

# "ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN USAHA TOKO ROTI UD WAHYU BAKKERY DI DESA TETEHOSI KECAMATAN IDANOGAWO KABUPATEN NIAS"

*by Zebua Rizal Ananda Alwi*

---

**Submission date:** 20-Nov-2023 09:48PM (UTC-0500)

**Submission ID:** 2234796075

**File name:** SKRIPSI\_RIZAL\_ANANDA\_ALWI\_ZEBUA.docx (4.68M)

**Word count:** 16264

**Character count:** 107424

**ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN USAHA TOKO  
ROTI UD WAHYU BAKKERY DI DESA TETEHOSI  
KECAMATAN IDANOGAWO KABUPATEN NIAS**

**SKRIPSI**



Oleh :

RIZAL ANANDA ALWI ZEBUA

NIM.2319420

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NIAS**

**2023.**

**ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN USAHA TOKO  
ROTI UD WAHYU BAKKERY DI DESA TETEHOSI  
KECAMATAN IDANOGAWO KABUPATEN NIAS**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Nias  
Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan Menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi.

Oleh:

**RIZAL ANANDA ALWI ZEBUA  
NPM. 2319420**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NIAS  
TA. 2023**



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS  
UNIVERSITAS NIAS  
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Jalan karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli  
Homepage: <https://fe.unias.ac.id>, [emailfe@unias.ac.id](mailto:emailfe@unias.ac.id)

---

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Penelitian : Analisis Swot Dalam Pengembangan Usaha Toko Roti UD  
Wahyu Bakkery Di Desa Tetehosi kecamatan Idanogawo  
Kabupaten Nias.

Nama : Rizal Ananda Alwi Zebua

NIM : 2319420

Program Studi : Manajemen

Gunungsitoli, November 2023

Dosen Pembimbing,

**Yupiter Mendrofa, S.E., M.M**  
**NIDN. 0112078103**





**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS**  
**UNIVERSITAS NIAS**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Jalan karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec.. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli  
Homepage: <https://fe.unias.ac.id>, [emailfe@unias.ac.id](mailto:emailfe@unias.ac.id)

---

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Rizal Ananda Alwi Zebua**  
Nim 2319420  
Program : Sarjana  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Menerangkan bahwa dengan ini sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang segera diujikan adalah benar-benar pekerjaan saya sendiri (bukan jiblanan) dan belum pernah dipergunakan atau dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga;
2. Semua sumber yang sudah saya gunakan telah saya cantumkan sebagaimana mestinya sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Apabila dikemudian hari terbukti/dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiblanan, maka saya siap menanggung resiko diperkarakan oleh Universitas Nias.

Demikian surat pernyataan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gunungsitoli, November 2023

Rizal Ananda Alwi Zebua

**© Hak Cipta Milik Universitas Nias, Tahun 2023 Hak  
Cipta Dilindungi Undang-Undang**

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ilmiah tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya, pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan Universitas Nias.*

*Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin Universitas Nias*

## **MOTTO**

“ YAKUSA (YAKIN USAHA SAMPAI)”

“Hidup ini harus dijalani dengan sungguh – sungguh, agar tidak lewat begitu saja kepada kita dengan sia - sia”.

**(Nurcholis Madjid)**

“Yakinkan dengan iman”

“Usahakan dengan ilmu”

“Sampaikan dengan amal”

**HMI (Himpunan Mahasiswa Islam)**

## **PERSEMBAHAN**

“ Dari puluhan lembar skripsi ini, tiada lembar yang paling indah di laporan skripsi ini, kecuali lembar persembahan, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada kedua pasang orang tua saya tercinta, saudara/I saya, keluarga besar saya, sahabat, teman-teman seperjuangan dengan saya yang selalu memberikan support untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau tidak lulus tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib, alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat seminar proposal, siapa paling cepat sidang skripsi dan bahkan siapa yang paling cepat lulus, bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Mungkin karena ada sesuatu alasan dibalik semua ini, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik”.

## ABSTRAK

Zebua, Rizal Ananda Alwi.2032. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Usaha Roti UD Wahyu Bakery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.Skripsi.Pembimbing Yupiter Mendrofa, S.E.,M.M

Skripsi ini membahas tentang Analisis SWOT Dalam Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakery, untuk mengetahui kendala yang dihadapi selama ini dalam pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakery dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakery dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan objek penelitian UD Wahyu Bakery. Sumber data diambil dari dokumentasi, hasil wawancara dan hasil observasi. Dalam penelitian ini, wawancara dengan berbagai pertanyaan tentang topik penelitian dilakukan secara langsung.

Hasil penelitian yang didapatkan dari hasil pengumpulan data dianalisis menggunakan analisis SWOT, IFAS dan EFAS. Berdasarkan hasil analisis faktor internal, kekuatan utama usaha roti UD Wahyu yaitu modal awal usaha termasuk ringan, banyaknya unit barang yang terjual sama dengan barang yang diproduksi, peralatan produksi yang digunakan mudah dan mampu mengifisiensi waktu dan harga terjangkau. Kelemahan utama yaitu rendahnya kualitas SDM dan sistem pemasaran yang belum terfokus. Faktor eksternal yang menjadi peluang utama yaitu tersedianya tenaga kerja di wilayah sekitar banyak, ketersediaan bahan baku dan tingkat permintaan produk tinggi. Ancaman utama yaitu adanya usaha baru yang mirip roti bakery dan adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru.

**Kata Kunci : Analisis SWOT, Usaha Roti, Strategi Pengembangan, Pertumbuhan(Growth)**

#### **ABSTRACT**

Zebua, Rizal Ananda Alwi Zebua.2023. *SWOT Analysis in the Development of UD Wahyu Bakery's Bread Business in Tetehosi Village, Idanogawo District, Nias Regency. Thesis. Mentor. Jupiter Mendrofa, S.E., M.M*

*This thesis discusses the SWOT Analysis in the Development of UD Wahyu Bakery's Bread Shop in Tetehosi Village, Idanogawo District, Nias Regency. The research aims to: understand the development of UD Wahyu Bakery's bread shop, identify challenges faced in the development of UD Wahyu Bakery's bread shop, and determine the development strategy for UD Wahyu Bakery's bread shop using SWOT analysis. This study adopts a descriptive research design with a qualitative approach, focusing on UD Wahyu Bakery as the research object. Data sources include documentation, interview results, and observational findings. Interviews were conducted directly with various questions related to the research topic.*

*The research findings, analyzed using SWOT, IFAS, and EFAS analyses, reveal key insights. Based on the internal factor analysis, the main strengths of UD Wahyu Bakery's bread business include a lightweight initial capital, balanced sales matching production, easily manageable production equipment, time-efficient processes, and affordable pricing. The main weaknesses include low-quality human resources and an unfocused marketing system. External factors that present opportunities include the availability of local workforce, a steady supply of raw materials, and high product demand. The primary threats involve similar new businesses and emerging competitors.*

**Keywords: SWOT Analysis, Bread Business, Development Strategy, Growth**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang maha Esa atas berkat, pertolongannya dan karuniaNya penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Analisis SWOT dalam pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias”.

Dalam penulisan Skripsi ini banyak sekali kendala yang dihadapi oleh peneliti, namun penulis dapat melewatinya dengan baik karena kasih dan kemurahan Tuhan Yang Maha Esa serta semua orang disekitar peneliti yang telah memotivasi dan mendukung. Dengan begitu Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Eliyunus Waruwu, S.Pt., M.Si sebagai Pj. Rektor Universitas Nias
2. Ibu Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M sebagai Plt. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
3. Bapak Yupiter Mendrofa, S.E., M.M sebagai Dosen Pembimbing dan juga sebagai Plt. Ketua Prodi Manajemen S1 yang telah mengarahkan penulis dalam menyusun Skripsi ini.
4. Kedua Orang Tua saya tercinta Bapak Alm Abdul Izman zebua dan Ibu Siti Rusnah Aceh, orang tua hebat yang selalu menjadi penyemangatnya saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tak henti-hentinya mendoakan, mencurahkan kasih sayang, perhatian, motivasi, nasihat, serta dukungan baik secara moral maupun finansial.
5. Adik - adik dan saudara saya terimakasih banyak sudah menjadi adik dan saudara yang baik.
6. Kekasih saya Firdan Nur Zalukhu yang selalu menyupport, menemani saya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Kawan saya Dewi Julianti Gea, dan Sandi Adnan Zai yang selalu membantu dan menyupport dalam pembuatan skripsi ini
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, baik langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan ini.

Dalam penulisan Skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, Peneliti menerima kritik dan saran yang membangun demi terciptanya rancangan Skripsi yang lebih baik serta bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Gunungsitoli,      November 2023  
Peneliti,

**RIZAL ANANDA ALWI ZEBUA**  
**NIM.2319420**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD. Wahyu Bakery .....	39
<b>1</b> Gambar 4.2 Grafik kartesius Analisis SWOT Usaha Roti Wahyu Bakery ..	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan .....	3
Tabel 2.1 Matriks SWOT .....	18
Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 4.1 Aspek Internal roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi.....	43
Tabel 4.2 IFAS ( <i>Internal Factors Analysis Summary</i> ) UD Wahyu Bakkery DesaTetehesi.....	44
Tabel 4.3 Aspek Eksternal Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi.....	48
Tabel 4.4 EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ) UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi .....	48
Tabel 4.5 Analisis SWOT Pada Usaha Roti UD Wahyu Bakkery .....	51
Tabel 4.6 Matriks SWOT .....	52



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR ISI.....	ii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunan Hasil Penelitian.....	6
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Entrepreneurship .....	8
2.1.1 Pengertian Entrepreneurship .....	8
2.1.2 Karakteristik Entrepreneurship .....	9
2.1.3 Faktor Pendorong Keberhasilan Entrepreneur .....	10
2.1.4 Konsep Manajemen Strategis.....	11
2.2 Analisis SWOT .....	12
2.2.1 Pengertian Analisis SWOT .....	12
2.2.2 Manfaat Analisis SWOT .....	14
2.2.3 Faktor Dalam Analisis SWOT .....	14
2.2.4 Tujuan Analisis SWOT .....	16
2.2.5 Metode Matriks SWOT.....	17
2.2.6 Matriks SWOT .....	18
2.2.7 Indikator Analisis SWOT.....	19
2.3 Pengembangan Usaha.....	19
2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha.....	22
2.3.2 Pentingnya Strategi Pengembangan Usaha.....	22
2.3.3 Indikator Pengembangan Usaha.....	24
2.4 Kerangka Berpikir .....	27
2.5 Penelitian Terdahulu .....	28

<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
3.2	Variabel Penelitian .....	32
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	34
3.4	Sumber Data.....	35
3.5	Instrumen Penelitian.....	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.7	Teknik Analisa Data.....	38
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1	Sejarah Toko Roti UD Wahyu Bakkery .....	39
4.1.2	Struktur Organisasi/Perusahaan.....	39
4.1.3	Tugas Dan Tanggung Jawab .....	40
4.2	Analisis Hasil Wawancara.....	40
4.2.1	Analisis Swot .....	41
4.2.2	Pengembangan Usaha.....	55
4.3	Analisis Hasil Pembahasan.....	59
4.3.1	Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.....	59
4.3.2	Kendala Dalam Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.....	62
4.3.3	Strategi Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias Dengan Menggunakan Analisis SWOT.....	62
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	69
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
	<b>Lampiran .....</b>	<b>73</b>

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Strategi dalam sebuah usaha merupakan hal dasar yang harus dimiliki dan dirawat dalam pelaksanaannya agar dapat digunakan secara maksimal. Hal penting dalam strategi adalah menciptakan nilai unggul yang tidak selaras dari lawan dengan cirikhas unik yang nantinya bisa menarik perhatian dari masyarakat yang selanjutnya akan menjadi pelanggan. Dalam penerapannya diperlukan manajemen strategik supaya dapat mencapai target serta tujuan yang sudah ditetapkan, dimana manajemen strategik yang dimaksud adalah analisis, keputusan dan tindakan organisasi dalam rangka membentuk serta mempertahankan keunggulan kompetitif.

Menurut Rangkuti (2018: 80), mengatakan bahwa “analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini -lini produk sendiri maupun pesaing”. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

Sementara menurut Robinson (2020: 229), mengatakan bahwa “SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan”. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor- faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

1 Dalam hal pengembangan ekonomi tidak terlepas dari usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penghasilan agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Diketahui bahwa ekonomi artinya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya serta keinginannya yang tidak terbatas dengan mengalokasikan sumber daya alam yang dapat habis. Banyaknya permintaan konsumen akan kebutuhannya membuat produsen meningkatkan hasil produksinya, sehingga dengan banyaknya permintaan konsumen akan suatu produk menjadikan interaksi antara konsumen serta produsen menjadi lebih baik.

1 Sinkron dengan posisi ini terdapat unit usaha kecil yang ada di Kecamatan Idanogawao, jadi aturan pengembangan disandarkan di berbagai unit industri kecil yaitu memberikan pelayanan, menciptakan produk layak makan dan papan. Indikator yang bisa dibanggakan atau diharapkan adalah unit makanan, utamanya unit kecil usaha roti yakni adanya peluang atau berpotensi agar bisa berkembang lebih baik. Pada usaha UD. Wahyu Bakkerry sudah menyiapkan produk sesuai selera konsumen walaupun tidak semuanya karena selera konsumen kadang berubah. Hal ini didukung dengan adanya permintaan dari konsumen untuk terus memproduksi roti yang dijadikan sebagai penganan dalam berbagai acara.

1 Industri kecil roti di Kecamatan Idanogawao tersebut hanya ada satu yaitu berada di desa tetelesi. Usaha ini sudah lama dirintis dengan ide bahwa belum ada tokoh roti yang secara khusus membuat roti yang berkualitas dan tahan lama di Kecamatan Idanogawao serta melihat adanya peluang pasar di kalangan anak sekolah, perkatoran, acara- acara formal. Sasaran awal industri kecil roti tersebut memang anak sekolah yaitu kerjasama dengan pemilik kantin yang ada disekolah-sekolah, mulai dari SD, SMP dan SMA. Kemudian melakukan kerjasama dengan beberapa toko grosir di berbagai Kecamatan, instansi pemerintah dan pihak- pihak yang berkeinginan.

1 Dalam melakukan pengembangan usaha tentu dipengaruhi beragam indikator, seperti indikator dari luar perusahaan ataupun dari dalam perusahaan sehingga memberikan dampak bagi organisasi bisa dalam

jumlah banyak serta sedikit. Misalnya keahlian sumber daya manusia, teknologi, ataupun kekayaan (modal). Dari berbagai faktor yang ada memiliki posisi yang berbeda yaitu sebagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi organisasi, sama halnya pada usaha roti UD. Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawao Kabupaten Nias.

Usaha roti UD. Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawao Kabupaten Nias berpeluang besar untuk berkembang lebih luas, tidak hanya di sekitaran Kecamatan Idanogawao tapi juga menarik pelanggan dari berbagai daerah yang dekat dengan Kecamatan Idanogawao. Hal ini dikarenakan toko roti di Kecamatan Idanogawao menjadi satu-satunya usaha yang bergelut dibidang pembuatan roti, sehingga mampu menarik banyak pelanggan dari berbagai daerah.

Berdasarkan pengamatan awal yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan bahwa pelaku usaha roti UD. Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawao Kabupaten Nias masih dikategorikan sebagai usaha kecil, melihat kondisi yang ada di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawao Kabupaten Nias usaha ini sangat memiliki potensi untuk dikembangkan karena tidak memiliki banyak saingan dalam mengembangkan usaha ini dan berdasarkan pendapat dari beberapa masyarakat setempat sebagai konsumen itu menyukai produk ini. Namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa sejak berdirinya usaha ini terhitung dari tahun 2019-2023 atau sekitar 5 tahun lamanya belum terlihat perkembangannya dengan baik terbukti dengan omset penghasilan yang tidak meningkat.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan**

No	Tahun	Jumlah Produksi
1	2019	864.000
2	2020	864.000
3	2021	201.600
4	2022	201.600
5	2023	201.600

Kendala demikian, tidak bisa dipungkiri sebagai penyebab kurang berkembangnya usaha roti UD, Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias, sehingga diperlukan strategi yang mampu menopang perkembangan usaha roti ini. Hal ini strategi yang akan dipergunakan yakni analisis SWOT agar mampu mengetahui strategi yang biasa digunakan dalam pengembangan usaha, seperti:

Faktor Kekuatan; faktor kekuatan yang dimaksud yaitu daya khusus yang terdapat dalam perusahaan yang berakibat pada pemilihan keunggulan komperatif karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan yang menunjang, memiliki produk andalan yang bisa dijadikan bahan untuk melawan dan sebagainya yang membuat lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan konsumen. Setiap organisasi pasti memiliki tenaga yang bisa memengaruhi organisasi lain. Perusahaan dengan kekuatan yang besar akan mampu bertahan melawan pesaing-pesaing yang ada.

Faktor Kelemahan: kelemahan yang dimaksud adalah kendala dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan perusahaan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja perusahaan yang memuaskan. Perusahaan harus bisa mengatasi kelemahan yang ada dengan berbagai cara agar terhindar dari kemunduran perkembangan. Sebuah perusahaan harus bisa mengatasi kelemahan yang dimiliki agar bisa lebih maju.

Faktor Peluang: peluang yaitu suatu kondisi lingkungan yang bisa memberikan dampak yang positif bagi suatu usaha. Peluang dalam hal ini berupa ruang yang mampu ditempati perusahaan untuk bergerak kearah perkembangan yang lebih menguntungkan. Organisasi harus mampu memanfaatkan peluang yang dimiliki sebaik mungkin agar bisa lebih berkembang. Peluang ini banyak macamnya seperti peluang dari segi pemasaran, produksi, distribusi maupun lingkungan sekitar.

Faktor Ancaman; ancaman yaitu sisi negatif dari peluang dengan variabel-variabel lingkungan yang kurang mendukung berjalannya proses usaha, untuk mengatasi ancaman yang bisa berdampak negatif untuk usaha yang dilakukan saat ini atau yang akan kita hadapi kedepan. Ancaman yang ada jika tidak diatasi secara tepat dan cepat akan berdampak negatif

dalam jangka panjang. Bagi setiap organisasi pasti tidak menginginkan memiliki ancaman yang bisa menghambat berjalannya kegiatan organisasi namun hal demikian pasti akan dijumpai setiap organisasi oleh karena itu harus bisa meminimalkan ancaman yang ada. Perusahaan harus mampu menghadapi setiap kendala yang muncul agar bisa bertahan dalam menghadapi persaingan.

Mengetahui lebih awal berbagai kekuatan, kelemahan, kesempatan atau peluang dan hambatan atau ancaman dalam memulai sebuah usaha sangat penting. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dapat dilihat dari aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan dan aspek produksi. Kesempatan dan ancaman dapat dilihat dari aspek ekonomi, sosial, politik dan lingkungan. Aspek ekonomi seperti aset, aspek sosial seperti hubungan dengan masyarakat, aspek politik seperti hubungan dengan pemerintah dan aspek lingkungan misalnya kondisi lingkungan usaha yang mendukung atau tidak.

Dari uraian latar belakang tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara ilmiah, dengan judul: Analisis SWOT dalam Pengembangan Usaha Toko Roti Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Dari uraian latar belakang penelitian tersebut di atas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis SWOT yang diterapkan dalam mengembangkan usaha roti Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.
2. Kendala yang dihadapi selama ini dalam pengembangan usaha roti Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.
3. Penerapan strategi usaha toko roti wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias dengan menggunakan Analisis SWOT.

### 1.3 Rumusan Masalah

Dari latar penelitian tersebut di atas, maka masalah penelitian secara dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengembangan usaha toko roti Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias?
2. Bagaimana cara menghadapi kendala dalam pengembangan usaha roti Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias?
3. Bagaimana strategi usaha toko roti wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias dengan menggunakan Analisis SWOT?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi tujuan adalah:

1. Untuk mengetahui pengembangan usaha roti Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi selama ini dalam pengembangan usaha roti Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias
3. Untuk mengetahui strategi usaha toko roti wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias dengan menggunakan Analisis SWOT.

### 1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis  
Penelitian ini dilakukan guna untuk menambah serta memperluas wawasan pengetahuan mengenai penerapan Analisi SWOT di Usaha roti Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Peneliti  
Sebagai salah persyaratan untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu pada Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
  - b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias



Sebagai bahan kajian dalam mengembangkan ilmu tentang Analisis SWOT dalam pengembangan usaha roti.

c. Bagi Objek Penelitian

Sebagai masukan sekaligus bahan evaluasi dalam menerapkan Analisis SWOT dalam pengembangan usaha roti.

d. Bagi Peneliti Lanjutan

Sebagai bahan referensi bagi peneliti lanjutan yang berkeinginan mengembangkan kajian tentang Analisis SWOT dalam pengembangan usaha roti.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Entrepreneurship

#### 2.1.1 Pengertian Entrepreneurship

Dalam literatur-literatur kewirausahaan yang ada, entrepreneurship didefinisikan secara berbeda oleh para ahli. Menurut sejarahnya, entrepreneurship berasal dari Bahasa Perancis, yakni *entreprendre* yang berarti melakukan (*to under take*), dalam arti melakukan kegiatan mengorganisir dan mengatur. Pengertian tersebut diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon pada tahun 1755 dalam tulisannya *Essai Sur La Nature du Commerce en General*. Pada waktu itu istilah *entrepreneur* merupakan sebutan bagi para pedagang yang membeli barang di daerah-daerah dan kemudian menjualnya dengan harga yang tidak pasti.

Menurut Stephen P. Robbins dan Marry Coulter (2018) mengatakan entrepreneurship atau kewirausahaan diartikan sebagai suatu proses yang harus oleh dilalui seorang individu ataupun kelompok yang menggunakan usaha atau bisnis serta media atau sarana yang terstruktur dan terorganisasi untuk mengejar peluang pasar dalam menciptakan suatu value yang dapat memenuhi kebutuhannya melalui produk atau layanan yang baru. Kemudian Lupiyaodi (2018) menjelaskan wirausaha adalah orang yang memiliki keterampilan yang kreatif dan inovatif yang dapat meningkatkan kesejahteraan untuk lingkungan, masyarakat bahkan untuk dirinya sendiri. Entrepreneurs merupakan orang yang memiliki keterampilan yang mampu untuk melihat sebuah peluang bisnis yang diperlukan serta tindakan yang sesuai dan tepat untuk mencapai kesuksesan.

Menurut Sarosa (2005: 2), dalam Suryo Pratolo dkk (2019: 5), mengatakan bahwa entrepreneur adalah seseorang yang memiliki visi, semangat dan melakukan suatu tindakan-tindakan yang dapat dibuktikan atau secara nyata dalam dunia usaha untuk menciptakan dan mengembangkan sendiri sumber-sumber pendapatan atau incomenya tanpa harus bergantung semata-mata kepada orang lain.

### 2.1.2 Karakteristik Entrepreneur

Seseorang dapat disebut sebagai seorang wirausaha sudah pasti telah memenuhi syarat dari sebuah definisi wirausaha itu sendiri, agar lebih jelas dapat dilihat ciri-ciri seorang wirausaha berikut ini (Fitria et al., 2022: 26).

1. Keinginan untuk dapat berprestasi Dalam kategori ini, sebuah kebutuhan dari hal yang mendasari untuk dapat diakui menjadi suatu hal yang berlaku sebagai adanya motivasi atau dorongan orang lain yang dapat memotivasi dalam pengejaran sehingga akan lebih terarah untuk dapat menyelesaikan target dan tujuan. Karena dalam mencapai suatu tujuan sendiri merupakan suatu hal yang menjadi target dari setiap individu.
2. Keinginan untuk bertanggung jawab Wiraswastawan menginginkan komitmen pribadi untuk bias mencapai tujuannya. Mereka menggunakan sumber daya mereka sendiri dan juga melakukan pekerjaan mereka sendiri untuk mencapai tujuan mereka serta menjaga objektivitas dari satu hasil yang didapat.
3. Referensi pada risiko-risiko menengah. Wiraswasta bukanlah orang yang hanya dapat mengandalkan keyakinan saja, melainkan perlu adanya pemikiran yang luas agar setiap target dapat tercapai, dalam hal ini membutuhkan tujuan yang pasti untuk menentukan arah jalannya usaha, dengan diimbangi tingkat kinerja yang terus dikembangkan, agar setiap usaha yang dijalankan dapat sesuai dengan target dan tujuan.
4. Persepsi pada kemungkinan berhasil. Kualitas terpenting dari kepribadian wirausahawan adalah yakin akan pengembangan keterampilan agar dapat mencapai keberhasilan. Meskipun setiap fakta tidak sepenuhnya benar, mereka tetap teguh dalam keyakinan mereka atas hak mereka sendiri dan melanjutkan tugas yang ada.
5. Rangsangan oleh umpan balik Jika ingin mengetahui bagaimana wirausahawan dapat melaksanakan tugasnya, apakah mereka melakukannya dengan cara yang baik atau buruk. Dengan mempelajari beberapa strategi efektif mereka, mereka mampu mencapai hasil kerja berkualitas lebih tinggi.

6. Aktivitas energik Dibandingkan dengan orang kebanyakan, Wirausahawan menghasilkan energi yang lebih intens. Mereka secara aktif terlibat dan memiliki sebagian besar waktu yang tersedia untuk melaksanakan tugas dengan cara baru. Mereka terus-menerus mendiskusikan rencana dan waktu perjalanan. Mereka didorong oleh Kesadaran ini untuk tetap jujur sepenuhnya dalam pekerjaan yang mereka lakukan.
7. Orientasi ke masa depan Wirausahawan membuat rancangan dan tujuan yang dikembangkan sehingga akan memiliki pemikiran untuk masa depan, mencari dan mengatasi potensi ancaman yang mungkin muncul di kemudian hari, sehingga dapat mengukur dan meminimalisir suatu resiko yang mungkin bisa terjadi dimasa yang akan datang.
8. Keterampilan dalam perorganisasian. Wirausahawan akan menekankan pentingnya orang dalam mengatur pekerjaan agar dapat mencapai tujuan. Mereka cukup objektif ketika memilih tuntutan tugas untuk setiap individu. Untuk dapat memastikan suatu pekerjaan dapat dilakukan dengan baik, mereka akan mempekerjakan orang-orang yang ahli pada bidangnya dan akan melatih mereka sebagai karyawan.
9. Sikap diarahkan pada uang Imbalan adalah arti penting dari dua sisi relatif terhadap kinerja kerja mereka. Mereka hanya menggunakan uang untuk memenuhi tujuan mereka sebagai bayaran atas keterampilan mereka.

### 2.1.3 Faktor Pendorong Keberhasilan Entrepreneur

Adapun yang menjadi faktor pendorong keberhasilan entrepreneur seperti yang dikemukakan Suryana dalam Dinar (2020: 31), dimana keberhasilan dalam kewirausahaan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut:

1. Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Sebaliknya, orang yang memiliki kemauan dilengkapi

dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.
3. Kesempatan dan peluang. Ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

#### 2.1.4 Konsep Manajemen Strategis

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara dan upaya agar tujuan tersebut dapat dicapai (Prasnowo, Baskor, & Astuti, 2019). Manajemen strategis secara spesifik diarahkan untuk menyikapi perubahan lingkungan yang dinamis dan atau menyikapi tuntutan peningkatan kinerja organisasi. Novianto (2019: 14), memberikan karakteristik Manajemen strategis yaitu: 1) Bersifat jangka panjang; 2) Bersifat dinamis; 3) Perlu dimotori oleh unsur-unsur pada manajemen tingkat puncak; 4) Berorientasi masa depan; 5) Senantiasa harus didorong dan didukung dalam pelaksanaannya oleh semua sumber daya ekonomi yang tersedia.

Menurut Arthur dalam bukunya Yunus mendefinisikan bahwa strategi terdiri dari tindakan kompetitif dan teknik bisnis untuk mencapai hasil yang baik sesuai dengan target. Strategi fundamental setiap bisnis membahas empat masalah:

1. Mengidentifikasi dan menetapkan standar kualifikasi hasil yang harus dicapai dan dijadikan target bisnis dengan tetap memperhatikan kebutuhan pihak yang membutuhkan.
2. Evaluasi dan pemilihan strategi yang paling efektif untuk mencapai tujuan.

3. Langkah-langkah dari awal sampai kesimpulan dipertimbangkan dan ditentukan.
4. Penetapan dan pertimbangan tolak ukur dan ukuran standar yang akan digunakan dalam mengevaluasi keberhasilan usaha yang bersangkutan

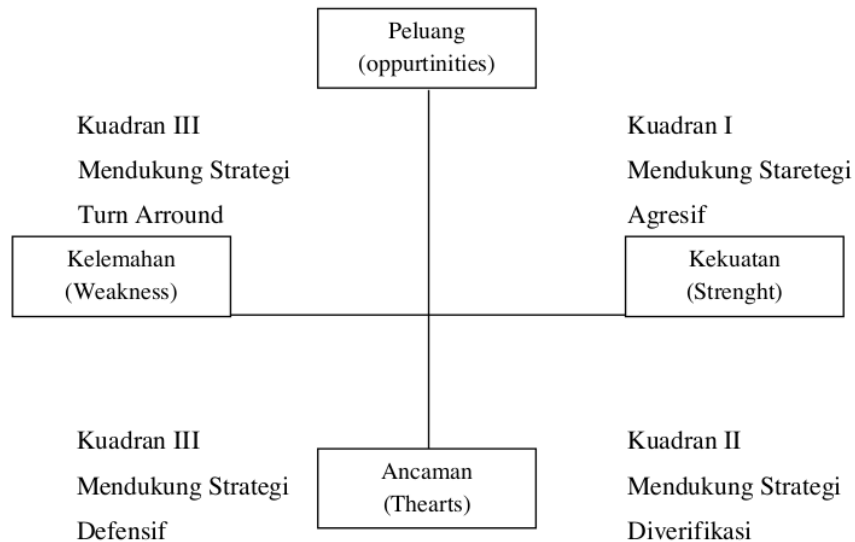
## 2.2 Analisis SWOT

### 2.2.1 Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT secara umum merupakan pendekatan yang mencoba untuk menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman eksternal perusahaan. Kata SWOT adalah singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Menurut Said dan Saleh (2019) analisis SWOT disebut sebagai evaluasi secara keseluruhan terkait kekuatan, kelemahan, peluang ataupun ancaman. Sehingga analisis SWOT ini dapat digunakan sebagai cara guna mengamati lingkungan pemasaran internal ataupun eksternal dari sebuah organisasi.

Sedangkan Menurut Rangkuti (2018: 20), analisis SWOT merupakan suatu proses yang mengevaluasi keadaan lingkungan eksternal untuk kekuatan dan kelemahan lingkungan internal secara rinci, serta mengevaluasi keadaan peluang dan ancaman di lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi faktor – faktor yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Lebih lanjut Rangkuti menjelaskan bahwa analisis SWOT ini mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi dalam perusahaan. Analisis ini terdiri dari empat unsur yaitu, kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*). Dalam menggunakan analisis SWOT disini sebuah perusahaan dapat mengatur strategi dan mengidentifikasi perencanaan dalam menentukan apa yang di inginkan dengan tujuan untuk mempertahankan jangka panjang sebuah perusahaan.

Gambar 2.1  
Diagram Analisis SWOT



Sumber: Freddy Rangkuti (2018)

Gambar 2.1 di atas menunjukkan bahwa :

- Kuadran I mengartikan bahwa posisi perusahaan sangat menguntungkan karena memiliki faktor dari dalam dan luar yang positif yaitu peluang dan kekuatan. Seni manajemen yang bisa diberlakukan yaitu mendorong aturan pengembangan yang secara cepat (*Growt orientel Strategy*)
- Kuadran II dimana perusahaan dihadapkan pada keadaan dengan berbagai anacaman, namun posisi ini masih memiliki kekuatan yang nantinya akan dimanfaatkan untuk menghadapi ancaman. Seni manajemen yang bisa dipakai pada situasi ini ialah hak taktik diversifikasi (produk jasa) peluang jangka panjang.
- Kuadran III menunjukkan posisi peluang yang sangat besar yang dapat digunakan untuk menghadapi berbagai kendala yang timbul dari kelemahan. Fokus strategi yakni mengecilkan problem – problem internal organisasi untuk mengambil peluang pasar yang cukup bagus.

d) Kuadran IV ialah kondisi yang benar – benar buruk atau tidak menguntungkan karena atas berbagai kendala dari kelemahan dan berbagai ancaman yang ada. Strategi yang dapat diterapkan adalah strategi bertahan atau defensive. Dimana taktik ini merupakan pilihan terakhir yang memungkinkan dilaksanakan oleh perusahaan.

### 2.2.2 Manfaat Analisis SWOT

Metode analisis SWOT merupakan metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisis biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari sisi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Analisis SWOT merupakan instrument yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis SWOT berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi (Mariantha, 2018: 16-17).

### 2.2.3 Faktor Dalam Analisis SWOT

Menurut Purwanto dalam Dj. Rusmawati (2017: 919). Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

#### 1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini bertujuan untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman organisasi ini, Faktor Eksternal yaitu:

##### a. Peluang (*Opportunities*)

Adalah faktor-faktor lingkungan luar atau eksternal yang positif, secara sederhana dapat diartikan sebagai setiap situasi lingkungan yang yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau satuan bisnis.



b. Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang dimaksud dalam analisis SWOT yang bisa terjadi di lapangan adalah:

- a. Harga bahan baku yang fluktuatif
- b. Masuknya pesaing baru di pasar.
- c. Pertumbuhan pasar yang lambat.
- d. Pelanggan yang memiliki kepekaan terhadap harga dapat pindah ke pesaing yang menawarkan harga murah.
- e. Pesaing yang memiliki kapasitas yang lebih besar dan daya jangkau luas.

2. Faktor Internal

Faktor internal ini bertujuan untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan organisasi ini, Faktor Internal yaitu:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Unsur pertama dari SWOT adalah kekuatan (*Strengths*), yang dimaksud dengan kekuatan (*Strengths*) adalah semua potensi yang dimiliki perusahaan dalam mendukung proses pengembangan perusahaan, seperti kualitas sumber daya manusia, fasilitas-fasilitas perusahaan baik bagi SDM maupun bagi konsumen dan lain-lain. Yang dimaksud faktor-faktor kekuatan adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada kepemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Contoh: kekuatan pada sumber daya keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, dan kepercayaan bagi berbagai pihak yang berkepentingan atau yang berkaitan.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Adalah analisis kelemahan, dimana situasi dan kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu perusahaan pada saat ini. Tepatnya terdapat kekurangan pada kondisi internal perusahaan, akibatnya kegiatan-kegiatan perusahaan belum bisa terlaksana secara maksimal. Misalnya: kekurangan dana, karyawan kurang kreatif dan malas, tidak adanya teknologi yang memadai dan sebagainya.

#### 2.2.4 Tujuan Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT ini banyak digunakan oleh banyak orang sebagai untuk membantu penyusunan strategi yang baik dan terkonsep dalam organisasi ataupun perusahaan. Fajar Nur Aini (2020: 9-10) menjelaskan tentang tujuan analisis SWOT, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kondisi dan keadaan lingkungan pribadi. Analisis ini dapat mengidentifikasi secara rinci dengan diri secara pribadi dengan kemungkinan yang kita lihat sekaligus melihat seperti apa lingkungan sosial di sekitar kita. Dengan mengetahui lingkungan sosial kita dapat melihat seberapa baik peluang yang kita miliki sejalan dengan potensi kita.
2. Untuk menganalisis keadaan internal lembaga dan lingkungan eksternal lembaga. Seperti yang kita ketahui atau lihat, analisis SWOT ini dilakukan oleh organisasi dan perusahaan sebagai pendekatan strategi bisnis. Analisis SWOT memungkinkan organisasi atau perusahaan untuk menemukan keadaan internal dan eksternalnya. Kondisi internal ini merupakan bentuk kekuatan dan kelemahan organisasi, dan kondisi eksternal merupakan bentuk peluang dan hambatan dalam kepemilikan perusahaan.
3. Untuk mengetahui sejauh mana kita dalam lingkungan dekat. Analisis SWOT membantu kita menemukan apa yang kita lihat tentang lingkungan di sekitar kita. Misalnya, Anda adalah pemilik perusahaan yang mengirimkan barang. Hasil analisis SWOT akan memberi tahu Anda apakah perusahaan Anda dikenal baik oleh pasar atau masih kalah dari perusahaan sejenis yang melakukan hal yang sama.
4. Untuk mencari lokasi perusahaan atau organisasi di antara perusahaan atau organisasi yang lain. Mengidentifikasi empat unsur dalam analisis SWOT yaitu, kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, dan yang akan membantu dalam melihat posisi perusahaan yang menggunakan layanan dan produk serupa. Dengan hasil metode analisis SWOT memudahkan untuk mengidentifikasi mana pesaing yang berada di atas atau dibawah perusahaan dengan melihat posisi perusahaan untuk melakukan

perbandingan dengan perusahaan yang melakukan penawaran produk dan layanan yang sama.

5. Untuk menentukan kemampuan perusahaan melakukan bisnis dengan para pesaingnya. Mengetahui kekuatan dan kelemahan diri Anda dan organisasi Anda dapat membantu kita mengetahui seberapa jauh kita berada di lingkungan kita. Sebagai sebuah perusahaan, analisis SWOT membantu dalam menentukan apakah suatu produk atau layanan yang ditawarkan dapat bersaing dengan pesaing yang menawarkan layanan atau produk serupa. Hal ini memudahkan untuk menentukan strategi yang tepat untuk menghadapi pesaing yang ada.

### 2.2.5 Metode Matriks SWOT

Dalam melakukan penyusunan faktor- faktor strategis perusahaan dapat memakai alat analisis yaitu matriks SWOT. Dengan menggunakan matriks SWOT ini dapat memberikan suatu gambaran yang jelas terkait bagaimana sebuah peluang serta ancaman eksternal yang dihadapi oleh suatu perusahaan dan dapat dilakukan penyesuaian dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Matriks yang dipakai dalam analisis SWOT adalah matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan Matriks TOWS.

1. *Internal Factor Evaluation* (IFE) Menurut (Rangkuti, 2018) matriks IFE memiliki tujuan untuk mengidentifikasi terkait faktor – faktor strategis internal suatu perusahaan guna mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan untuk kemudian menyusun suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan merumuskan faktor- faktor strategis internal tersebut ke dalam kerangka strengths dan weaknesses perusahaan.
2. *External Factor Evaluation* (EFE) Menurut (Rangkuti, 2018) matrik EFE memiliki tujuan untuk mengidentifikasi terkait faktor–faktor strategis eksternal suatu perusahaan guna mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman untuk kemudian menyusun suatu tabel EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) dan

merumuskan faktor- faktor strategis eksternal tersebut ke dalam kerangka opportunities dan threats perusahaan.

### 2.2.6 Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi organisasi atau perusahaan yang menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Menurut (Rangkuti, 2018), matriks SWOT ini akan menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi SO. Strategi ini dibuat didasarkan pada jalan pemikiran perusahaan, yakni dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar – besarnya.
2. Strategi ST. Strategi ini dibuat dengan menggunakan kekuatan untuk yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang akan dihadapi perusahaan.
3. Strategi WO. Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang ada.
4. Strategi WT. Strategi ini dibuat berdasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensif dan berusaha meminimalisir kelemahan yang ada dan menghindari ancaman

**Tabel 2.1**  
**Matriks SWOT**

IFAS EFAS	STRENGTH (S) (Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal)	WEAKNESS (W) (Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal)
OPPORTUNITI ES (O) (Tentukan 5-10 faktor peluang)	Strategi SO daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang	Strategi WO daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari

eksternal)	ada	peluang yang ada
THREATS (T) (Tentukan 2-10 faktor ancaman eksternal)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti (2018)

### 2.2.7 Indikator Analisis SWOT

Menurut (Rangkuti, 2018: 14), Adapun yang menjadi indicator dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Internal Factor Evaluation* (IFE), dimana memiliki tujuan untuk mengidentifikasi terkait faktor – faktor strategis internal suatu perusahaan guna mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan untuk kemudian menyusun suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan merumuskan faktor- faktor strategis internal tersebut ke dalam kerangka Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) perusahaan.
2. *External Factor Evaluation* (EFE), dimana memiliki tujuan untuk mengidentifikasi terkait faktor–faktor strategis eksternal suatu perusahaan guna mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman untuk kemudian menyusun suatu tabel EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) dan merumuskan faktor- faktor strategis eksternal tersebut ke dalam kerangka Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) perusahaan.

### 2.3 Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan suatu kegiatan perluasan skala, inovasi produk, perluasan pasar, dan inovasi pasar. Usaha atau bisnis adalah kegiatan menghasilkan suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang harapannya mampu menghasilkan keuntungan melalui tahap realisasi nilai dan transaksi (Sulaiman dan Asmawi, 2022).

Untuk itu diperlukan proses dalam manajemen strategi pengembangan suatu usaha. Proses tersebut mengikuti tiga fase, yaitu pertama, mengembangkan strategi dengan melibatkan visi dan misi organisasi berdasarkan analisis SWOT terhadap lingkungan internal dan eksternal untuk mengetahui kelemahan, kekuatan, ancaman, dan peluang. Kedua, mengembangkan tujuan sebagai kejelasan visi dan misi yang ditetapkan dengan rinci dan jelas. Ketiga, mengembangkan strategi dengan kesepakatan bersama untuk mencapai visi dan misi sebuah perusahaan yang sudah ditetapkan (Ahmad, 2020: 16).

Santoso (2021: 4), menjelaskan nada dua unsur yang penting dalam pengembangan usaha, yaitu:

#### 1. Unsur internal

- a. Adanya keinginan pebisnis untuk mengembangkan dan memper besar usahanya.
- b. Memahami teknik menciptakan produk yang dimulai dari jumlah produk, cara pengembangannya dan lainnya.
- c. Membuat anggaran untuk mengetahui besarnya pengeluaran dan pemasukan.

#### 2. Unsur eksternal

- a. Mendapatkan anggaran usaha tidak hanya bergantung pada anggaran dari dalam.
- b. Memahami situasi lingkungan usaha.
- c. Mengikuti perkembangan informasi usaha.
- d. Harga dan mutu produk.
- e. Jangkauan rentetan produk.

Pelaksanaan pengembangan usaha, di harapkan seorang wirausaha akan melakukan pengembangan usaha dengan melalui beberapa tahapan dalam pengembangan usaha (Mahmud, 2019: 105), yaitu:

1. Memiliki ide usaha. Wirausaha pada awal usahanya berasal dari ide usaha. Ide usaha yang dimiliki oleh seorang wirausaha berasal dari berbagai sumber, seperti ide usaha dapat muncul ketika melihat keberhasilan usaha orang lain dengan pengamatan, ide usaha juga dapat

muncul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha. Ide usaha biasanya bisa timbul dikarenakan melihat keberhasilan usaha dari orang lain dengan pemantauan.

2. Penyaringan ide atau konsep usaha. Pada Ide usaha yang dimiliki oleh wirausaha akan dituangkan dalam konsep usaha yang nantinya akan disaring ide usahanya yang mana nantinya ide tersebut akan dituangkan ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik, penyaringan ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha baik secara formal maupun informal.
3. Pengembangan rencana usaha (*business plan*) Wirausaha merupakan orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu komponen utama dalam perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh wirausaha ialah dengan memperhitungkan proyeksi laba rugi dari usaha yang dijalankan. Dalam penyusunan rencana usaha para wirausaha mempunyai perbedaan dalam membuat rincian rencana usaha.
4. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis atau tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, tenaga kerja untuk melanjutkan kegiatan bisnisnya, dan lainnya. Mengidentifikasi langkah-langkah sangat diperlukan dalam pengembangan usaha, untuk memahami secepat mana usaha berkembang, maka kita harus membahas mengenai langkah-langkah yang telah dilakukan untuk kebutuhan perencanaan, dan membuat jadwal yang jauh lebih rinci. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha. Rincian ini akan menolong para wirausaha dalam menetapkan rencana kemajuan yang nyata.

### 2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha terus diteliti oleh berbagai pihak guna menemukan solusi yang tepat untuk



dapat mengembangkan di berbagai bidang usaha, karena telah kita sadari bahwa perkembangan bidang usaha merupakan penggerak utama pembangunan nasional dan harus ditekankan pada pemberdayaan ekonomi rakyat, salah satunya usaha mikro. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut tidak terlepas dari permasalahan usaha yang ada, faktor-faktor pengembangan usaha tersebut di antaranya Menurut Januar (2017: 5) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap pengembangan usaha.

1. faktor internal

- a. permodalan.
- b. sumber daya manusia yang terbatas.
- c. lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil.

2. Faktor eksternal

- a. iklim usaha yang sepenuhnya belum kondusif.
- b. terbatasnya sarana dan prasarana usaha.
- c. terbatasnya akses ke pasar.

### 2.3.2 **Pentingnya Strategi Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha merupakan kegiatan dalam menetapkan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dimasa yang akan datang. Selain itu, strategi menunjukkan cara suatu usaha untuk mencapai posisi startegisnya. Persaingan yang sangat ketat antar usaha yang sejenis menuntut manajemen untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Manajemen sangat diperlukan untuk menerapkan strategi pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan usaha yang dinamis. Semakin tepat dan akurat strategi usaha yang diterapkan maka akan semakin mampu perusahaan bertahan dalam persaingan bisnis dan menegaskan bisnisnya dalam persaingan yang unggul (Rangkuti, 2017: 111).

Alasan suatu usaha perlu untuk menerapkan strategi pengembangan usaha dikarenakan semakin meningkatnya persaingan usaha di dunia



industri. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk memberikan perhatian pada kebutuhan dan keinginan pasar serta para pelanggannya dan selalu berusaha untuk memenuhinya.

Salah satu tindakan yang bisa dilakukan oleh suatu usaha yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan dibandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing. Strategi pengembangan usaha adalah kegiatan memberdayakan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk pencapaian sasaran perusahaan. Dalam penerapan strategi pengembangan usaha terdapat dua hal pokok yang harus dipahami oleh perusahaan yaitu *distinctive competence* dan *competitive advantage*.

*Distinctive competence* biasa juga disebut dengan kompetisi khusus, menunjukkan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk berkinerja dengan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Perusahaan dengan kekuatan yang tidak bisa ditiru oleh pesaing dianggap sebagai perusahaan yang memiliki kompetisi khusus. *Distinctive competence* mewakili keterampilan tertentu dalam perusahaan yang mencakup keterampilan karyawan dan keterampilan sumber daya yang lainnya. Kedua elemen tersebut mengindikasikan bahwa suatu perusahaan lebih unggul dari pesaingnya. Kemampuan untuk melakukan riset pasar yang lebih baik memungkinkan perusahaan untuk mengetahui dengan tepat apa yang diinginkan oleh konsumen mereka, sehingga perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik dari pada pesaingnya.

*Competitive advantage* atau dengan keunggulan kompetitif, yakni keputusan strategi perusahaan untuk menangkap peluang pasar. Keunggulan dalam bersaing dapat dicapai oleh perusahaan ketika produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama dengan pesaing, namun dari segi harga yang ditawarkan lebih rendah dengan memperhatikan skala ekonomi, efisiensi produk, penggunaan teknologi, kemudahan akses bahan baku, dan hal yang lainnya. Pilihan strategi pengembangan usaha yang baik bagi perusahaan sangat diperlukan

guna untuk membaca dan menilai faktor lingkungan internal perusahaan. Lebih jauh menilai dan membaca faktor lingkungan internal perusahaan tidak kalah pentingnya, karena hal ini sama pentingnya ketika berhadapan dengan lingkungan yang terus berkembang baik dalam mengidentifikasi peluang maupun ancaman yang berasal dari luar perusahaan. Melihat kondisi tersebut maka strategi pengembangan yang tepat untuk diimplementasikan yaitu strategi intensif, yang lebih menekankan pada strategi pengembangan produk (Nasfi, 2022: 106-108)

### 2.3.3 Indikator Pengembangan Usaha.

menurut penelitiann Agustina, Tin dkk, (2016). Menyatakan bahwa indikator pengembangan usaha terdiri dari :

#### 1. Peningkatan Pendapatan

Dalam pengembangan usaha, tidak akan lepas dari upaya peningkatan pendapatan. Peningkatan pendapatan dalam suatu kegiatan usaha yang telah dilakukan dalam periode tertentu sangat penting bagi setiap pengusaha, antara lain untuk meningkatkan pendapatan. Dengan meningkatnya pendapatan maka perusahaan atau usaha tersebut dapat dikatakan mengalami perkembangan yang positif. Dalam pengembangan usaha perlu adanya peningkatan pendapatan untuk terus menjagaeksistensi usaha tersebut terus berjalan.

Dengan demikian perlu adanya strategi pengembangan yang terintegrasi diharapkan usaha yang dijalankan menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan kompetitif. Karakteristik usaha yang memiliki keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut: (a) memiliki kualitas SDM yang baik, (b) pemanfaatan teknologi yang optimal, (c) mampu melakukan efisiensi dan meningkatkan produktivitas, (d) mampu meningkatkan kualitas produk, (e) memiliki akses promosi yang luas, (f) memiliki sistem manajemen kualitas yang terstruktur, (g) sumber daya modal yang memadai, (h) memiliki jaringan bisnis yang luas, dan (i) memiliki jiwa kewirausahaan.

## 2. Peningkatan Jumlah Pelanggan

Semakin pesat kemajuan dari segala aspek pada era globalisasi menyebabkan terjadinya perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat. Kondisi ini menjadi peluang bagi pengusaha untuk berinvestasi. Semakin ketatnya persaingan bisnis, perusahaan harus menciptakan pemikiran-pemikiran baru mengenai cara mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan. Keberhasilan usaha di bidang restoran sangat ditentukan oleh kemampuan menyediakan produk dan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang berdampak kepada peningkatan jumlah konsumen.

## 3. Peningkatan kualitas produk

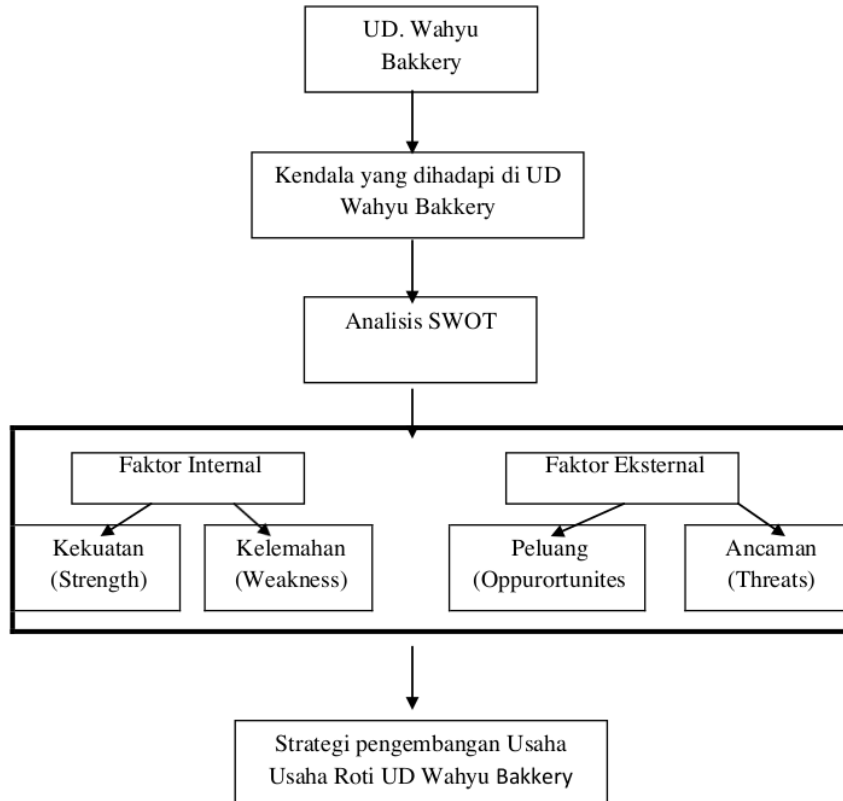
Kualitas produk yang tinggi adalah merupakan salah satu dari lima keunggulan kompetitif yang dapat dipergunakan untuk unggul dalam persaingan bisnis. Dengan kualitas produk yang tinggi dapat dipergunakan sebagai senjata ampuh untuk menang dalam persaingan. Produk dikatakan berkualitas apabila produk dapat memenuhi kebutuhan dan melebihi harapan konsumen, serta memenuhi dimensi kualitas dari segi performa (*performance*), keistimewaan (*features*), keandalan (*reliability*), konformasi (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*service ability*), estetika (*aesthetics*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan adalah melalui penelitian dan pengembangan produk, pengamatan daur kehidupan produk, total quality manajemen, atribut produk serta diferensiasi produk. Tujuan dari peningkatan kualitas adalah agar produk tetap diminati, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen sehingga tujuan perusahaan untuk eksis, tumbuh, dan berkembang dapat dicapai.

#### 4. Peningkatan Kualitas Sumber daya Manusia

Era globalisasi membuka mata kita untuk melihat ke masa depan yang penuh tantangan dan persaingan. Era kejayaan yang tidak dibatasi waktu dan tempat membuat SDM yang ada selalu ingin meningkatkan kualitas dirinya agar tidak tertinggal dari yang lain. Tinggi rendahnya kualitas SDM antara lain ditandai dengan adanya unsur kreativitas dan produktivitas yang direalisasikan dengan hasil kerja atau kinerja yang baik secara perorangan atau kelompok. Program peningkatan kualitas SDM melalui pendidikan akan memberikan manfaat pada lembaga berupa produktivitas, moral, efisiensi kerja, stabilitas, serta fleksibilitas lembaga dalam mengantisipasi lingkungan, baik dari dalam maupun ke luar lembaga yang bersangkutan. Rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat kita sangat berdampak pada rendahnya kualitas tenaga kerja yang dimiliki. Upaya-upaya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan sumber daya manusia guna pengembangan usaha adalah dengan melalui pelatihan yang berdasarkan kompetensi yang dibutuhkan, memberdayakan sanggar-sanggar kegiatan belajar yang ada dengan berbagai keterampilan ekonomi produktif, meningkatkan hubungan antara lembaga pendidikan dan industri sehingga relevansi pendidikan dapat ditingkatkan, memperkuat landasan kultural pendidikan sebagai terapi budaya, dan mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah yang tangguh, serta membangkitkan karsa di tengah-tengah masyarakat.

## 2.4 Kerangka Berpikir

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berpikir Penelitian**



*Sumber : Olaha Penulis (2023)*

Gambar 2.2. diatas merupakan kerangka berfikir penulis dalam melakukan penelitian ini. Dapat dilihat melalui gambar diatas bahwa pelaku usaha atau yang menjadi objek penelitian yaitu UD. Wahyu Bakkery akan melaksanakan kegiatan usaha pembuatan berbagai jenis roti yang akan dipasarkan kepada konsumen. Dimana UD Wahyu Bakkery mwmiliki kendala Yang selanjutnya di proses oleh analisi SWOT dengan melihat beberapa faktor internal dan faktor eksternal yaitu faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Pengembangan usaha yang dilakukan UD. Wahyu Bakkery akan dianalisis dengan Analisis SWOT Sehingga memudahkan UD. Wahyu Bakkery untuk menentukan Strategi Pengembangan Usaha yang tepat untuk menghadapi pesaing yang ada.

## 2.5. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2**  
**Peneliti Terdahulu**

Nama peneliti terdahulu	Judul penelitian	Hasil penelitian
Yani Subaktilah, Nita Kuswardani, Sih Yuwanti (2017)	ANALISIS SWOT:FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PADA PENGEMBANGAN USAHA GULA MERAH TEBU (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan usaha tebu merah. Penelitian ini menggunakan metode internal factor evaluation (IFE) dan eksternal factor evaluation (EFE). Analisis faktor internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan internal perusahaan yang dapat digunakan dan kelemahan yang dapat diantisipasi. Analisis faktor eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang dapat dihindari. Keluaran skor dari matriks IFE dan EFE

		semuanya terkategori dengan total skor 812 untuk faktor internal dan 3,0315 untuk faktor eksternal. Skor keduanya berada di atas 5 yang berarti posisi internal cukup kuat. Sehingga memiliki kemampuan di atas rata-rata untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk mengantisipasi kelemahan dan ancaman internal.
Istiqomah dan Irsad, Andriyant o (2018)	Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh beberapa pengusaha kecil yang sulit berkembang karena tidak memiliki tempat untuk memasarkan produknya, kualitas sumber daya manusia yang kurang terlatih sehingga menghambat proses produksi, perusahaan tidak memiliki pengelolaan keuangan yang baik sehingga kesulitan untuk pengelolaan dana, dengan persaingan yang semakin ketat. Persaingan yang muncul lebih pada

		<p>produk jenang dari luar Kaliputu dan masuknya produk substitusi jajanan lain yang lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman. Dari ancaman yang ada maka setiap UMKM atau industri jenang yang ada di desa wisata Kaliputu Kudus harus melakukan inovasi varian baru agar dapat bersaing di pasar dan tidak kalah dengan produk lainnya.</p>
<p>ImasWidowati Daisy Ade Riany Ferdinandrianto (2022)</p>	<p>ANALISIS SWOT UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS KULINER (STUDI KASUS PADA UMKM PAPAT SODARA FOOD PURWAKARTA)</p>	<p>Penelitian ini bersifat deskriptif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan caraobservasi, wawancara, dan kuisioner. Analisis data menggunakan analisis SWOT. Analisis ini memperhatikan faktor Internal (Strengths dan Weaknesses) dan factor eksternal (Opportunities dan Threats). Hasil analisis menunjukkan bahwa total skor faktor internal sebesar 3,57 dan total skor factor eksternal sebesar 3,73 dimana dariskor yang didapatkan</p>



		<p>termasuk kedalam Kuadran 1. Kuadran 1 merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan dan peluang, seperti produk makanan dipertahankan, mempergencar promosi dan pelayanan terhadap konsumen. Untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memperhatikan peluang pasar. Strategi ini perlu ditunjang dengan penetrasi pasar (market penetration), pengembangan pasar (market development), dan pengembangan produk (product development).</p>
--	--	---

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Menurut Arikunto (2019: 136), metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Jenis-jenis metode penelitian dapat diklarifikasikan berdasarkan tujuan dan tingkat kelamahan objek yang diteliti. Jenis penelitian dan analisisnya (Gunadarma Ilmu 2018: 42-25). Penelitian dibedakan menjadi 3 yaitu:

1. Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis yang mendalam.

2. Penelitian Kuantitatif

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang merupakan infestasi sistematis mengenai sebuah fenomena atau situasi dengan mengumpulkan data yang dapat diukur menggunakan teknis statistik, matematika atau komputasi.

3. Penelitian gabungan kualitatif dan kuantitatif adalah penelitian yang datanya terdiri dari data kualitatif dan data kuantitatif sehingga analisis datanya pun menggunakan analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif.

Dari penjelasan tersebut diatas, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian riset kualitatif bersifat deskriptif. Penelitian ini akan menganalisa serta menarik kesimpulan penelitian secara deskriptif dan sistematis berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari Usaha Roti Wahyu Bakkery di Desa Tetelesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Variable penelitian merupakan atribut dari kelompok atau objek penelitian yang mempunyai hubungan variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok tersebut. Istilah variabel ini dapat juga diartikan bermacam-macam. Dalam suatu penelitian variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Sering pula

dinyatakan variabel penelitian itu sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti (Suryabrata, 2018: 25).

Dari uraian tersebut diatas, dalam penelitian ini Variabel yang dibahas adalah Analisis SWOT dengan Indikator : *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), dan Variabel pengembangan usaha dengan indikator : peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas sumber daya manusia.

### 3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UD. Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo, Kabupaten Nias, Sumatera Utara

**Table 3.1**  
**Jadwal Penelitian**

Kegiatan	Jadwal																							
	Mei 2023			Juni 2023			Juli 2023				Agustus 2023				September 2023				Oktober 2023					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kegiatan Proposal Skripsi	■	■	■																					
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing				■	■	■	■																	
Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi								■	■	■	■	■	■											
Persiapan Seminar													■	■	■	■								
Seminar Proposal Skripsi																	■	■						
Persiapan Penelitian																			■					
Pengumpulan																						■		



### 3.5 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti itu sendiri, maka dari itu penulis akan terlibat aktif dalam penelitian yang akan dilakukan mulai dari pengumpulan data, analisis data, dan diskusi hasil hingga sampai menulis dan menyajikan diskusi hasil temuan penelitian sampai dengan penyimpulan persepsi.

Fitria Widiyani (2021: 71). menyatakan dalam penelitian kualitatif, peneliti juga memerlukan alat bantu atau instrumen lain yang dapat membantunya dalam melaksanakan penelitian guna melengkapi dan membandingkan data yang telah ditemukan, diantaranya yakni :

a. Catatan

Catatan adalah sekumpulan catatan dalam bentuk tulisan yang akan digunakan peneliti dalam menulis informasi dari informan yang akan di wawancarai.

b. Peneliti

peneliti sering disebut sebagai instrumen kunci. Dengan manusia sebagai instrumen, maka respon yang aneh maupun bertentangan akan digunakan untuk mempertinggi tingkat pemahaman dan kepercayaan mengenai aspek yang diteliti.

c. Alat Perekam (*Tape Recorder*)

Alat perekam merupakan alat untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian untuk merekam informasi yang akan didapat dari informan agar peneliti mudah mengingat informasi yang hendak tak sempat dicatat, sehingga rekaman tersebut dapat disimpan dalam arsip. informasi tersebut dapat direkam melalui *handphone* maupun alat perekam lainnya

d. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti mengenai aspek-aspek yang harus dibahas, sekaligus menjadi daftar pengecekan apakah aspek-aspek relevan tersebut telah dibahas atau ditanyakan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti melakukan kegiatan tanya jawab (wawancara) kepada beberapa informan yaitu pemilik (*owner*) dan Karyawan (5 orang)

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

#### a. Jenis data

Jenis data yang diperoleh dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat melalui observasi dan wawancara. Sedangkan data sekunder dalam penelitian didapat dari dokumen-dokumen dan studi pustaka yaitu dari media massa seperti koran, portal berita online, dan lain sebagainya.

#### b. Teknik pengumpulan data

##### 1. Pengamatan (Observasi)

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Dalam penelitian ini observasi dilakukan di UD Wahyu Bakkery, dengan pengamatan dan pengumpulan data secara langsung untuk mengetahui dan mengamati strategi pemasaran yang tepat untuk mengembangkan usaha dan dapat mencapai tujuan usaha. Observasi dibagi menjadi dua yaitu observasi langsung dan tidak langsung. Observasi langsung dilakukan dengan terhadap objek ditempat terjadi dan berlangsungnya peristiwa. Sedangkan observasi tidak langsung adalah observasi yang tidak langsung pula saat berlangsungnya peristiwa yang diteliti, misalnya melalui slide-slide, foto maupun film (Nawawi, 1995 : 104).

##### 2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam (Depth Interview). Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2006: 98-100), dengan informan pemilik Toko usaha roti Wahyu Bakkery, pedagang dan konsumen.

##### 3. Dokumentasi

Dokumentasi bisa berbentuk dokumen publik atau privat. Dokumen publik misalnya yakni laporan, berita surat kabar, acara televisi, dan lain sebagainya. Dokumen privat misalnya masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi pustaka,

Lainnya yakni memo, surat-surat, catatan pribadi, dan lain sebagainya (Kriyantono, : 118).

#### 4. Studi Pustaka (literatur)

Merupakan suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari suatu teori yang mendasari masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi pustaka. Studi pustaka dapat dilakukan dengan mengumpulkan data dari buku, jurnal, internet, karya ilmiah, dan pralitian-penelitian terdahulu. Setelah itu data yang terkumpul didalamnya di analisis. Sehingga teknik ini juga sangat mendukung peneliti.

### 3.7 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dan Sugiyono ( 2010: 334). yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh.

Menurut Miles & Huberman (1992: 16). Analisa terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

#### a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (seringkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya.

Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus- gugus, membuat partisi, membuat memo). Reduksi data/transformasi ini berlanjut terus sesudah penelian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

b. Penyajian Data

Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar atautkah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan - kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti) selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

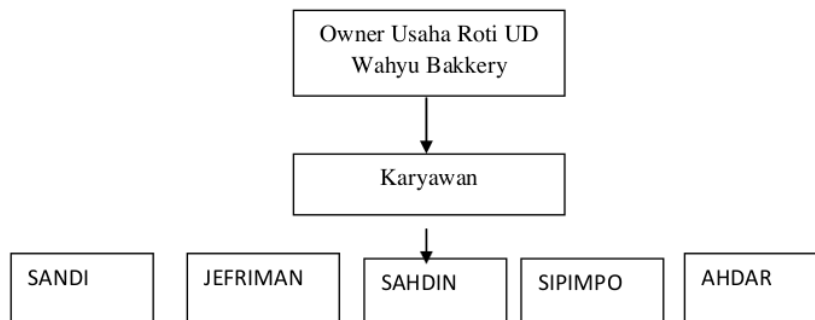
#### 4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Toko Roti UD Wahyu Bakery

Usaha roti UD Wahyu Bakery mulai dirintis sejak tahun 2019 yang bermula dari hobi sipemilik usaha dalam membuat roti. Salah satu faktor yang melatar belakangi awal mula adanya toko roti ini adalah saat pemilik toko roti termotivasi oleh usaha roti lainnya . Pada saat itu dia bertekad untuk membangun usaha roti sendiri di desa tempat tinggalnya karena skil yang dimiliki lumayan cukup bagus dalam memulai sebuah usaha. Modal awalyang digunakan dalam memulai usaha ini berasal dari modal pemilik roti itu sendiri. Tuntutan ekonomi keluarga yang memberikan semangat dalam memulai bisnis sehingga bisa berkembang sampai sekarang ini. Usaha roti ini pada sejak beridiri dari tahun 2019 dikelolah oleh pemilik usaha, dan istri sampai sekarang sudah memiliki 5 orang karyawan. Perkembangan usaha ini mengalami peningkatan dan kadang mengalami penurunan dilihat dari hasil produksi dan juga hasil penjualan.

##### 4.1.2 Struktur Organisasi/Perusahaan

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi UD. Wahyu Bakery**



*Olahan Penulis (2023)*

#### 4.1.3 Tugas Dan Tanggung Jawab

Ada tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian struktur di atas yaitu:

1. Pimpinan / Pemilik mempunyai tugas dan tanggung jawab
  - a. Memimpin dan mengarahkan tim kerja para karyawan dan harus memastikan anggota tim bekerja secara efektif dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan
  - b. Memberikan tugas masing-masing karyawan sesuai dengan skillnya
  - c. Memantau aktifitas karyawan
  - d. Merencanakan dan mengembangkan apa saja yang di butuhkan toko dalam penjualan produk.
  - f. Bertanggung jawab penuh dalam kegiatan toko baik rugi maupun untung.
2. karyawan mempunyai tugas tanggung jawab
  - a. mampu mencampur dan memanggang bahan
  - b. bertugas membuat roti dengan bentuk yang sempurna
  - c. mempersiapkan roti untuk segera disajikan kepada pelanggan
  - d. mencatatat semua bahan roti yang habis
  - e. membeli seluruh perlengkapan yang di butuhkan

#### 4.2 Analisis Hasil Wawancara

Seerti yang telah disebutkan pada bab sebelumnya penelitian ini menggunakan teknik perolehan data dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memperoleh data yang dapat dianggap valid dan *reliable* sebagai sebuah hasil dari penelitian. Metode yang digunakan adalah untuk menjawab fokus permasalahan di usaha roti UD Wahyu Bakkery.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiono (2015: 118) pada bukunya metodologi penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada, dari segi penelitian ini, para peneliti masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan

dilakukan dengan jalan melibatkan dengan berbagai metode penelitian, dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen”. Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu metode yang sedang berlaku pada saat ini dilapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya dianalisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah.

#### 4.2.1 Analisis SWOT

##### 1. *Internal Factor Evaluation* (IFE)

dimana memiliki tujuan untuk mengidentifikasi terkait faktor – faktor strategis internal suatu perusahaan guna mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan untuk kemudian menyusun suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan merumuskan faktor- faktor strategis internal tersebut ke dalam kerangka Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) perusahaan.

Dalam menentukan analisis SWOT pada strategi pengembangan pada usaha roti di UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias. Dijelaskan bahwa analisis SWOT pada usaha roti UD Wahyu Bakkery meliputi dua aspek, yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Hal ini diungkapkan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha roti UD Wahyu Bakkery yaitu Pak Syufrin Helmi Zebua pada tanggal 26 Oktober 2023 pada pukul 17.00 WIB di lokasi Penelitian. Dimana peneliti bertanya tentang Apa saja faktor kekuatan yang ada pada perusahaan untuk tetap bertahan menjadi pelanggan usaha roti UD Wahyu Bakkery ? Beliau mengatakan bahwa:

“Untuk kekuatan yang ada di usaha Pembuatan Roty Bakkery ini bisa dikatakan ada pada modal. Dimana modal awal pendirian usaha ini termasuk ringan. tidak membutuhkan banyak biaya untuk menjalankan usaha ini. sehingga perlu adanya strategi pengembangan usaha ini agar eksistensi dari usaha ini bisa dilirik oleh masyarakat sekitar maupun di daerah-daerah lainnya” dan “Kekuatan yang ada di usaha ini yaitu alat untuk memproduksi roti itu sangat mudah untuk

diaplikasikan. sehingga karyawan yang bekerja mampu mengifisiensi waktu dalam memenuhi permintaan pesanan konsumen selain itu juga harga roti terjangkau”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan dari UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi yaitu 1) Modal awal pendirian usaha ini termasuk ringan. 2) Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi 3) peralatan produksi yang digunakan mudah dan mampu mengifisiensi waktu produksi serta,4)harga terjangkau.

Pertanyaan selanjutnya yang di ajukan peneliti kepada Pemilik UD Wahyu Bakkery yaitu bapak Syufrin Helmi Zebua tentang Apa saja faktor kelemahan yang dimiliki usaha roti Wahyu Bakkery ? Beliau mengatakan bahwa:

“Pelaksanaan strategi pengembangan pada usaha ini tidak semerta-merta dibuat. Karena berdasarkan analisa usaha ini sebelumnya adanya sumberdaya manusia yang kurang terlatih. Jadi keterampilan ataupun pengalaman dalam Pembuatan roti masih harus diberikan pelatihan agar hasil dari produksi roti tersebut bisa berkualitas dan mampu memuaskan konsumen dan “Untuk kelemahan lainnya, mungkin ini yang menjadi alasan adanya strategi pengembangan yaitu sistem pemasaran kami. kami belum mempunyai pasar utama dari produk usaha kami. sehingga kami belum mendapatkan estimasi biaya pemasaran yang dibutuhkan. Sehingga hal ini pernah menyebabkan usaha kami tidak memiliki daerah pemasaran yang tetap dan tidak dapat menjadi pemasok utama dari usaha pengecer roti secara kontinyu”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kelemahan dari UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi yaitu :1) rendahnya kualitas SDM, 2) sistem pemasaran yang belum terfokus.

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas, untuk memudahkan kesimpulan dari penyajian data ini, maka aspek internal yang menjelaskan terkait kekuatan dan kelemahan pada usaha roti Wahyu Bakkery bisa dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.1**  
**Aspek Internal roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi**

No	Kekuatan	Kelemahan
1	Modal awal Pendirian Usaha ini termasuk ringan	Rendahnya Kualitas SDM
2	Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi	sistem pemasaran yang belum terfokus
3	peralatan produksi yang digunakan mudah dan mampu mengifisiensi waktu produksi serta.	
4	Harga terjangkau	

Berdasarkan tabel 4.1 maka dapat diketahui bahwa faktor internal yang ada dalam usaha roti Wahyu Bakkery dapat diidentifikasi pada suatu tabel IFAS (*Internal strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Streaght and Weakness* perusahaan.

- a. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan usaha kecil menengah dalam kolom I
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis usaha kecil menengah. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi

skor total 1,00).

- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha kecil menengah yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +3 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya jika kelemahan UKM besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan UKM dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 3:

**Tabel 4.2**  
**IFAS (Internal Factors Analysis Summary) UD Wahyu Bakkery**  
**Desa Tetehesi.**

Faktor Internal	Bobot	Rating	Total skor	Keterangan
<b>Kekuatan</b>				
Modal awal pendirian usaha termasuk ringan	0,20	3	0,60	Modal untuk mendirikan usaha ini ringan karena pemilik usaha memilik tempat sendiri
Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi	0,20	4	0,80	Pengelolaan yang baik menjadikan produksi roti mampu memenuhi permintaan customer.

peralatan produksi yang digunakan mudah dan mampu mengifisiensi waktu produksi serta.	0,15	3	0,45	Alat untuk Memproduksi roti mudah di lakukan sehingga mampu mengefisiensi waktu
Harga Terjangkau	0,30	3	0,90	Harga terjangkau menjadi daya tarik konsumen untuk berlangganan di usaha roti UD Wahyu Bakkery
<b>Subtotal</b>	<b>0,85</b>		<b>2,75</b>	
<b>Kelemahan</b>				
rendahnya kualitas SDM	0,05	1	0,05	Karyawan mayoritas masyarakat Desa Tetehosi sehingga keterampilan atau pengalaman dalam membuat roti masih harus diberikan pelatihan agar hasil produksi roti bisa berkualitas.
sistem pemasaran				Diberikan pelatihan agar hasil produksi

yang belum terfokus.	0,08	2	0,16	roti bisa berkualitas
<b>Subtotal</b>	<b>0,13</b>		<b>0,21</b>	
<b>Total</b>	<b>0,98</b>		<b>2,94</b>	

*Olahan : Penulis 2023*

Pada tabel 4.2 diatas bisa dilihat bahwa indikator inten<sup>1</sup>al yang memiliki kekuatan tinggi yaitu Harga Terjangkau ini dapat dilihat dengan nilai bobot sebanyak 0,30 dengan rating 3 serta skor sebanyak 0,90, Selain identifikasi terhadap faktor kekuatan internal usaha roti, matriks IFAS juga mengidentifikasi faktor kelemahan yang terbesar dimiliki oleh usaha roti yaitu sistem pemasaran yang belum terfokus. Ini dapat dilihat dengan nilai bobot 0,08 dengan rating 2 dan skor 0,16.

Hasil analisis dari tabel 4.2 diketahui total skor *Strength* sebanyak 2,73 dan total skor *Weakness* sebanyak 0,21. Total skor IFAS sebesar 2,94, dari hasil penjumlahan total skor *Strength* dan total skor *Weakness*. Sebab jumlah nilai IFAS lebih dari 2,5 ini mengidentifikasi kondisi internal yang kuat.

## 2. *External Factor Evaluation* (EFE),

dimana<sup>5</sup> memiliki tujuan untuk mengidentifikasi terkait faktor-faktor strategis eksternal suatu perusahaan guna mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman untuk kemudian menyusun suatu tabel EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) dan merumuskan faktor-faktor strategis eksternal tersebut ke dalam kerangka Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) perusahaan.

Dalam menentukan analisis SWOT pada strategi pengembangan pada usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias. Dijelaskan bahwa analisis SWOT pada usaha roti UD Wahyu Bakkery meliputi dua aspek, yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Hal ini diungkapkan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usah roti UD Wahyu Bakkery yaitu Pak Syufrin Helmi



Zebua pada tanggal 28 Oktober 2023 pada pukul 17.00 WIB di lokasi Penelitian. Dimana peneliti bertanya tentang Apa saja faktor yang dijadikan peluang oleh usaha roti Wahyu Bakkery ? Beliau mengatakan bahwa:

“Untuk peluangnya sendiri, karena usaha Roti ini kan bukan usaha yang rumit. tapi ya juga ketelatenan, keuletan, kemampuan dalam membuat roti juga kami perhatikan. namun peluangnya itu sendiri tingkat ketersediaan dari tenaga kerja di wilayah sekitar banyak dan mudah didapatkan. Bisa kita lihat bahwa karyawan yang ada di usaha ini mayoritas masyarakat sekitar Desa Tetehesi itu sendiri, Peluang di usaha ini menurut saya ya tersedianya bahan baku yang mudah. kemudian produk roti ini merupakan salah satu makanan siap saji, jadi menurut saya peluangnya mungkin bisa dilihat dari tingkat permintaan produk yang tinggi”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa peluang dari usaha roti ini adalah 1) tersedianya tenaga kerja di wilayah sekitar banyak, 2) ketersediaan bahan baku mudah, 3) tingkat permintaan produk tinggi.

Pertanyaan selanjutnya yang di ajukan peneliti kepada Pemilik UD Wahyu Bakkery yaitu bapak Syufrin Helmi Zebua tentang Apa saja faktor ancaman yang ada pada usaha roti UD Wahyu Bakkery ?Beliau mengatakan bahwa:

“Ancaman dari usaha pembuatan ya tidak dapat dipungkiri adanya pesaing dari industri pabrikan itu. tapi kami mengusahakan agar usaha ini bisa mengikuti daya saing. contohnya dengan melalui peningkatan akses pasar, adanya pelatihan dan lain sebgainya itu salah satu bentuk upaya kami untuk mempertahankan eksistensi usaha roti Bakkery ini dan kalau untuk usaha roti ini, ancamannya mungkin munculnya usaha baru”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ancaman dari usaha roti ini adalah 1) adanya usaha baru yang miirip dengan usaha roti bakkery 2)adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru..

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas, untuk memudahkan kesimpulan dari penyajian data ini, maka aspek eksternal yang menjelaskan terkait peluang dan ancaman pada usaha roti UD Wahyu Bakkery dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**

**Aspek Eksternal Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi**

No	Peluang	Ancaman
1	tersedianya tenaga kerja di wilayah sekitar banyak	adanya usaha baru yang miirip dengan usaha roti bakkery
2	ketersediaan bahan baku mudah	adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru.
3	tingkat permintaan produk tinggi.	

*Olahan Penulis (2023)*

**Tabel 4.4**

**EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Total Skor	Keterangan
<b>Peluang</b>				
Tersedianya tenaga kerja di wilayah sekitar	0,25	2	0.50	Jumlah tenaga kerja yang banyak menyebabkan pemilik usaha roti

banyak				ini memiliki daya tawar yang lebih kuat
ketersediaan bahan baku mudah	0,40	3	1,2	Usaha ini memiliki peluang karena bahan yang digunakan mudah untuk didapatkan sehingga memudahkan dalam memenuhi permintaan produksi
tingkat permintaan produk tinggi.	1,15	4	0,60	Peningkatan permintaan akan produk roti tinggi menjadikan usaha ini memiliki peluang untuk Berkembang
<b>Subtotal</b>	<b>1,8</b>		<b>2,3</b>	
<b>Ancaman</b>				
adanya usaha baru yang mirip dengan usaha roti bakery	0,05	2	0,10	Adanya produk baru dari industri lain yang relatif mempunyai harga lebih murah yaitu hal ini menjadi ancaman bagi usaha roti UD Wahyu Bakery

adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru.	0,03	1	0,03	Hal ini menjadi ancaman Karena pengusaha baru akan menjual produk sejenis sehingga mengakibatkan persaingan harga yang tidak Terkendali
<b>Subtotal</b>	<b>0,08</b>		<b>0,13</b>	
<b>Total</b>	<b>1,88</b>		<b>2,43</b>	

*Olahan Penulis (2023)*

<sup>21</sup> Dari hasil analisis pada tabel 4.4 tentang EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,43. Karena total skor 2,43 berarti ini mengindikasikan bahwa usaha merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman- ancaman yang ada.

Berdasarkan tabel 4.2 tentang IFAS dan tabel 4.4 tentang EFAS lebih besar nilai IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) yaitu sebesar 2,94 dibandingkan dengan nilai EFAS (*Ekternal Factor Analysis Summary*) yaitu sebesar 2,43. Dapat kita simpulkan bahwa faktor internal usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi. lebih dominan daripada faktor eksternal. Sehingga dapat dipastikan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kekuatan harga yang terjangkau dan bahan baku yang berkualitas dan sarana dan prasarana yang memadai untuk merealisasikan peluang yang ada.

<sup>1</sup> Kemudian penentuan posisi usaha roti dengan memakai analisis variabel internal serta faktor eksternal. Berikut ini tabelnya:

**Tabel 4.5**  
**Analisis SWOT Pada Usaha Roti UD Wahyu Bakkery**

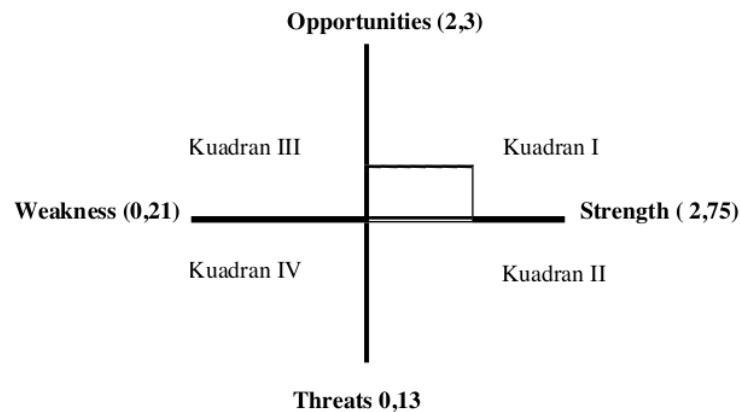
<b>IFAS</b>	<b>2,94</b>	<b>EFAS</b>	<b>2,43</b>
Total Skor Kekuatan (S)	2,75	Total Skor Peluang (O)	2,3
Total Skor Kelemahan (W)	0,21	Total Skor Ancaman (T)	0,13
X= S-W	2,54	Y= O-T	2,17

*Olahan Penulis (2023)*

Dari tabel 4.5 di atas diketahui bahwa usaha roti mempunyai IFAS 3,75, EFAS 2,3, jumlah skor kekuatan (S) 2,75, jumlah skor kelemahan (W) 0,21, jumlah skor peluang (O) 2,3, dan jumlah skor ancaman (T) 0,13. Tabel diatas juga menunjukkan jarak jumlah skor kekuatan dan jumlah skor kelemahan (X) yaitu 2,54 sementara itu jarak jumlah skor peluang dan jumlah skor ancama yaitu (Y) 2,17. Berikut gambarnya:

**Gambar 4.2**

**Grafik kartesius Analisis SWOT Usaha Roti Wahyu Bakkery**

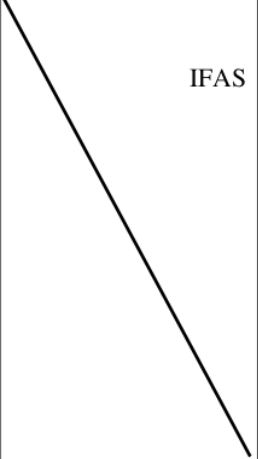


Berdasarkan ilustrasi grafik kartesius di atas, dapat diketahui bahwa posisi usaha roti yang diteliti berada pada posisi kuadran I yaitu kuat dan berpeluang, di mana dalam area ini sangat mengharuskan kepada usaha dalam melaksanakan pertumbuhan (*Growth*) sebab merupakan situasi yang

menguntungkan. Karena berada pada kuadran I maka strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan yang agresif dengan menggunakan strategi SO, dengan penerapan strategi *growth* usaha roti dapat memanfaatkan kapasitas yang ada untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki dengan ini usaha roti bisa mengimbangi perkembangan teknologi informasi dan mampu memperluas saluran distribusi produk di pasaran.

Untuk lebih memudahkan menganalisis SWOT maka digunakan matriks berupa tabel yang digunakan perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta kombinasi dimana kekuatan bertemu dengan kesempatan adalah keadaan yang paling positif, dan kombinasi kelemahan dan ancaman adalah keadaan yang paling negatif dan harus dihindari, yang dapat dimasukkan ke dalam matriks sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Matriks SWOT**

 IFAS  EFAS	<b>STRENGTHS (S)</b> <sup>11</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modal awal pendiri usaha termasuk ringan</li> <li>• Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang di produksi</li> <li>• Peralatan produksi mudah</li> <li>• Harga Terjangkau</li> </ul>	<b>WEAKNESSES (W)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendahnya kualitas SDM</li> <li>• Sistem pemasaran yang belum terfokus</li> </ul>
	<b>OPPORTUNIES (O)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketersediaan tenaga</li> </ul>	<b>STRATEGI S-O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kegiatan promosiusaha</li> </ul>

kerja di wilayah sekitar banyak <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketersediaan bahan baku yang mudah</li> <li>• Tingkat permintaan produk yang tinggi</li> </ul>	roti <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas usaha roti</li> <li>• Meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil</li> </ul>	usaha roti <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi</li> <li>• Meningkatkan peran pengelola usaha</li> </ul>
<b>TREATHS (T)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya usaha baru yang mirip dengan usaha roti Bakkery</li> <li>• Adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru.</li> </ul>	<b>STRATEGI S-T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan daya tarik konsumen</li> <li>• Meningkatkan kualitas produk</li> <li>• Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti</li> </ul>	<b>STRATEGI W-T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti</li> <li>• Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi modern</li> <li>• Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi roti</li> <li>• Meningkatkan peran pengelola usaha roti</li> </ul>

*Olahan Penulis 2023*

Berdasarkan tabel 4.6 dari hasil analisis SWOT pada matriks tersebut, diperoleh beberapa strategi yang dapat dilaksanakan yaitu:

#### 1. Strategi S-O (Kekuatan- Peluang)

Strategi yang berasal dari faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi merupakan strategi yang diciptakan dengan menggunakan kekuatan yang bersumber dari lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal dalam usaha pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi. Strategi S-T (Kekuatan- Ancaman)

Strategi yang berasal dari faktor kekuatan dan ancaman yang merupakan strategi yang diciptakan dengan menggunakan kekuatan yang bersumber dari lingkungan internal untuk mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal dalam pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi. Strategi S-O dalam usaha roti sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu
- b. Meningkatkan kualitas usaha roti UD Wahyu
- c. Meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil

7  
2. Strategi W-O (Kelemahan- Peluang)

Strategi yang berasal dari faktor kelemahan dan peluang yang merupakan strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal untuk mengambil peluang yang berasal dari lingkungan eksternal dalam pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi. Strategi W-O dalam usaha roti sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu
- b. Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi
- c. Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu

8  
3. Strategi S-T (Kekuatan- Ancaman)

Strategi yang memanfaatkan keunggulan yang dimiliki usaha produk roti untuk mempertahankan posisi dari ancaman-ancaman yang ada. Strategi S-T dalam usaha produk roti sebagai berikut:

- a. Meningkatkan daya tarik konsumen
- b. Meningkatkan kualitas produk
- c. Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery

7  
4. Strategi W-T (Kelemahan- Ancaman)

Strategi yang berasal dari faktor kelemahan dan ancaman yang merupakan strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal dan digunakan untuk menghindari ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal dalam pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi. Strategi W-T dalam roti sebagai berikut:



- a. Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery
- b. Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi modern
- c. Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi roti
- d. Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu Bakkery

#### 4.2.2 Pengembangan Usaha

##### 1. Peningkatan Pendapatan

Dalam pengembangan usaha, tidak akan lepas dari upaya peningkatan pendapatan. Peningkatan pendapatan dalam suatu kegiatan usaha yang telah dilakukan dalam periode tertentu sangat penting bagi setiap pengusaha.

Selanjutnya peneliti kembali melanjutkan pertanyaan kepada bapak Sufrin Helmi Zebua selaku Owner UD. Wahyu Bakery pada hari sabtu tanggal 28 Agustus 2023 pada pukul 09:32 WIB tentang apakah usaha roti UD Wahyu Bakkery sudah menggunakan alat produksi tepat guna untuk menggunakan produktivitas roti ?

“Salah satu strategi pengembangan usaha ini, saya sangat memperhatikan kemudahan dalam memproduksi roti. Usaha ini proses produksinya menggunakan alat mesin khusus untuk pembuatan roti sehingga mengifisiensi waktu serta mampu memperbaiki kualitas roti”.

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan yang sama kepada karyawan yaitu Sandi Adnan Zai Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Kami merasa mudah dalam memenuhi permintaan jumlah produksi yang diminta oleh konsumen. faktornya bisa juga dari alat mesin yang sangat cepat dalam pematangan rotinya, dengan alat itu kami bisa mengefisiensi waktu dalam memproduksi. jadi lebih mudah aja gitu”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery di Desa Tetelesi yaitu adanya peningkatan pendapatan yaitu usaha roti ini

proses produksinya menggunakan alat mesin khusus untuk pembuatan roti sehingga mengifisiensi waktu pembuatan roti.

## 2. Peningkatan Jumlah Pelanggan

Semakin pesat kemajuan dari segala aspek pada era globalisasi menyebabkan terjadinya perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat kondisi ini menjadi peluang bagi pengusaha untuk berinvestasi.

Selanjutnya peneliti kembali melanjutkan wawancara kepada Bapak Surfrin Helmi Zebua tentang apa saja strategi yang di lakukan usaha roti UD Wahyu Bakkery untuk tetap bertahan selama bertahun tahun?

“Dalam dunia bisnis penting sekali kita memperhatikan strategi pemasarannya. ketika usaha kita tidak dipasarkan maka kita akan kalah saing sama matriket yang lain. Cuma ada hal lain yang saya lebih tekankan, yaitu kita harus menjaga hubungan baik dengan relasi manapun. semakin kita memperluas relasi bisnis itu akan mempermudah berkembangnya bisnis kita”

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan yang sama kepada karyawan yaitu Jefriman Aceh. berikut petikan hasil wawancaranya :

“Pemilik usaha ini sangat komunikatif. jadi tidak heran relasi kerja beliau sangat banyak. Hal ini juga berdampak pada perkembangan bisnis usaha ini. Karena ketika ada saudara atau teman dari relasi beliau yang membutuhkan roti pasti direkomendasikan untuk order disini”

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha roti UD Wahyu yaitu adanya kelembagaan ekonomi. Dalam hal ini usaha roti ini memperbanyak relasi agar pemasarannya meluas ke berbagai daerah.

### 3. Peningkatan Kualitas Produk

Kualitas produk yang tinggi adalah merupakan salah satu dari lima keunggulan kompetitif yang dapat dipergunakan untuk unggul dalam persaingan bisnis.

Selanjutnya peneliti kembali melanjutkan wawancara kepada Bapak Surfrin Helmi Zebua tentang apa saja target yang ingin di capai dalam hal pengembangan produk ini dimasa yang akan datang ?

“Pada usaha ini saya sangat mengutamakan kepuasan konsumen, bagaimana caranya saya memberikan kemudahan kepada konsumen untuk bisa order di tempat saya. Salah satu yang menjadi upaya dalam peningkatan kualitas pelayanan yaitu kami menyediakan mobil khusus kendaraan yang mengantar roti kelokasi konsumen”.

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan yang sama kepada karyawan usaha roti Wahyu Bakkery Sahdin Lase. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Kebetulan saya yang biasanya menemani bapak pemilik usaha mengantarkan pesanan, jadi strategi pengembangan yang pemilik usaha lakukan adalah dengan adanya peningkatan akses pasar. jadi usaha ini menyediakan sarana untuk memudahkan pesenan roti ini bisa sampai ke lokasi pembeli dengan selamat”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha selanjutnya pada usaha roti UD Wahyu di Desa Tetehesi yaitu adanya peningkatan akses pasar. Dimana usaha roti UD Wahyu ini menyediakan untuk sarana pengantaran roti kepada konsumen.

### 4. Peningkatan SDM

Era globalisasi membuka mata kita untuk melihat ke masa depan yang penuh tantangan dan persaingan.

Selanjutnya peneliti kembali melanjutkan wawancara kepada Bapak Surfrin Helmi Zebua tentang upaya apa saja yang telah bapak lakukan untuk mencapai target dalam pengembangan produk roti ini?

“Bagaimana kualitas produk juga ditentukan bagaimana kualitas dari kinerja para karyawan. jadi untuk mengembangkan usaha ini, saya memberikan pelatihan atau pembinaan kepada para karyawan agar kinerjanya bisa maksimal dan produk roti yang dihasilkan bisa sesuai dengan yang diharapkan”.

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan yang sama kepada karyawan lainnya yaitu Si pimo Ris Aceh. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Karyawan yang baru-baru atau kurang kompeten dalam bekerja biasanya diikutkan pelatihan sama pemilik usaha. Hal ini ditujukan agar karyawan bisa lebih terampil dan kompeten dalam bekerja”.

Hal ini juga ditambahkan oleh karyawan lainnya yaitu Ahdar Khaliq Zai. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Menurut saya mau sebegus apapun bahan baku yang digunakan kalau sumber daya manusia yang ada dalam usaha tersebut rendah maka hasilnya tidak akan maksimal. Untungnya pimpinan kami sangat peka akan hal itu. sehingga selalu ada evaluasi kinerja. ketika ada yang kurang dalam bekerja baik dalam segi pengetahuan atau keterampilan maka diberikan pelatihan atau pembinaan”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakery selanjutnya yaitu adanya kewirausahaan. Dalam hal ini terkait pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery yaitu 1) peningkatan akses pada aset produktif, 2) Memperluas jaringan 3) peningkatan akses pasar, 4) Peningkatan SDM.

### 4.3 Analisis Hasil Pembahasan

#### 4.3.1 Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias

Usaha roti UD Wahyu Bakkery desa Tetehesi turut mengikuti persaingan pasar. Upaya yang dilakukan usaha ini dengan mengimplementasikan beberapa strategi pengembangan agar usaha ini bisa terus berkembang dan eksistensi usaha bisa meluas ke berbagai daerah. Upaya yang dilakukann ini selaras dengan teori Amirullah (2015 : 4). Yang menjelaskan bahwa strategi adalah rencana manajer yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan untuk mencapai sasaran perusahaan.

Selain itu, diperkuat oleh teori yang disampaikan Freddy Rangkti (2015 : 3-4). Yaitu strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti maka disimpulkan bahwa implementasi strategi pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut:

##### a. Peningkatan Akses kepada aset produktif

adanya peningkatan akses kepada aset produktif yaitu usaha ini proses produksinya menggunakan alat untuk mengifisiensi waktu serta mampu memperbaiki kualitas roti.

##### b. Memperluas Jaringan

Dalam hal ini usaha roti UD Wahyu Bakkery ini memperbanyak relasi agar pemasarannya meluas ke berbagai daerah

c. Adanya peningkatan akses pasar

Dimana lokasi usaha roti UD Wahyu Bakkery ini menyediakan mobil untuk sarana antar roti kepada konsumen.

d. Peningkatan SDM

Adanya Peningkatan SDM. Dalam hal ini terkait pelatihan- pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.

Berdasarkan temuan masalah diatas selaras dengan hasil penelitian Ghalib Agfa Ognaya (2013 : 19 ). Dijelaskan bahwa srategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

- a) Peningkatan akses kepada asset produktif, terutama modal, disamping juga teknologi, manajemen, dan segi-segi lainnya yang penting.
- b) Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha sampai pada informasi pasar, bantuan produksi dan prasarana ekonomi yang dasar dan akan sangat membantu adalah prasarana perhubungan
- c) Peningkatan SDM, dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.
- d) Memperluas Jaringan dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar adalah penting, tetapi hal itu harus disertai dengan pengendalian agar bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan

Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian Bagja Waluyu (2017). Yang menjelaskan bahwa untuk mengatasi rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat sangat berdampak pada rendahnya kualitas tenaga kerja yang dimiliki. Upaya-upaya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan sumber daya manusia guna pengembangan usaha adalah dengan melalui pelatihan yang berdasarkan kompetensi yang dibutuhkan, memberdayakan sanggar-sanggar kegiatan belajar yang ada dengan berbagai

keterampilan ekonomi produktif, meningkatkan hubungan antara lembaga pendidikan dan industri sehingga relevansi pendidikan dapat ditingkatkan, memperkuat landasan kultural pendidikan sebagai terapi budaya, dan mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah yang tangguh, serta membangkitkan karsa di tengah-tengah masyarakat.

Adanya strategi pengembangan yang terintegrasi diharapkan usaha yang dijalankan menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan kompetitif. Menurut Abdul Wahid Mongkito (2021 : 99 -100). Karakteristik usaha yang memiliki keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kualitas SDM yang baik,
- b) Pemanfaatan teknologi yang optimal,
- c) Mampu melakukan efisiensi dan meningkatkan produktivitas,
- d) Mampu meningkatkan kualitas produk,
- e) Memiliki akses promosi yang luas,
- f) Memiliki sistem manajemen kualitas yang terstruktur,
- g) Sumber daya modal yang memadai,
- h) Memiliki jaringan bisnis yang luas, dan
- i)Memiliki jiwa kewirausahaan

Berdasarkan pembahasan diatas, menggambarkan pentingnya peran sumber daya manusia dalam suatu bisnis. SDM selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan usaha, karena SDM menjadi perencana, pelaku, penentu terwujudnya tujuan suatu bisnis. Tujuan tidak akan terwujud tanpa peran aktif karyawan meskipun alat-alat yang dimiliki oleh suatu perusahaan begitu canggihnya.

Kelemahan aspek manajemen pemasaran itu seperti hanya memasarkan produk ke satu pasar, kelemahan riset pemasaran, terlalududah menjual secara kredit, menjual produk tidak sesuai pesanan, melebihi batas waktu yang disepakati, dan menjual hanya satu jenis produk.



#### **4.3.2 Kendala Dalam Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.**

Pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi usaha roti UD Wahyu Bakkery dalam pengembangannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kendala yang dihadapi UD.Wahyu Bakery yaitu sebagai berikut :

1. Rendahnya kualitas SDM
2. Sistem pemasaran yang belum terfokus
3. Adanya usaha baru yang mirip dengan roti UD Wahyu Bakkery
4. Adanya pesaing atau munculnya pesaing pengusaha baru

Berdasarkan hal tersebut UD Wahyu Bakkery perlu melakukan beberapa hal/strategi untuk mengatasi kendala-kendala tersebut dengan menggunakan strategi W-T (kelemahan dan ancaman) merupakan strategi yang di ciptakan dengan meminimalkan kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal dan digunakan untuk menghindari ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal dalam pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery, strategi W-T dalam usaha roti tersebut yaitu yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pengetahuan modern
- b. Meningkatkan kegiatan promosi usaha
- c. Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi roti
- d. Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu Bakkery

#### **4.3.3 Strategi Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias Dengan Menggunakan Analisis SWOT**

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan, kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis pasar internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor unggulan strategis perusahaan/ organisasi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan



kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif.

Hal ini juga sesuai dengan teori Sofyan Assauri (2016 : 4-6). Yang menjelaskan bahwa tujuan dari strategi, yaitu:

- a. Untuk menjalankan dan mengevaluasi strategi yang telah dipilih secara efektif dan efisien.
- b. Untuk mengevaluasi kinerja, meninjau, mengkaji ulang, melakukan penyesuaian, dan mengoreksi jika terdapat kesalahan atau penyimpangan dalam pelaksanaannya.
- c. Untuk meninjau kembali dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau sering kali dikenal dengan *Strength, Weaknes, Opportunities, Threats* (SWOT).
- d. Untuk berinovasi atas produk agar sesuai dengan selera dari konsumen.
- e. Untuk memperbarui strategi yang dirumuskan untuk menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan eksternal.

Berdasarkan pembahasan di bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa jika ditinjau berdasarkan analisis SWOT pada usaha roti UD Wahyu Bakkery di Desa Tetehesi sebagai berikut;

### 1. Aspek Internal

- a. Kekuatan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi
  - a) Modal awal pendirian usaha ini termasuk ringan.
  - b) Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi
  - c) Peralatan produksi yang digunakan mudah dan mampu mengifisiensi waktu produksi
  - d) Harga terjangkau
- b. Kelemahan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi
  - a) Rendahnya kualitas SDM,
  - b) Sistem pemasaran yang belum terfokus

## 2. Aspek Eksternal

### a. Peluang

- a) Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah banyak  
hal ini menjadi salah satu peluang untuk usaha usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi. Jumlah tenaga kerja yang banyak menyebabkan pemilik usaha ini memiliki daya tawar yang lebih kuat dan memiliki kemampuan untuk mempekerjakan karyawan dengan jumlah yang lebih besar untuk menyeimbangkan.
- b) Ketersediaan bahan baku mudah  
usaha ini memiliki peluang karena bahan yang digunakan mudah untuk didapatkan sehingga memudahkan dalam memenuhi permintaan produksi.
- c) Peningkatan permintaan akan produk roti tinggi  
Peningkatan permintaan akan produk roti tinggi menjadikan usaha ini memiliki peluang untuk terus berkembang. Dimana dalam hal ini usaha ini terus meningkatkan kualitas produk maupun kualitas dari kinerja pembuatan roti.

### b. Ancaman

- a) Adanya usaha baru yang mirip usaha roti Bakkery  
Adanya usaha baru yang mirip usaha roti Bakkery menjadi ancaman bagi usaha ini karena adanya produk baru dari industri pabrikan yang relatif mempunyai harga lebih murah. Hal ini tentunya menjadi ancaman bagi industri kecil seperti usaha ini.
- b) Munculnya banyak pengusaha baru  
Hal ini menjadi ancaman karena pengusaha baru akan menjual produk sejenis sehingga mengakibatkan persaingan harga yang tidak terkendali.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan

sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa masa yang akan datang.

SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui suatu keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif. menurut Freddy Rangkuti (2015 : 19). Analisis SWOT adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi organisasi atau perusahaan yang menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi/perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan. Matriks SWOT menggunakan beberapa strategi antara lain :

- a. Strategi SO, adalah strategi berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi S-O (kekuatan dan peluang) dalam usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut :
  - a) Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery
  - b) Meningkatkan kualitas usaha roti UD Wahyu Bakkery
  - c) Meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil
- b. Strategi WO, adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi W-O (kelemahan dan peluang) dalam usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut :
  - a) Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery
  - b) Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi
  - c) Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu Bakkery
- c. Strategi ST, adalah strategi ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi S-T (kekuatan dan ancaman) dalam usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut :
  - a) Meningkatkan daya tarik konsumen

- b) Meningkatkan kualitas produk
- c) Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery
- d. Strategi WT, strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi W-T (kelemahan dan ancaman) dalam usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut :
  - a) Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery
  - b) Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi modern
  - c) Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi roti
  - d) Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu Bakkery.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti pada UD. Wahyu Bakery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias, maka dapat diambil kesimpulan dari hasil analisa penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias yaitu sebagai berikut:
  - a. Peningkatan Akses kepada aset produktif adanya peningkatan akses kepada aset produktif yaitu usaha ini proses produksinya menggunakan alat untuk mengifisiensi waktu serta mampu memperbaiki kualitas roti.
  - b. Memperluas Jaringan Dalam hal ini usaha roti UD Wahyu Bakkery ini memperbanyak relasi agar pemasarannya meluas ke berbagai daerah.
  - c. Adanya peningkatan akses pasar Dimana lokasi usaha ini menyediakan mobil untuk sarana antar pesananan kepada konsumen.
  - d. Peningkatan SDM Adanya Peningkatan SDM. Dalam hal ini terkait pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Hal ini dijelaskan bentuk pengembangan kualitas kinerja karyawan dalam membuat roti.
2. Cara menghadapi kendala yang yang di hadapi oleh UD Wahyu Bakkery yaitu sebagai berikut:
  - a. Meningkatkan pengetahuan modern
  - b. Meningkatkan kegiatan promosi usaha
  - c. Meningkatkan dan menjaga keamanan saat produksi roti
  - d. Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu Bakkery

3. Strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias dengan menggunakan analisis SWOT adalah sebagai berikut:
- e. Strategi SO, adalah strategi berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi S-O (kekuatan dan peluang) dalam usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut:
    - d) Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery
    - e) Meningkatkan kualitas usaha roti UD Wahyu Bakkery
    - f) Meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil.
  - f. Strategi WO, adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi W-O (kelemahan dan peluang) dalam usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut:
    - d) Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery
    - e) Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi
    - f) Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu Bakkery.
  - g. Strategi ST, adalah strategi ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi S-T (kekuatan dan ancaman) dalam usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut:
    - d) Meningkatkan daya tarik konsumen
    - e) Meningkatkan kualitas produk
    - f) Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery.
  - h. Strategi WT, strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi W-T (kelemahan dan ancaman) dalam usaha roti UD Wahyu Bakkery sebagai berikut:
    - e) Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti UD Wahyu Bakkery
    - f) Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi modern
    - g) Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi roti

h) Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu Bakkery.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dapat memberikan saran yang bersifat membangun demi kemajuan bersama:

1. Hasil penelitian ini semoga bisa diperhatikan pemerintah Kecamatan Idanogawo terutama dalam pengembangan sektor usaha dengan melakukan kegiatan yang mampu mendukung pengembangan usaha seperti menyediakan wadah pelatihan seta lebih memperhatikan perkembangan usaha demi meningkatkan pendapatan masyarakat yang lebih sejahtera.
2. Bagi pemilik usaha roti UD. Wahyu Bakery di Desa Tetehesi, hal yang harus dibenahi adalah meningkatkan kegiatan promosi usaha roti, meningkatkan kualitas roti, meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil agar tidak ketinggalan zaman, meningkatkan daya tarik konsumen meningkatkan pengetahuan tentang teknologi serta mengkaji lebih dalam lagi terkait taktik pengembangan usaha roti dengan menggunakan analisis SWOT.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi pengembangan yang lebih inovatif menggunakan metode-metode baru dan pendekatan-pendekatan yang lebih variatif untuk dapat merumuskan strategi khususnya bagi usaha roti. Serta memperbanyak jumlah responden dan membimbing pengusaha dalam melakukan penilaian EFAS dan IFAS agar hasilnya lebih menggambarkan keadaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- <sup>2</sup> Abdul Wahid Mongkito, “Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi : EKS MTQ KOTA KENDARI)” *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari , Robust-Research Business and Economics Studies* Volume 1 (No.2 2021), 94-120. (Juni 2021).
- Ahmad. (2020). Manajemen Mutu Terpadu. Makasar: CV. Nas Media Pustaka.
- A.Pearce, John II, Richard B.Robinson, Jr. (2020). Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri Sofjan, <sup>2</sup> *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: CharismaPutra Utama, (2016), 4-6.
- <sup>2</sup> Bagja Waluyu, “Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Berbasis Masyarakat Untuk Mengatasi Masalah Pengangguran”, (Skripsi Jurusan Pendidikan Geografi FPIPS-UPI (2017.)
- Dinar Muhammad, S.E., M.S. Dr. M. Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si. Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd. (2020). Kewirausahaan. CV. Media Sains Indonesia, Bandung.
- <sup>4</sup> Fajar Nur’aini, Teknik Analisis SWOT Pedoman Penyusunan Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, (2020), 7-11.
- <sup>10</sup> Ghalib Agfa, “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah”, (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, (2013),19.
- <sup>10</sup> “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah”, (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, (2013), 19.



Irham Fahmi, *Manajemen Risiko*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 264-265.

Jurnal Seminar Nasional Abdimas II (2019) Suryo Pratolo; Bambang Jatmiko; dan Misbahul Anwar Model Pemberdayaan Entrepreneurship Berbasis Gerakan Kemandirian Ekonomi Cabang Dan Ranting Muhammadiyah Dengan Metode On-Line. <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/download/420/498/1852> di download hari Senin tanggal 31 Juli 2023, pukul 20.00 Wib.

<sup>3</sup> Mahmud, Windu. (2019). *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*. Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana Indonesia.

Mariantha, N. (2018). *Manajemen Biaya (Cost Management)*. Sulawesi Selatan: Celebes Media Prakasa.

<sup>3</sup> Nasfi, dkk. (2022). *Strategi pengembangan Bisnis: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Tahta Media Group

Novianto, Evri. (2019). *Manajemen Strategis*. Deepublish, Sleman.

Prasnowo, Adi, M. Baskoro, Gembong. dan Astuti, Murti. *Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Kerajinan Batik*. Surabaya: CV Jakad Publishing, (2019).

Rangkuti, Freddy. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka, (2015), 19.

Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2018). *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P. Erlangga, Jakarta.

<sup>3</sup> Santoso, Hieronymus B. (2021). *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Industri Peternakan*. CV. ANDI OFFSET. Yogyakarta.

- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sulaiman A, dan Asmawi. (2022). Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen dan Profitabilitas pada Rich's Coffee. *Equilibrium*. Vol. 11(1). 19-29.
- Suryabrata, Sumadi, (2018). Metodologi Penelitian, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, (1992), hlm. 16.

Lampiran

### DRAFT WAWANCARA UNTUK PEMILIK USAHA

Nama : .....  
Umur : .....  
Jenis kelamin : .....  
Pendidikan : .....  
Pekerjaan : .....

1. Apa saja faktor kekuatan yang ada pada perusahaan untuk tetap bertahan menjadi pelanggan usaha roti UD Wahyu Bakkery ?
2. Apa saja faktor kelemahan yang dimiliki usaha roti Wahyu Bakkery ?
3. Apa saja faktor yang dijadikan peluang oleh usaha roti Wahyu Bakkery ?
4. Apa saja faktor ancaman yang ada pada usaha roti UD Wahyu Bakkery ?
5. apakah usaha roti UD Wahyu Bakkery sudah menggunakan alat produksi tepat guna untuk menggunakan produktivitas roti ?
6. apa saja strategi yang di lakukan usaha roti UD Wahyu Bakkery untuk tetap bertahan selama bertahun tahun?
7. apa saja target yang ingin di capai Dalam hal pengembangan produk ini dimasa yang akan datang ?
8. upaya apa saja yang telah bapak lakukan untuk mencapai target dalam pengembangan produk roti ini?

**DRAFT WAWANCARA UNTUK KARYAWAN**

Nama : .....  
Umur : .....  
Jenis kelamin : .....  
Pendidikan : .....  
Pekerjaan : .....

1. apakah usaha roti UD Wahyu Bakkery sudah menggunakan alat produksi tepat guna untuk menggunakan produktivitas roti ?
2. apa saja strategi yang di lakukan usaha roti UD Wahyu Bakkery untuk tetap bertahan selama bertahun tahun?
3. apa saja target yang ingin di capai Dalam hal pengembangan produk ini dimasa yang akan datang ?
4. upaya apa saja yang telah bapak lakukan untuk mencapai target dalam pengembangan produk roti ini?

Lampiran wawancara kepada informan



*Lampiran dokumentasi*











## BIODATA PENULIS



Nama Rizal Ananda Alwi Zebua, Lahir di Botohaenga, 15 Oktober 2000 Kecamatan Bawolato Kabupaten Nias, anak Tunggal dari dari Ayah ALM Abdul Izman Zebua dan Ibu Rusnah Aceh Penulis menempuh jenjang pendidikan di mulai dari SD Negeri 074059 Onolimbu, Kecamatan Bawolato Kabupaten Nias (Lulus pada tahun 2012),

kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 6 Bawolato (Lulusan pada tahun 2015), kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Gunungsitoli (Lulus pada tahun 2018) dan pada Tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di STIE PEMBNAS NIAS yang saat ini telah berubah menjadi UNIVERSITAS NIAS dan memilih jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.

# "ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN USAHA TOKO ROTI UD WAHYU BAKKERY DI DESA TETEHOZI KECAMATAN IDANOGAWO KABUPATEN NIAS"

## ORIGINALITY REPORT

48%

SIMILARITY INDEX

48%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1 repository.iainpalopo.ac.id 9%  
Internet Source

2 123dok.com 9%  
Internet Source

3 ecampus.iainbatusangkar.ac.id 5%  
Internet Source

4 etheses.iainkediri.ac.id 3%  
Internet Source

5 digilib.unila.ac.id 3%  
Internet Source

6 repository.uinsu.ac.id 2%  
Internet Source

7 www.neliti.com 2%  
Internet Source

8 etd.iain-padangsidimpuan.ac.id 2%  
Internet Source

digilib.uin-suka.ac.id

9	Internet Source	1 %
10	<a href="http://etheses.uinmataram.ac.id">etheses.uinmataram.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://library.binus.ac.id">library.binus.ac.id</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://pdfcoffee.com">pdfcoffee.com</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://doaj.org">doaj.org</a> Internet Source	1 %
17	<a href="http://digilib.uinkhas.ac.id">digilib.uinkhas.ac.id</a> Internet Source	1 %
18	<a href="http://eprints.upnyk.ac.id">eprints.upnyk.ac.id</a> Internet Source	1 %
19	<a href="http://repository.uhn.ac.id">repository.uhn.ac.id</a> Internet Source	1 %
20	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	1 %

21	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	1 %
22	<a href="http://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a> Internet Source	1 %
23	<a href="http://jkb.fisip.unila.ac.id">jkb.fisip.unila.ac.id</a> Internet Source	1 %
24	<a href="http://repository.upbatam.ac.id">repository.upbatam.ac.id</a> Internet Source	1 %
25	<a href="http://repository.iainkudus.ac.id">repository.iainkudus.ac.id</a> Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off

# "ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN USAHA TOKO ROTI UD WAHYU BAKKERY DI DESA TETEHOZI KECAMATAN IDANOGAWO KABUPATEN NIAS"

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

---

PAGE 21

---

PAGE 22

---

PAGE 23

---

PAGE 24

---

PAGE 25

---

PAGE 26

---

PAGE 27

---

PAGE 28

---

PAGE 29

---

PAGE 30

---

PAGE 31

---

PAGE 32

---

PAGE 33

---

PAGE 34

---

PAGE 35

---

PAGE 36

---

PAGE 37

---

PAGE 38

---

PAGE 39

---

PAGE 40

---

PAGE 41

---

PAGE 42

---

PAGE 43

---

PAGE 44

---

PAGE 45

---

PAGE 46

---

PAGE 47

---

PAGE 48

---

PAGE 49

---

PAGE 50

---

PAGE 51

---

PAGE 52

---

PAGE 53

---

PAGE 54

---

PAGE 55

---

PAGE 56

---

PAGE 57

---

PAGE 58

---

PAGE 59

---

PAGE 60

---

PAGE 61

---

PAGE 62

---

PAGE 63

---

PAGE 64

---

PAGE 65

---

PAGE 66

---

PAGE 67

---

PAGE 68

---

PAGE 69

---

PAGE 70

---

PAGE 71

---

PAGE 72

---

PAGE 73

---

PAGE 74

---

PAGE 75

---

PAGE 76

---

PAGE 77

---

PAGE 78

---

PAGE 79

---

PAGE 80

---

PAGE 81

---

PAGE 82

---

PAGE 83

---

PAGE 84

---

PAGE 85

---

PAGE 86

---

PAGE 87

---

PAGE 88

---

PAGE 89

---

PAGE 90

---

PAGE 91

---

PAGE 92

---