjualan produk tepung ubi di Jorong Sungai Taleh. Meskipun tepung ubi memiliki potensi besar sebagai bahan pangan sehat an bahan baku melimpah dari petani lokal, pengembangannya masih belum optimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan modal, teknologi produksi yang sederhana, kemasan yang monoton, belum adanya sertifikasi halal, serta pemasaran yang masih terbatas dari mulut ke mulut tanpa pemanfaatan media digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan usaha tepung ubi melalui model diversifikasi produk, penerapannya berdasarkan perspektif Manajemen Bisnis Syariah, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui studi lapangan. Data primer diperoleh melalui teknik observasi langsung dan wawancara mendalam bersama Bapak Ramli selaku pemilik usaha tepung ubi di Jorong Sungai Taleh, sedangkan data sekunder didapatkan melalui dokumen pendukung dari pemilik usaha serta data masyarakat setempat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pengembangan usaha tepung ubi melalui model diversifikasi produk belum berjalan optimal. Pelaku usaha masih berfokus menjual tepung ubi murni sebagai produk utama karena keterbatasan modal, peralatan, dan tenaga kerja untuk memproses produk turunan secara berkelanjutan. Selanjutnya, Pengelolaan usaha tepung ubi pada dasarnya telah sesuai dengan prinsip Manajemen Bisnis Syariah, yang ditunjukkan melalui penggunaan bahan baku halal berkualitas, proses pengolahan yang bersih bebas bahan kimia, transaksi yang jujur, pemeliharaan amanah dalam pengupahan tenaga kerja, serta komitmen memberikan kemaslahatan bagi perekonomian petani lokal sekitar. Serta, Kendala utama yang menghambat jalannya diversifikasi produk adalah keterbatasan teknologi mesin giling yang masih tradisional, belum adanya kemasan bermerek yang menarik, ketiadaan label sertifikasi halal, minimnya pemahaman pemasaran digital, serta ketatnya persaingan dengan produk tepung impor seperti terigu dan tapioka.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Daya Saing, Diversifikasi Produk, Tepung Ubi, Manajemen Bisnis Syariah.