

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

by Zebua Rizal Ananda Alwi

Submission date: 23-Nov-2023 04:36AM (UTC-0500)

Submission ID: 2236836328

File name: SKRIPSI_turniti.docx (1.62M)

Word count: 12928

Character count: 84257

**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

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

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 mengembangkan usaha toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakkery, untuk mengetahui kendala yang dihadapi selama ini dalam pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakkery dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakkery dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan objek penelitian UD Wahyu Bakkery 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 UD Wahyu yaitu modal awal usaha termasuk ringan, unit barang yang terjual banyakimbang dengan barang hasil 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 pekerja dilingkungan sangat banyak, ketersediaan bahan utama dan permintaan konsumen sangat tinggi. Ancaman utama yaitu adanya usaha baru yang mirip roti bakkery dan adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru.

Kata kunci : SWOT, UD Wahyu Bakkery, Pengembangan dan pertumbuhan

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. 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 Juliani 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.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD. Wahyu Bakery	41
Gambar 4.2 Grafik cartesius SWOT Toko Roti UD Wahyu Bakkery...	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	3
Tabel 2.1 Matriks SWOT	19
Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu	29
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Aspek Internal roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi.....	45
Tabel 4.2 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>) UD Wahyu Bakkery DesaTetehesi.....	46
Tabel 4.3 Aspek Eksternal Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi.....	50
Tabel 4.4 EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>) UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi	50
Tabel 4.5 Analisis SWOT Pada Usaha Roti UD Wahyu Bakkery	53
Tabel 4.6 Matriks SWOT	54

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
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.....	20
2.3 Pengembangan Usaha.....	20
2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha.....	22
2.3.2 Pentingnya Strategi Pengembangan Usaha.....	23
2.3.3 Indikator Pengembangan Usaha.....	25
2.4 Kerangka Berpikir.....	28
2.5 Penelitian Terdahulu.....	29

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
3.2	Variabel Penelitian	33
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian	34
3.4	Sumber Data	35
3.5	Instrumen Penelitian.....	36
3.6	Teknik Pengumpulan Data	37
3.7	Teknik Analisa Data.....	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	41
4.1.2	Sejarah Toko Roti UD Wahyu Bakkery	41
4.1.2	Struktur Organisasi/Perusahaan.....	41
4.1.3	Tugas Dan Tanggung Jawab	42
4.2	Analisis Hasil Wawancara.....	42
4.2.1	Analisis Swot	43
4.2.2	Pengembangan Usaha.....	57
4.3	Analisis Hasil Pembahasan.....	61
4.3.1	Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.....	61
4.3.2	Kendala Dalam Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.....	64
4.3.3	Strategi Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias Dengan Menggunakan Analisis SWOT.....	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran.....	77
	DAFTAR PUSTAKA	72
	Lampiran	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam praktiknya, strategi toko adalah yang terbaik. Tujuan agaka adalah mencapai tujuannya dengan menciptakan keunggulan yang menarik konsumen.

Untuk melakukan analisis SWOT, perlu menentukan tujuan bisnis atau item yang akan dianalisis. Menurut Rangkuti (2018: 80), "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." Peluang dan ancaman dianggap sebagai faktor eksternal, sedangkan kekuatan dan kelemahan dikategorikan ke dalam faktor internal.

Meskipun, menurut Robinson (2020: 229), "SWOT adalah singkatan dari kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) intern perusahaan serta peluang (opportunities) dan ancaman (threat) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan," analisis SWOT adalah pendekatan sistematis untuk menemukan faktor dan strategi yang paling cocok di antara mereka.

Kebutuhan sehari-hari diperlukan dalam pengembangan wirausaha. Dengan mengetahui bahwa ekonomi adalah tanggung jawab untuk menghidupi keluarga, pemindahan produk ke masyarakat menghasilkan interaksi antara masyarakat dan pengusaha.

Dengan UD Wahyu Bakkery di Kecamatan Idanogawo, aturan ini diterapkan pada bisnis kecil yang menghasilkan roti papan.

Toko roti yang ada di Desa Tetehosi tersebut masih belum ada saingan baru. Toko ini sudah lama dirintis dengan ide bahwa belum ada tokoh roti yang secara khusus membuat roti yang berkualitas dan tahan lama di Kecamatan Idanogawo serta dengan peluang yang di punyai UD Wahyu Bakkery. Tujuan toko roti ini adalah para pelajar dan bekerjasama kepada pedagang dan beberpa wilayah.

Dalam melaksanakan perkembangan toko tersebut di pengaruhi beberapa indikator, yaitu indikator dari Eksternal perusahaan ataupun dari Internal perusahaan dapata memberikan efek perusahaan dalam jumlah banyak. Keahlian SDM, ITE, ataupun hak milik pribadi (modal).

Usaha toko roti UD. Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias mendapat peluang dalam perkembang cepat, bukan hanya di satu wilayah tetapi di berbagai wilayah . Tentunya ini dikarenakan usaha toko roti UD Wahyu salah satunya toko yang bergelut dibidang produsen roti.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti di toko roti UD. Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias. Dalam kategori UKM, didalam kondisi tersebut toko roti UD Wahyu Bakkery ada potensi yang harus di perkebangkan UD Wahyu tersebut tidak mempunyai saingan , toko ini beberapa argumen mengatakan bahwa toko ini sangat strategis. Tetapi yang ditemukan peneliti di lapangan toko ini sejak berdiri 2019-2023 kurang lebih 5 tahun sudah berdiri tetapi tidak ada perkembanganya terbukti denganhasil jual yang kurang 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

Tentunya alasan kurang berkembang nya toko roti UD. Wahyu Bakkery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias, perlu menerapkan staratei yaitu Analisis SWOT dengan strategi tersebut kita dapat mengetahui faktor, seperti:

Faktor Strength; adalah ketertarikan khusus di dalam organisasi dapat berpengaruh dalam kemajuan organisasi dan memiliki keunggulan yang sangat pesat di antara toko lain karena usaha memiliki keterampilan akan menunjang, dan memproduksi bahan yang berkualitas

faktor Weaknes: adalah weaknes dalam sumber, keterampilan dan kemampuan sehingga menjadi penghalang bagi perusahaan.

Faktor Opportunities: adalah wilayah yang kondisinya memberikan dampak positif kepada perusahaan. Opportunities ini berupa wadah yang mampu di wilayah perusahaan untuk bergerak kearah perkembangan yang lebih berkembang..

Faktor Threats; dari opportunities berkaitan variabel wilayah yang tidak strategis dalam memproses usaha, dalam mengatasi Threats kelemahan di perusahaan dimana perlu dilaksanakan untuk kedepannya.

Mengetahui lebih awal berbagai Strength, weaknes, opportunities, dan threats untuk memulai usaha. Strength dan weaknes dapat dilihat dari aspek marketing, dan SDM.. opportunities dan threats dilihat dari aspek ekonomi, aspek sosial, aspek kepolitikan dan wilayah.

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 Bakery 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. Strategi yang diterapkan dalam mengembangkan usaha toko roti UD Wahyu Bakery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.
2. Kendala yang dihadapi selama ini dalam pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.

3. Penerapan strategi usaha toko roti UD 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 toko roti UD Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias
3. Mengetahui strategi usaha toko roti UD wahyu Bakkery 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 wawasanpengetahuan mengenai penerapan Analisi SWOT di Usaha toko

roti UD Wahyu Bakkery di Desa Tetelesi 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

Meskipun, menurut Robinson (2020: 229), "SWOT adalah singkatan dari kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) intern perusahaan serta peluang (opportunities) dan ancaman (threat) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan," analisis SWOT adalah pendekatan sistematis untuk menemukan faktor dan strategi yang paling cocok di antara mereka.

Kebutuhan sehari-hari diperlukan dalam pengembangan wirausaha. Dengan mengetahui bahwa ekonomi adalah tanggung jawab untuk menghidupi keluarga, pemindahan produk ke masyarakat menghasilkan interaksi antara masyarakat dan pengusaha.

Dengan UD Wahyu Bakkery di Kecamatan Idanogawo, aturan ini diterapkan pada bisnis kecil yang menghasilkan roti papan. Pastinya makanan adalah indikator yang diharapkan.

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

Seorang bisa di bilang pengusaha sudah pasti mengikuti persyaratan sebuah arti usaha itu sendiri, supaya jelas bisa dilihat ciri seseorang pengusaha berikut ini (Fitria et al., 2022: 26).

1. Ingin berinvestasi dan mempunyai kemauan dalam hal bisnis. Karena dalam mencapai suatu tujuan tentunya harus mengambil resiko yang lebih besar.
2. Keinginan untuk berkomitmen dan bertanggung jawab dalam mencapai tujuannya.

3. Belajar dari resiko yang pernah terjadi sehingga menjadi acuan dalam mencapai tujuan yang di inginkan.
4. Selalu berpikir optimis dengan tidak memikirkan hal hal yang di anggap tidak penting dan fokus pada tujuan tertentu
5. Mempelajari beberapa strategi dalam menjalankan usahanya
6. Aktivitas energik Dibandingkan dengan orang kebanyakan, Wirausahawan menghasilkan energi yang lebih intens.
7. Orinetsi masa depan sangat penting sehingga dapat mengukur dan meminimalisir suatu resiko yang mungkin bisa terjadi dimasa yang akan datang.
8. Wirausaha mempunyai keterampilan dan pengorganisasian karyawan supaya lebih efektif dalam bekerja.

2.1.3 Faktor Pendorong Keberhasilan Entrepreneur

Adapun yang menjadi faktor pendorong keberhasilan enterpreneur seperti yang dikemukakan Suriana dan Dinar (2020: 31), dimana keberhasilan enterpreneur dalam usaha, yaitu sebagai berikut:

1. Kemauan dan kemampuan . manusia yang tidak memiliki kemauan, susah dalam bergerak di bidang usaha, tetapi tidak memiliki kemampuan, susah juga dalam berusaha tentunya haru mempunyai kemauan dan kemampuan..
2. Kerja dan tekad yang kuat . tentu yang mempunyai tekad dan kerjayang kuat, akan sangat mendapatkan peluang untuk berusaha.
3. Peluang dan kesempatan. Tentunya juga dalam hal itu harus ada peluang dan kesempatan dalam mencapai tujuan tertentu

2.1.4 Konsep Manajemen Strategis

Pemimpin puncak menetapkan tujuan jangka panjang organisasi dan membuat rencana untuk mencapainya. Proses ini disebut strategi (Prasnowo, Baskor, & Astuti, 2019). Secara khusus, manajemen strategis ditujukan untuk meningkatkan kinerja organisasi dan menangani

perubahan lingkungan yang selalu berubah. Menurut Novianto (2019: 14), ciri-ciri manajemen strategis adalah sebagai berikut:

1. waktu yang sangat jauh
2. sangat dinamis
3. Harus digerakkan dengan elemen-elemen dari sdm yang tinggi

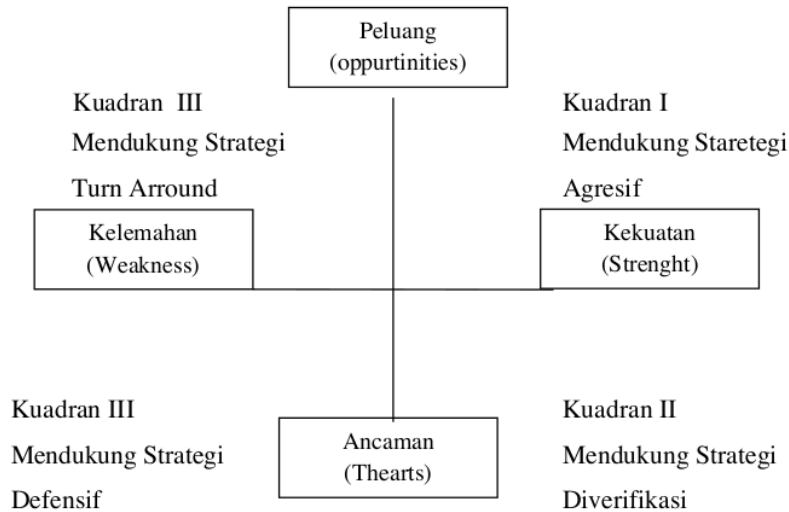
2.2 Analisis SWOT

2.2.1 Pengertian Analisis SWOT

Untuk mengimbangi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman dari luar, orang biasa menggunakan SWOT. Analisis SWOT yaitu strength, weakness, opportunities, dan threats. Menurut Said and Saleh (2019), analisis SWOT adalah pertimbangan menyeluruh tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (dalam bahasa Inggris). Karena itu, analisis SWOT ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana pemasaran internal dan eksternal organisasi berjalan.

Sedangkan Menurut Rangkuti (2018: 20), analisis SWOT adalah dimana keprosesan yang mengevaluasi wilayah luar perusahaan untuk strength dan weakness lingkungan dalam secara rinci, dan mengevaluasi keadaan opportunities dan threats di lingkungan dalam perusahaan melihat faktor – faktor yang berpengaruh dalam mencapai tujuan tertentu. Lebih lanjut Rangkuti menjelaskan bahwa analisis SWOT ini melihat berbagai strategi dalam proses pengembangan perusahaan.

Gambar 2.1
Diagram Analisis SWOT



Sumber: Freddy Rangkuti (2018)

2.2.2 Manfaat Analisis SWOT

Analysic SWOT adalah metode analysic pertama, yang berpangruh untk melihat topikdan problem suatu sudut pandang yang berbeda. Analyssic tentunya semacam bimbingan atau rekom dalam menguatkan kekuatan dan weaknes, dengan meminimalisirkan kelemahan untk tidak terjadi thearts. Dalam penggunaan yang tepat, analysic sangatmembanu untk melihat sisi – sisi yang pentig sehingga muncul. Analysic SWOT adalah merupakan acuan unuk melaksanakan strategic. Analysic SWOT berguna untk memeneg keadaan perusahaan dan menekankan efek yang timbul yang sedang di hadapi (Mariantha, 2018: 16-17).

2.2.3 Faktor Dalam Analisis SWOT

Purwanto 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. BB mudah fluktuatif
- b. adanya pesaing baru.
- c. sangat lambat dalam perkembangan.

2. Faktor Internal

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

a. (*Strengths*) Kekuatan

kekuatan yang dimaksud adalah

- a. semua potensi yang dimiliki perusahaan
- b. kualitas sumber daya manusia
- c. fasilitas-fasilitas perusahaan baik bagi SDM maupun bagi konsumen dan lain-lain.

b. (*Weaknesses*) Kelemahan

Kelemahan yang di maksud adalah

- a. terdapat kekurangan pada kondisi internal perusahaan
- b. tidak adanya teknologi yang memadai dan sebagainya.

2.2.4 Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT sangat berpengaruh dalam pemakaian strategis untuk mencapai tujuan dan mengetahui kendala yang di hadapi. Fajar Nur Aini (2020: 9-10) menjelaskan tentang tujuan analisis SWOT, sebagai berikut:

1. Analisis kondisi sangat penting sehingga dapat mengefisiensi perusahaan dalam menentukan value dan mencapai target tersebut.
2. Menganalisis kondisi strategi dalam perusahaan dengan swot, analisis tujuannya adalah usaha harus melihat peluang dalam analisis tersebut.
3. Melihat sejauh mana effort analisis tersebut dalam mendorong perusahaan, contohnya, anda dalam mengirimkan produk.
4. Mencari tempat usaha yang strategis sehingga mendapatkan konsumen yang sangat banyak. Dalam melihat tempat usaha harus menggunakan SWOT, dan melihat apa yang cocok di produksi dengan tempat tersebut.
5. Mengetahui strength dan weakness usaha untuk mengetahui kondisi sekitar wilayah perusahaan. Ini merupakan hal atau strategic yang memudahkan perusahaan melihat saingannya sehingga bisa mengambil jalur untuk keuntungan perusahaan tersebut.

2.2.5 Metode Matriks SWOT

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE), yang digunakan dalam analisis SWOT, adalah alat analisis yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi faktor strategis. Matriks ini memberikan gambaran yang jelas tentang peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh suatu perusahaan, serta bagaimana perusahaan dapat memperbaiki kelemahan dan kekuatan yang dimilikinya.

2. Sumber luar

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), SWOT menghasilkan strategic yang yg perlu di terapkan yaitu sebagai berikut :

1. Strategi Strength - Opportunities. Strategi digunakan untuk melihat peluang dan ancaman perusahaan.
2. Strategi Strength - Threats. ini dibuat supaya perusahaan meminimalisir ancaman dan kekuatan
3. Strategi Weakness - Opportunities. Untuk melihat kelemahan yang ada.
4. Strategi Weakness - Threats. di pake untuk melihat meminimalisir ancaman dan kelemahan.

Tabel 2.1
Matriks SWOT

EFAS	I F A S	STRENGTH (S) (Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal)	WEAKNESS (W) (Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal)
	OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO daftar kekuatan untuk meraih keuntungan	Strategi WO daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari

(Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal)	dari peluang yang ada	peluang yang ada
THREAT S (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 indicator di dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Internal Factor Evaluation* (IFE), dimana memiliki faktor – faktor internal seperti Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) perusahaan.
2. *External Factor Evaluation* (EFE), dimana faktor–faktor eksternal seperti Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) perusahaan.

2.3 Pengembangan Usaha

Untuk itu diperlukan proses dalam memajemen strategi pengembangan suatu usaha. Proses tersebut ada beberapa fase, sebagai berikut :

1. pengembangan strategic menggunakan SWOT terhadap wilayah perusahaan
2. pengembangan supaya visi dan misi jelas
3. pengembangan strategic dengan melakukan kesepakatan supaya tercapai visi dan misi perusahaan (Ahmad, 2020: 16).

Santoso (2021: 4), menjelaskan 2 hal yang perlu untuk pengembangan usaha, yaitu:

1. internal
 - a. keinginan pebisnis yang pingin mengembangkan usahanya.
 - b. Memahami teknik dan lainnya
 - c. Membuat perencanaan anggaran
2. Unsur eksternal
 - b. Mendapatkan iuran perusahaan
 - c. Paham wilayah perusahaan
 - d. Paham informasi perusahaan. .

Pelaksanaan perkembangan perusahaan, di harapkan seorang pengusaha dapat memulai tahapanya sebagai berikut (Mahmud,2019: 105), yaitu:

1. Memiliki Ide. Ide yang dimaksud adalah mempunyai beberapa pengalaman yang bersumber dari beberapa sumber.
2. Penyaringan ide atau konsep usaha.
3. Pengembangan rencana
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.. Rincian ini akan menolong para wirausaha dalam menetapkan rencana kemajuan yang nyata.

2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha

Faktor - faktor yang berpengaruh dalam pengembangan perusahaan harus melekat dari problem perusahaan yang ada, vaktor - vaktor perkembangan perusahaan yaitu sebagai berikut menurut Januari (2017: 5), di dalam buku ya mengatakan ada beberapa vaktor dalam perusahaan dan luar perusahaan dalam perkembangan perusahaan.

1. vaktor internal
 - a. keuangan.
 - b. SDM yang kurang.
 - c. Kurang nya relasi perusahaan.
2. vaktor eksternal
 - a. cuaca yang tidak stabil.
 - b. Fasilitas perusahaan kurang.
 - c. Kurang nya akses dalam pemasaran.

2.3.2 Pentingnya Strategi Pengembangan Usaha

Perkembangan bisnis adalah cara menentukan hal yang perlu diperlukan untuk memajukan perusahaaan dan capaian suatu usaha di masa depan. Selain itu, strategi menunjukkan bagaimana suatu perusahaan akan mencapai posisi strategisnya. Managemen yang baik untuk melaksanakan strategic perkembangan bisnis dalam saingan bisnis. Makin akurat dan tepat strategi bisnis yang diterapkan maka perusahaan akan semakin kompetitif di dalam berbisnis dan semakin mampu mengklaim bahwa bisnisnya lebih baik dibandingkan pesaingnya (Rangkuti, 2017: 111)

Hal yang dapat dilaksanakan suatu usaha adalah dengan memberikan layanan yang baik dan lebih menguatamkan kepuasan dibandingkan dengan pesaingnya. Strategic perkembangan bisnis kegiatan yang memberdayakan seluruh sdm usaha dalam mencapai tujuan. Saat menerapkan strategi pengembangan bisnis, perusahaan perlu memahami dua hal utama: kapabilitas yang kuat dan keunggulan kompetitif. Kompetensi yang membedakan, juga dikenal sebagai kompetisi khusus, mengacu pada tindakan yang diambil perusahaan untuk mengungguli pesaingnya.

Perusahaan yang mempunyai kekuatan yang tidak dapat ditiru oleh pesaingnya dikatakan mempunyai daya saing tinggi keunggulan kompetitif, atau keputusan strategis perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif, yaitu memanfaatkan peluang pasar.

Suatu perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif jika produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang sama dengan pesaingnya, namun dengan value yang lebih minim, dengan mempertimbangkan skala ekonomi, efisiensi produk, penggunaan ITE, pemakaian akses terhadap bahan baku, dan lain-lain. tercapai. Lainnya)

2.3.3 Indikator Pengembangan Usaha.

Penelitian Agustyna, Tin dkk, (2016). Mengatakan perkembangan perusahaan terdiri dari :

1. Peningkatan Pendapatan

Dengan itu perlu adanya strategis yang harus di terapkan dalam perusahaan untuk menjadi value yang sangat banyak, bukan hanya keunggulan. Ciri – ciri yang perusahaan yang memiliki keunggulan sebagai berikut:

- a) Memiliki SDM yang bagus
- b) Penguasaan ITE
- c) Mengefisiensi waktu
- d) Meningkatkan kualitas produk
- e) Promosi yang sangat luas

2. Peningkatan Jumlah Pelanggan

Keberhasilan suatu usaha menentukan pelayanan kepada pelanggannya dengan itu perusahaan lebih mengutamakan kepuasan daripada untung yang di dapat.

3. Peningkatan kualitas produk

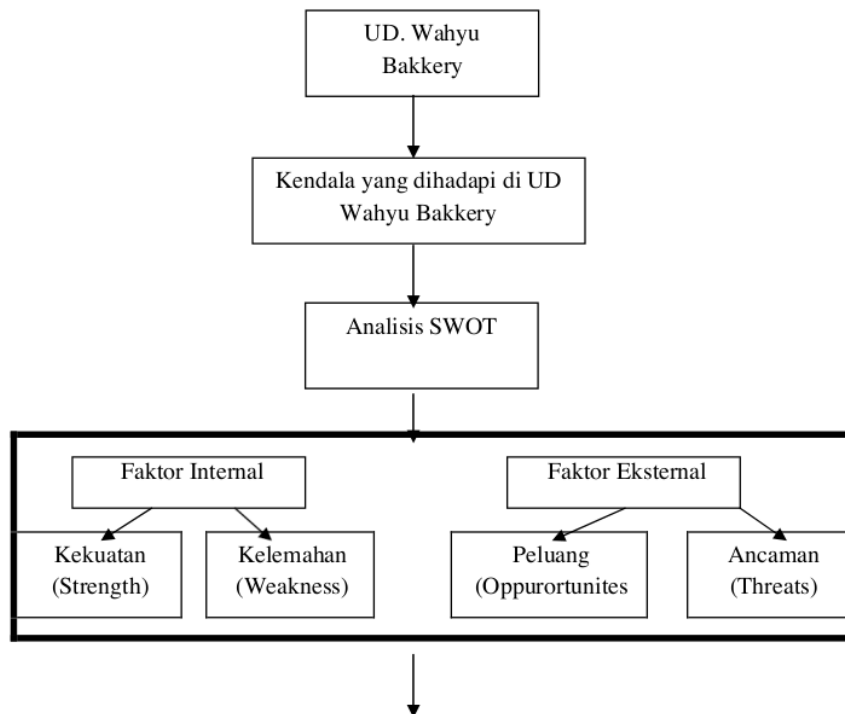
Kualitas produk yang tinggi adalah merupakan salah satu dari lima keunggulan kompetitif yang dapat dipergunakan untuk unggul dalam persaingan bisnis.

4. Peningkatan Kualitas Sumber daya Manusia

Era zaman sekarang tentunya banyak cara dalam meningkatkan SDM. Sehingga SDM yang mampu memberkan kualitas prodak yang sangat tinggi nilai kualitasnya.

2.4 Kerangka Berpikir

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir Penelitian



Strategi pengembangan Usaha
Usaha Roti UD Wahyu Bakkery

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 memiliki kendala seterusnya di olah melalui analisi SWOT dengan beberapa faktor internal dan faktor IFA yaitu faktor EFE.

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.

1.5. 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	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan usaha tebu merah. Penelitian ini menggunakan metode internal factor evaluation (IFE) dan

	<p>(Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)</p>	<p>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.</p>
<p>Istiqomah dan Irsad,Andriyanto</p>	<p>Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang</p>

(2018)	Kaliputu Kudus)	dihadapi usaha kecil.
ImasWidowati Daisy Ade Riany FerdiAndrianto (2022)	ANALISIS SWOT UNTUK PERKEMBANGAN KULINER BISNIS (STUDI KASUS PADA UMKM PAPAT SODARA FOOD PURWAKARTA)	Pengumpulan data dilakukan dengan caraobservasi, interview, dan kuisisioner.

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 toko 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																				■	■			

Berdasarkan pendapat diatas penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder.

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 menjadi dua yaitu primer dan sekunder. Data primer didapat melalui observasi dan interview. 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 dilakukan dengan dua metode yaitu observasi langsung dan observasi 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. Interview

Interview merupakan metode data yang dipake adalah (dept interview). Interview dept yaitu suatu cara dalam mencari atau informasi dengan cara langsung face to face bersama yang di wawancarai supaya data yang di ambil pas (kriyantono, 2006 : 98 - 100), dengan informan pemilik Toko usaha roti Wahyu Bakkery dan 5 orang karyawan.

3. Dokumentasi

Dokument publik atau privasi dokument publik contohnya yaitu,, berita surat kabar, acara televisi, dan lain sebagainya. Dokumen privat misal masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi pustaka, Lainnya yakni memo, surat-surat, catatan pribadi, dan lain sebagainya (Kriyantono 2018 : 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. Study pustaka dapat dilakukan dengan mengumpulkan data dari buku, jurnal, internet, karya ilmiah, dan parlitian-penelitian terdahulu. Setelah itu data yang terkumpul di dalamnya dianalisis. Sehingga teknik ini juga sangat mendukung peneliti.

3.7 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data adalah suatu tahapan dalam pengumpulan data yang sistematis untuk mendapatkan hasil, analisis Menurut bogdan and Sugiyono (2010: 334). Proses wawancara yang telah disusun sebelum melakukan wawancara kepada informan, catatan lapangan, dan bahan - bahan lain dan mudah dipahami temuan tersebut, analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisa berdasarkan hasil yang ditemukan.

Menurut miles dan huberman (1992: 16). Analisa terbagi 3 yaitu : Reduksi data, Penyajian data, Penarikan kesimpulan / Ferifikasi. Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data adalah pemilihan, pemusatan perhatian , pengabstrakan, dan transformasi hasil yang belum di rangkum yang ditemukan di lapangan, reduksi data akan berproses sehingga penelitian selesai. Dalam mengantisipasi data yang akan reduksi (seringkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual lingkungan penelitian.

b. penyajian data

Mereka yakin bahwa penyajian yang bagus suatu cara bagi analisis kualitatif, yang berkaitan: Berbagai matriks, grafik, dan network. Didisain untuk kemudahan peneliti dalam menentukan hasil penelitiannya. Dengan itu seseorang analis bisa melihat yang dialami, dan dan mengungkap apakah penelitian yang seseorang buat itu adalah hasil yang pas.

c. Penarikan kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman hanya sebagai suatu kegiatan yang konfigurasi yang utuh, makna yang kurang akan terlihat dalam penelitian tersebut, keberadaannya dan keabsahan datanya, yaitu suatu validasi data. Kesimpulan terakhir bukan dalam pengumpulan data, tetapi perlu divalidasi supaya tidak terjadi kesalahan data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

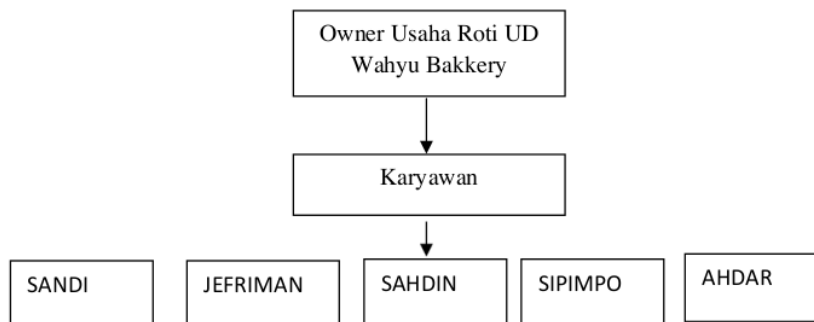
4.1.1 Sejarah Toko Roti UD Wahyu Bakkery

Usaha toko roti UD Wahyu Bakkery mulai berdiri 2019 yang bermula dari hoby sipemilik usaha dalam membuat roti. Salah satu faktor yang membelakangi awala mulaa toko roti ini adalah saat pemilik toko roti termotivasi oleh usaha roti lainnya. Saat itu dia bertekad untuk membangun usaha rotinya sendiri di desa tempat ia tinggal karena skill 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 semangat dalam memulai bisnis sehingga bisa berkembang sampai sekarang ini. toko roti ini sejak beridiri dari tahun 2019 dikelolah oleh pemilik usaha, dan istri sampai sekarang sudah memiliki 5 orang karyawan. Perkembangan usaha kadang mengalami peningkatan dan kadang mengalami penurunan dilihat dari hasil penjualaan nya.

4.1.2 Struktur Organisasi/Perusahaan

Gambar 4.1

Struktur Organisasi UD. Wahyu Bakery



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

Sebagaimana telah disinggung pada bab sebelumnya, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang dianggap valid dan dapat dipercaya sebagai hasil penelitian.

Hal ini merupakan sebuah metode untuk memecahkan fokus tantangan pada bisnis roti UD Wahu Bakery.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut buku karya Sugiono (2015: 118), metodologi penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menafsirkan fenomena-fenomena yang terjadi dengan menggunakan lingkungan alam, dan merupakan metode penelitian yang menggabungkan berbagai metodologi yang ada. Mengenai penelitian ini, peneliti saat ini mengajukan pertanyaan tentang lingkungan alam dengan menggunakan berbagai metode penelitian dengan tujuan menggunakan hasilnya untuk menafsirkan fenomena.

Penelitian kualitatif biasanya menggunakan wawancara, observasi, dan penggunaan dokumen sebagai metode.

Metode analisis deskriptif kualitatif merupakan metode yang saat ini digunakan di lapangan, dimana data atau data dijadikan sebagai objek kajian. informasinya dianalisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah.

4.2.1 Analisis SWOT

1. *Internal Factor Evaluation* (IFE)

dimana tujuan untuk nya untuk melihat faktor – factor internal suatu perusahaan dan 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 toko roti di UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias. Dijelaskan bahwa analisis SWOT pada usaha toko roti UD Wahyu Bakkery meliputi dua aspek. yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Hal ini diungkapkan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha toko 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 vaktor kekuatan yang ada pada perusahaan untuk tetap bertahan menjadi pelanggan usaha toko roti UD Wahyu Bakkery ? Beliau mengatakan bahwa:

“Untuk kekuatan yang ada di usaha Pembuatan Roti 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 Tetehesi yaitu

- 1) Modal awal pendirian usaha ini termasuk ringan. 2)
- 2) Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi 3)
- 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:

“Implementasi strategi pengembangan perusahaan ini tidak akan terjadi dalam waktu dekat.

Berdasarkan analisis bisnis ini sebelumnya, pelatihan sumber daya manusia masih kurang.

Untuk itu, kita perlu lebih melatih keterampilan dan pengalaman membuat roti kita.

“Yang lain kelemahannya mungkin ini yang menjadi alasan strategi pengembangan kami yaitu sistem pemasaran kami, kami belum memiliki pasar utama untuk produk usaha kami, sehingga kami belum memiliki perkiraan biaya pemasaran yang dibutuhkan.

Akibatnya, kami tidak memiliki departemen pemasaran yang memadai dan tidak lagi menjadi pemasok utama bagi perusahaan ritel roti.

”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kelemahan dari UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi 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 Tetehesi

No	Kekuatan	Kelemahan
1	Modal awal ringan	Rendahnya Kualitas SDM
2	Banyak unit barang yang terjual	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 strategi internal tersebut dalam kerangka streaght and weakness perusahaan.

- a. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan usaha kecil menengah dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing - masing faktor tersebut dengan Skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh factor - 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 1 dengan +3 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata - rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative kebalikannya. Contohnya jika kelemahan usaha besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan usaha dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 3:

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

Faktor Internal	Bobot	Rating	Total skor	Keterangan
Kekuatan				
Modal awal pendirian usaha termasuk ringan	0,20	3	0,60	Modal untuk mendirikan usaha ini ringan karena pemilik usaha memiliki 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
Subtotal	0,85		2,75	
Kelemahan				
rendahnya kualitas SDM	0,05	1	0,05	Karyawan mayoritas masyarakat Desa Tetelesi 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
Subtotal	0,13		0,21	
Total	0,98		2,94	

Olahan : Penulis 2023

Pada **tabel 4.2** diatas bisa dilihat bahwa indicator intenal 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 factor 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 yaang kuat.

2. *External Factor Evaluation* (EFE),

dimana memiliki tujuan untuk mengidentifikasi terkait factor – 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 factor - faktor strategis eksternal tersebut ke dalam kerangka Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) perusahaan.

Dalam menentukan analisis SWOT pada strategi pengembangan pada usaha toko roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetehesi kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias. Dijelaskan bahwa analisis SWOT pada usaha toko 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 28 Oktober 2023 pada pukul 17.00 WIB di lokasi Penelitian. Dimana peneliti bertanya tentang apa saja vaktor yang dijadikan peluang oleh usaha toko roti UD 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
Peluang				
Tersedianya tenaga kerja di wilayah				Jumlah tenaga kerja yang banyak menyebabkan

sekitar banyak	0,25	2	0,50	pemilik usaha roti 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
Subtotal	1,8		2,3	
Ancaman				
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 Bakkery
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
Subtotal	0,08		0,13	
Total	1,88		2,43	

Olahan Penulis (2023)

Dari analisis di atas pada tabel 4.4 tentang EFA, faktor oportunitas dan ancaman mempunyai skor 2,43. karena total skor 2,43 bahwa usaha merespons oportunitas dan berusaha menghindari ancaman.

Dari pembahasan IFA dan EFA nilai IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) adalah 2,94 dibandingkan nilai EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) adalah 2,43. Bisa disimpulkan bahwa faktor dalam usaha toko roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi. Lebih dominan dari faktor luar. Bisa dipastikan toko roti UD Wahyu Bakkery Desa Tetelesi bisa melakukan perkembangan usahanya dengan menggunakan strategi kekuatan, terjangkau dan bahan baku yang berkualitas dan sarana dan prasarana yang memadai untuk merealisasikan peluang yang ada.

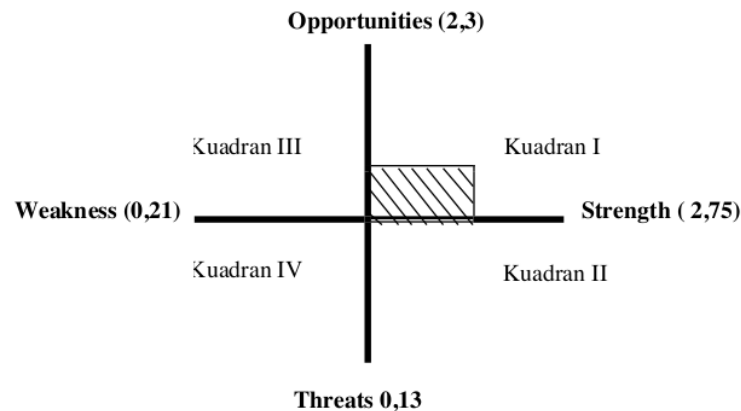
³ Kemudian penentuan posisi usaha toko roti dengan memakai analisis variabel internal serta faktor eksternal. Berikut tabelnya:

Tabel 4.5**Analisis SWOT Pada Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakery**

IFAS	2,94	EFAS	2,43
jumlah skor kekuatan (S)	2,75	jumlah skor peluang (O)	2,3
jumlah skor kelemahan (W)	0,21	jumlah skor ancaman (T)	0,13
X= S-W	2,54	Y= O-T	2,17

Olahan Penulis (2023)

Dari tabel 4.5 dapat diketahui usaha toko roti UD Wahyu Bakery memiliki IFA 3,75, EFA 2,3, jumlah skor strength (S) 2,75, jumlah skor weakness (W) 0,21, jumlah skor peluang (O) 2,3, dan jumlah skor ancaman (T) 0,13. Tabel di atas menunjukkan jarak jumlah skor strength dan jumlah skor weakness (X) yaitu 2,54 sementara ini juga menunjukkan jarak jumlah skor peluang dan jumlah skor ancaman yaitu (Y) 2,17. Berikut gambarnya :

Gambar 4.2**Grafik Cartesius Analisis SWOT Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakery**

Dari gambaran grafik kartesius di atas, posisi perusahaan-perusahaan roti yang diteliti berada pada kuadran I, yaitu keadaan yang kuat, oportunistik dan menguntungkan, sehingga sangat penting bagi perusahaan-perusahaan di sektor ini untuk mencapai pertumbuhan. Karena berada di Kuadran I maka strategi yang tepat adalah SO. Dengan menerapkan strategi pertumbuhan, perusahaan roti dapat memanfaatkan kapabilitas yang ada dan memanfaatkan peluang yang ada.

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

ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak • Ketersediaan bahan baku yang mudah • Tingkat permintaan produk yang tinggi	kegiatan promosi usaha roti • Meningkatkan kualitas usaha roti • Meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil	kegiatan promosi usaha roti • Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi • Meningkatkan peran pengelola usaha
TREATHS (T) • Adanya usaha baru yang mirip dengan usaha roti Bakkery • Adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru.	STRATEGI S-T • Meningkatkan daya tarik konsumen • Meningkatkan kualitas produk • Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti	STRATEGI W-T • Meningkatkan kegiatan promosi usaha roti • Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi modern • Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi roti • Meningkatkan peran pengelola usaha roti

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 Tetehesi. 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

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

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

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 matrket yang lain. Cuma ada hal lain yang saya lebih tekankan. yaitu kita harus menjaga hubungan baik dengan relasi manapun. semakin kita memperluas relasi bisnis ituakan 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 toko 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 pimpo 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 sebagus 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 toko 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 toko 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 Tetelesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias

Usaha toko roti UD Wahyu Bakkery desa Tetelesi 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 toko 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, terlalumudah 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 Tetelesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias.

Pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi usaha toko 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 Tetelesi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias Dengan Menggunakan Analisis SWOT

Secara konseptual, strategi pembangunan di sektor industri melibatkan analisis situasi pasar internal, termasuk kelemahan dan kekuatan pasar lokal, dan situasi pasar eksternal, termasuk peluang dan ancaman yang dihadapi, serta mengidentifikasi alternatif-alternatif strategis.

Putuskan apa yang perlu Anda terapkan.

Analisis pasar internal adalah proses mengevaluasi elemen-elemen strategis yang baik dari suatu perusahaan/organisasi dan menentukan di mana letak kekuatan dan kelemahannya sehingga perumusan strategi dapat digunakan 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 digunakan sebagai model untuk menganalisis organisasi nirlaba dan nirlaba, dengan tujuan utama memberikan pandangan yang lebih komprehensif mengenai kesehatan organisasi. Menurut Freddy Rangkuti (2015:19). Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis elemen-elemen 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 yang digunakan

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 toko 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

¹ 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, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: CharismaPutra Utama, (2016), 4-6.

¹ 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.

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.

⁵ 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.
⁵ “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.
- Mahmud, Windu. (2019). *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*. Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mariantha, N. (2018). *Manajemen Biaya (Cost Management)*. Sulawesi Selatan: Celebes Media Prakasa.
- 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.
- 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 TETEHOSEI KECAMATAN IDANOGAWO KABUPATEN NIAS"

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	3%
2	www.neliti.com Internet Source	3%
3	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2%
4	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	2%
5	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	2%
6	Submitted to Binus University International Student Paper	1%
7	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
8	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%

digilib.uinkhas.ac.id

9	Internet Source	1 %
10	doaj.org Internet Source	1 %
11	jim.usk.ac.id Internet Source	1 %
12	Submitted to stipram Student Paper	1 %
13	stismu.ac.id 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
