

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI  
ANINDY BAKERY DI DESA JAMBU KECAMATAN BAJO**

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2022**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI  
ANINDY BAKERY DI DESA JAMBU KECAMATAN BAJO**

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**Juhana**

17 0401 0202

**IAIN PALOPO**

**Pembimbing:**

**Ishak, S.EI., M.EI.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Juhana  
Nim : 17 0401 0202  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi, atau dipublikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya di batalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya.

Palopo, 31 Mei 2022

Yang membuat pernyataan



Juhana

NIM: 17 0401 0202

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo yang ditulis oleh Juhana Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0202, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 28 Juni 2022 Miladiyah bertepatan dengan 28 Zulqaidah 1443 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 26 Juli 2022

### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H.                | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Mujahidin, Lc., M.EI.                 | Penguji I         | (  ) |
| 4. Hamida, SE.Sy., ME.Sy.                | Penguji II        | (  ) |
| 5. Ishak, S.EI., M.EI.                   | Pembimbing        | (  ) |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



Dr. Takdir, S.H., M.H.  
NIP 19790724 200312 1 002



Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.  
NIP 19810213 200604 2 002

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا  
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta memberikan kesehatan, dan kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo”** setelah melalui proses yang panjang.

Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. kepada keluarga, para sahabat, dan pengikut-pengikut-nya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak, walaupun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda almarhum **Yasin** dan ibunda **Sitti S** yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil, selalu memohon keselamatan dan kesuksesan dunia dan akhirat untuk putrinya dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta saudara-saudari kandungku yang selama ini

membantu dan mendoakan. Mudah-mudahan Allah SWT, mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, yaitu:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H, Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , beserta Wakil Dekan I Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A, Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. dan Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Ilham, S.Ag., M.A, yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatian dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Abdul Kadir Arno, SE.Sy., M.Si. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah beserta para

dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.

4. Ishak, S.El., M.El. selaku pembimbing sekaligus Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan motivasi, bimbingan, masukan dan mengarahkan serta semangat dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
5. Mujahidin, Lc., M.El. dan Hamida, SE.Sy., ME.Sy. selaku penguji yang memberikan masukan berupa koreksi dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo, Madehang, S.Ag., M.Ag. dan segenap karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada pemilik usaha dan karyawan Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu serta konsumen, yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya dalam membantu proses penyelesaian penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan 2017 (khususnya di kelas EKIS E), yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

10. Kepada keluarga besar saya yang selama ini telah memberikan motivasi dan selalu mendukung saya dalam setiap kegiatan.

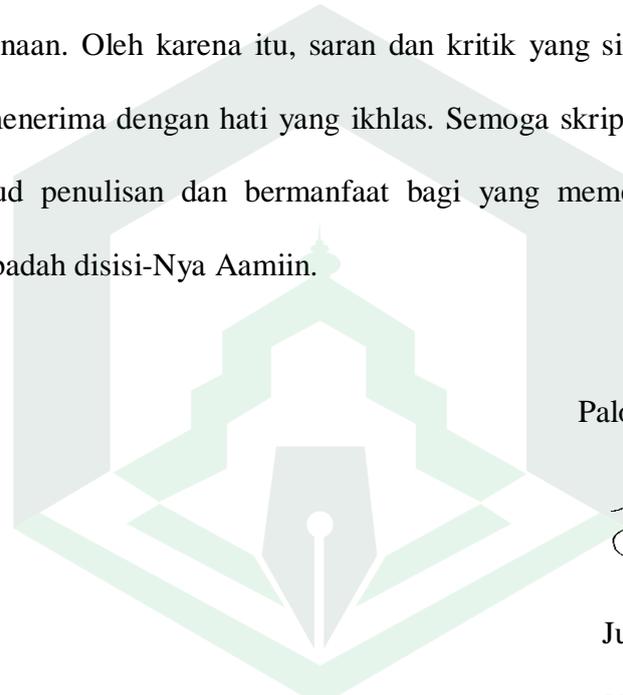
Akhirnya penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulisan dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah disisi-Nya Aamiin.

Palopo, 31 Mei 2022



Juhana

*Nim.1704010202*



**IAIN PALOPO**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَالٌ : *haua*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...   اُ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وِ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].sedangkantā' marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfā*  
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*  
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

#### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ̣ dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfā*  
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*  
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

Jika huruf ّber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)  
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>Syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat

yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba'in al-Nawāwī*

*Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah*

#### 9. *Lafz al-jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ دِينُ اللَّهِ

*dīnullāh billāh*

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

*hum fī rahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasū*  
*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*  
*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*  
*Nasr al-Dīn al-Tūsī Nasr Hāmid Abū Zayd Al-Tūfī*  
*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh :

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,  
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad  
Ibnu)  
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr  
Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
L	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS	= QS An-Nisa/4: 29 atau QS Al-Baqarah/2:275 dan 188
HR	= Hadis Riwayat

IAIN PALOPO

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR KUTIPAN AYAT</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Deskripsi Teori .....	13

C. Kerangka Pikir .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>3</b>
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Fokus Penelitian .....	31
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
D. Informan Penelitian .....	32
E. Definisi Istilah .....	32
F. Sumber Data .....	33
G. Teknik Pengumpulan Data .....	33
H. Teknik Analisis Data .....	34
I. Keabsahan Data .....	37
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>47</b>
A. Deskripsi .....	47
B. Analisis Data (Pembahasan) .....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR KUTIPAN AYAT

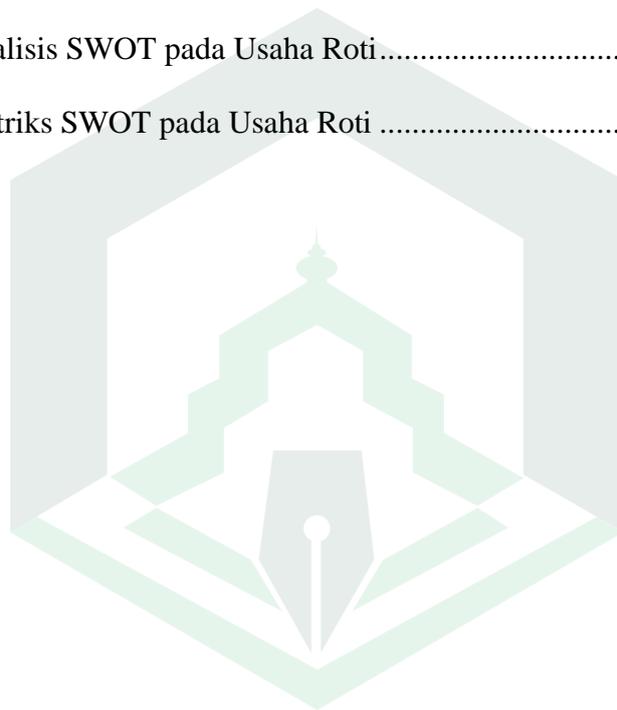
Kutipan Ayat 1 Q.S An-Nisa/4:29 .....	3
Kutipan Ayat 2 Q.S Al-Baqarah/2:275 .....	5



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	39
Tabel 3.2 Matriks SWOT .....	44
Tabel 4.1 Analisis SWOT pada Usaha Roti.....	59
Tabel 4.2 IFAS pada Usaha Roti.....	60
Tabel 4.3 EFAS pada Usaha Roti .....	62
Tabel 4.4 Analisis SWOT pada Usaha Roti.....	63
Tabel 4.5 Matriks SWOT pada Usaha Roti .....	65



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	28
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT .....	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Roti.....	48
Gambar 4.2 Diagram Kartesius.....	64



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Surat Izin Meneliti
- Lampiran 4 SK Penguji
- Lampiran 5 SK Pembimbing
- Lampiran 6 Buku Kontrol
- Lampiran 7 Kartu Konrol
- Lampiran 8 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 9 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 10 Persetujuan Penguji
- Lampiran 11 Nota Dinas Penguji
- Lampiran 12 Surat Keterangan Babas Mata Kuliah
- Lampiran 13 Sertifikat Mahad Al-Jami'ah
- Lampiran 14 Surat Ket. Membaca dan Menulis Al-Qur'an
- Lampiran 15 Sertifikat Oskar/PBAK
- Lampiran 16 Sertifikat Test Toefl
- Lampiran 17 Kuitansi Pembayaran UKT
- Lampiran 18 Hasil Turnitin
- Lampiran 19 Hasil Perhitungan Bobot dan Rating Menggunakan Excel
- Lampiran 20 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup

## ABSTRAK

**Juhana, 2022.** “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo*”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Bapak Ishak, S.EI., M.EI.

Skripsi ini membahas tentang Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo. Dalam penelitian ini mengangkat permasalahan berupa: faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan usaha roti dan strategi pengembangan usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan usaha roti dan strategi pengembangan usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo. Metode penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif pada 5 responden yakni pemilik usaha dan 2 orang karyawan usaha roti dan 2 konsumen . Adapun data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, kuesioner yang diisi oleh responden, serta dokumentasi. Kemudian data yang didapatkan dari hasil pengumpulan data dianalisis menggunakan analisis SWOT, IFAS dan EFAS. Berdasarkan hasil analisis faktor internal, kekuatan utama usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo yaitu produk berkualitas dan mempunyai banyak varian rasa (0,47). Kelemahan utama yaitu saluran distribusi masih terbatas (0,25). Faktor eksternal yang menjadi peluang utama yaitu hubungan baik dengan pedang dan pelanggan (0,50). Ancaman utama yaitu persaingan dari produk lain (0,48). Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT pada diagram kartesius penelitian menunjukkan bahwa usaha roti berada pada kuadran *growth* (pertumbuhan) dimana kuadran berada pada posisi 1 yang artinya bahwa situasi sangat menguntungkan. Usaha roti Anindy Bakery memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan sekaligus meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman.

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

## **ABSTRACT**

**Juhana, 2022.** *“Analysis of Anindy Bakery’s Business Development Strategy in Jambu Village, Bajo District. Thesis of Islamic Economics Study Program Faculty of Islamic Economics and Business Palopo State Islamic Institute supervised by Mr. Ishak, S.EI., M.EI.”*

*This thesis discusses the analysis of the strategy for developing Anindy Bakery in Jambu Village, Bajo District. This research raises the problem in the form of factors that influence the development of bread business and bread business development strategy in Jambu Village, Bajo District. The method in this study is a qualitative approach using descriptive analysis techniques on 5 respondents, namely business owners, 2 employees business and 2 consumers. The data were collected by means of observation, interviews, questionnaire statements filled out by respondents, and documentation. Then the data obtained from the data collection results were analyzed using SWOT, IFAS, and EFAS analysis. Based on the results of internal factor analysis, the main strength of the bread business in Jambu Village, Bajo District, is a quality product and has many flavors (0,47). The main weakness is that distribution channels are still limited (0,25). External factors that become the main opportunities are good relations with suppliers and customers (0,50). The main threat is competition from other products (0,48). Based on the results of the SWOT matrix analysis on the Cartesian diagram, the research shows that the bakery business is in the growth quadrant where the quadrant is in position 1, which means that the situation is very profitable. Anindy Bakery’s bread business has strengths so that it can take advantage of opportunities while minimizing weaknesses and overcoming threats.*

**Keywords:** *SWOT analysis, bakery business, development strategy, growth*

**IAIN PALOPO**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perusahaan dalam hal menetapkan serta menggunakan suatu seni manajemen yang mengarah kepada kinerja yang lebih bagus dari pada pesaing lain dalam organisasi memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Seni manajemen mendeskripsikan segala tindakan berdasarkan pada target industri untuk menerima keuntungan berkepanjangan. Strategi dalam sebuah usaha merupakan hal dasar yang harus dimiliki dan dirawat dalam pengamalannya agar bisa digunakan secara maksimal. Pokok penting strategi dalam hal ini ialah menciptakan nilai unggul yang tidak selaras dari lawan dengan sifatnya unik yang nantinya bisa menarik perhatian dari masyarakat yang selanjutnya akan menjadi pelanggan. Dalam penerapannya diperlukan manajemen strategik supaya dapat mencapai target serta tujuan yang sudah ditetapkan, dimana manajemen strategik terdiri dari 3 tahap yaitu analisis, keputusan dan tindakan organisasi dalam rangka membentuk serta mempertahankan keunggulan kompetitif<sup>1</sup>.

Dalam menerima keunggulan suatu perusahaan harus menyajikan hasil produksi atau jasa yang bernilai lebih tinggi bagi pelanggan jika disandingkan dengan pesaing. Proses dalam menciptakan keunggulan sering dijumpai masalah yang bersumber dari faktor internal dan faktor eksternal seperti keterbatasan modal yang menjadi problem primer yang menghadang pelaku usaha kecil dan

---

<sup>1</sup> Prasetio Aji, *Manajemen Strategi; Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, 2 ed. (Yogyakarta: Expert, 2019).

menengah dalam menerapkan konsep bauran pemasaran. Selain itu menurut Hadiyati, menyatakan bahwa terdapat tiga permasalahan pemasaran pada pengusaha kecil biasanya terfokus pada 3 hal meliputi problem kompetisi pasar dan hasil produksi, problem jalan pada berita mengenai pasar, serta perseteruan birokrasi penyokong pengusaha kecil<sup>2</sup>. Problem keterbatasan modal juga dialami oleh beberapa pengusaha roti di berbagai daerah karena modal merupakan hal yang menjadi pendukung berjalannya suatu usaha namun modal bukanlah satu-satunya penentu keberhasilan usaha.

Dalam hal pengembangan ekonomi tidak terlepas dari usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penghasilan agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kita ketahui bahwa ekonomi artinya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya serta keinginannya yang tidak terbatas dengan mengalokasikan sumber daya alam yang dapat habis. Banyaknya permintaan konsumen akan kebutuhannya membuat produsen meningkatkan hasil produksinya, sehingga dengan banyaknya permintaan konsumen akan suatu produk menjadikan interaksi antara konsumen serta produsen menjadi lebih baik. Interaksi rapi sesama konsumen dan produsen dapat meningkatkan keberhasilan suatu usaha. Sebagaimana Allah SWT. berfirman dalam Al-qur'an Surah An-nisa' ayat 29 yaitu:

---

<sup>2</sup>Ma'mun Sarma, *Entrepreneurial Marketing Untuk Keberhasilan Pemasaran Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia* (Bogor: IOB Press, 2019).

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿١٦﴾

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan harta sesama kamu di jalan batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di anatar kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu<sup>3</sup>.”

Qur'an Surah diatas mengungkapkan, bahwa setiap aktivitas yang batil serta jelek harus dihindari, sebab Allah menginginkan semua hukum ialah mampu meringankan beban, sebab itu maka setiap aktivitas harus dijalankan sesuai pilihan sendiri, tanpa ada intervensi dari pihak manapun. Perdagangan ialah aktivitas menjual produk dan pelayanan dari pihak pembuat produk kepada masyarakat dalam hal target menukarkan hak milik suatu produk. Hasil produksi yang ditawarkan haruslah hasil yang benar-benar masuk dalam kawasan bisa dikonsumsi.

Perdagangan pasti berkaitan dengan kewirausahaan karena menjalankan suatu bisnis. Aktivitas wirausahaan seringkali disandingkan pada perusahaan kecil, disebabkan adanya ciri di wirausahawan yaitu tidak bisa bekerja pada perusahaan besar sama persis dengan ciri pengusaha kecil sehingga dua hal ini diibaratkan sama. Usaha kecil artinya aktivitas yang memiliki asset awal sedikit, anggaran asset rendah serta jumlah tenaga kerja yang sedikit<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya* (Surabaya: Halim, 2018), h.83.

<sup>4</sup>Rifka Rahayu Takdir, “Prediktor Kinerja Usaha Berdasarkan Kajian Perilaku Keuangan Pelaku UMKM Kab. Luwu” (Skripsi, Samata-Gowa, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021).

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

Industri kecil roti di Kecamatan Bajo tersebut hanya ada satu yaitu berada di desa Jambu. Usaha ini mulai dirintis oleh Bapak Hasriadi sejak tahun 2015 silam dengan inisiatif bahwa belum ada tokoh roti di Kecamatan Bajo dan melihat adanya peluang pasar di kalangan anak sekolah. Sasaran awal industri kecil roti tersebut memang anak sekolah yaitu kerjasama dengan pemilik kantin yang ada di sekolah-sekolah, mulai dari SD, SMP dan SMA. Kemudian melakukan kerjasama dengan beberapa tokoh grosir di berbagai Kecamatan.

Roti ialah salah satu makanan yang dapat dijadikan sebagai menu sarapan yang terbuat dari bahan utama tepung terigu. Roti juga bisa dijadikan sebagai cemilan pengganti rasa lapar dengan berbagai varian rasa. Makanan ini termasuk makanan dengan banyak peminat baik dari kalangan anak kecil, orang dewasa atau besar maupun lanjut usia. Usaha yang dijalankan tidak terlepas dari penawaran barang/jasa kepada konsumen atau pembeli dengan tujuan untuk mendapatkan profit sebesar-besarnya.

Dalam ajaran Islam tidak ada larangan untuk menjalankan sebuah usaha sesuai dengan keinginannya. Namun dalam Islam harus dilakukan berlandaskan syariat dan tidak bertolak dengan ajaran agama, sebagaimana dengan firman Allah SWT yang termuat pada Al-qur'an surah Al-baqarah ayat 275 yaitu:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Terjemahnya: “Orang-orang yang memakan riba tidak bisa berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan setan. Yang demikian itu disebabkan mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah sudah menghalalkan jual-beli serta mengharamkan riba<sup>5</sup>.”

Dalam ayat diatas, berusaha memberikan pemahaman bahwa dalam melakukan usaha haruslah sinkron sama hal yang telah dihalalkan oleh Allah. Hal yang sudah menjadi larangan Allah harus di jauhi. Jika dikaitkan dengan strategi pengembangan dalam usaha berinteraksi untuk mencapai target keberhasilan tidak boleh menghalalkan yang haram untuk mendapatkan apa yang kita inginkan.

Dalam melakukan pengembangan usaha tentu dipengaruhi beragam indikator, seperti indikator dari luar perusahaan ataupun dari dalam perusahaan sehingga memberikan dampak bagi organisasi bisa dalam jumlah banyak serta sedikit. Misalnya skil sumber daya manusia, teknologi, ataupun kekayaan. Dari berbagai faktor yang ada memiliki posisi yang berbeda yaitu sebagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi organisasi, sama halnya pada usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo.

---

<sup>5</sup> Deperteman Agama RI, *Al-Hikmah Al-qur'an dan Terjemahan*, 8 ed. (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2018).

Toko roti di Kecamatan Bajo berpeluang besar untuk berkembang lebih luas, tidak hanya di sekitaran Kecamatan Bajo tapi juga menarik pelanggan dari berbagai daerah yang dekat dengan Kecamatan Bajo. Hal ini dikarenakan toko roti di Kecamatan Bajo menjadi satu-satunya usaha yang menggelut dibidang pembuatan roti, sehingga mampu menarik banyak pelanggan dari berbagai daerah<sup>6</sup>.

Studi awal yang ditemukan oleh peneliti di lapangan bahwa pelaku usaha Roti di Kecamatan Bajo yang dikategorikan sebagai usaha kecil, melihat kondisi yang ada di Desa Jambu Kecamatan Bajo usaha ini sangat memiliki potensi untuk dikembangkan karena tidak memiliki banyak saingan dalam mengembangkan usaha ini, dan berdasarkan pendapat dari beberapa masyarakat setempat sebagai konsumen itu menyukai produk ini. Namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa sejak berdirinya usaha ini terhitung dari tahun 2015-2022 atau sekitar 7 tahun lamanya belum terlihat perkembangannya dengan baik terbukti dengan omset penghasilan yang tidak meningkat. Pasalnya penghasilan usaha ini setiap bulannya hanya berkisar 6-8 juta. Pertanyaannya, "kenapa dalam kurung waktu yang cukup lama, Anindy Bakery belum dikenal banyak orang?"<sup>7</sup>.

Kendala demikian, tidak bisa dipungkiri sebagai penyebab kurang berkembangnya usaha roti di Kecamatan Bajo, sehingga diperlukan strategi yang mampu menopang perkembangan usaha roti ini. Hal ini strategi yang akan dipergunakan yakni analisis SWOT agar mampu mengetahui strategi yang bisa digunakan dalam pengembangan usaha.

---

<sup>6</sup>Heri Mahmud, Wawancara Dengan Saudara Pemilik Tokoh Roti, pada tanggal 4 April 2021 pukul 11.30 WITA.

<sup>7</sup>Hasriadi, Wawancara Awal Dengan Pelaku UMKM di Kecamatan Bajo, Agustus 2021.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik dalam melakukan penelitian ini dengan menggunakan judul, “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo**”.

### **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini hanya berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi dalam mengembangkan usaha roti dan strategi pengembangan usaha roti yang ada di Desa Jambu Kecamatan Bajo.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditarik permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo dengan menggunakan Analisis SWOT?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo.

## **E. Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan atau sasaran penelitian yang telah dirumuskan tersebut, manfaat penelitian berupa manfaat teoritis dan praktis.

### **1. Manfaat teoritis**

- a. Untuk menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca pada khususnya bidang pengembangan Usaha Roti.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang Usaha Roti di Kecamatan Bajo.

### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi pemerintah Kecamatan Bajo, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan bagi lembaga-lembaga yang terkait pembuat kebijakan yang berhubungan dengan pengembangan usaha roti.
- b. Bagi pengusaha roti di Kecamatan Bajo, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan masukan untuk mengembangkan usaha roti di Kecamatan Bajo.
- c. Bagi peneliti, sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan serta untuk mendapatkan gelar sarjana (S1).

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian dilaksanakan oleh, Amin Dwi Ananda dengan Dwi Susilowati (2017) dalam jurnal “*Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang*”. Dari hasil penelitian menunjukkan , ada 15 sektor industri kreatif berpotensi mempunyai faktor outdor dan faktor indor yang berbeda di Kota Malang. Kemudian memiliki masalah SDM dalam mengembangkan usaha seperti permasalahan di bagian pemasaran. Selanjutnya kesamaan penelitian ini dengan penelitan yang akan dilaksanakan ialah pembahasan tentang faktor eksternal serta faktor internal usaha yaitu mengenai pemasaran usaha. Sedangkan perbedaanya ialah metode analisis data yang digunakan<sup>8</sup>.

Penelitian ini dilaksanakan oleh Muhammad Afridhal (2017) dalam jurnal “*Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen*”. Dari hasil penelitian bahwa variabel internal yang bisa berpengaruh dalam perluasan industri rumah tangga roti tanjong ini ialah kebagusan produk, kesinambungan, usaha tidak sulit dilakukan, memiliki potensi sumber daya alam, modal sedikit, keterbatasan kemahiran pengusaha, keadaan transportasi kurang memadai, proses pengelolaan kurang ideal, serta tata keuangan sedikit baik. Artinya bahwa dari dalam organisasi sangat dilibatkan

---

<sup>8</sup>Amin Dwi Ananda dan Dwi Susilowati, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang,” *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. 10 No.10 (2017).

terkait tingkat kebaikan hasil produksi yang didukung cara pengolahan yang mudah dan karyawan yang bagus skilnya. Indikator eksternal ialah koneksi dekat sama pemangku kepentingan, keadaan lingkungan aman, perhatian pemerintah, perubahan prodak, perkembangan teknologi, harga bahan dasar naik, ketimpangan sosial, limbah dibuang bukan ditempatnya, dan kurangnya bimbingan teknis. Adapun pilihan lain taktik yakni perbaikan sarana dan prasarana produksi, menciptakan produk berkelas, memperbaiki ketekunan karyawan dalam bekerja, mencari dukungan tambahan dari pihak lain. Kesamaan pengkajian roti ini dengan pengkajian yang akan dilaksanakan ialah dalam hal pencapaian akhir yakni strategi pengembangan. Sedangkan perbedaannya ialah beberapa indikator eksternalnya seperti limbah yang dibuang sembarang tempat<sup>9</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh, Ariani dan Muhammad Nur Utomo (2017) dalam jurnal "*Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan*". Dari analisis SWOT dalam menganalisis faktor dari dalam serta eksternal pada UMKM ini bersama dengan grafik cartesius pada penelitian ini bisa didapat mengenai taktik utama ialah strategi *Growth* (pertumbuhan) yaitu memanfaatkan semua kapasitas UMKM dengan membentengi derajat pada bahan atau material standar, validitas hasil produksi dikategorikan dalam limitasi, meningkatkan kemampuan sumber daya manusia serta mampu bersaing dalam harga artinya bahwa kapasitas kinerja karyawan harus bisa lebih baik dari karyawan usaha lain. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah persamaan penggunaan analisis SWOT dalam mencari

---

<sup>9</sup> Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen," *Jurnal S. Pertanian* Vol. 1 No. 3 (2017): 224.

strategi pengembangan. Adapun yang masuk dalam perbedaan adalah skala usaha yang diteliti dan kinerja karyawan yang dituntut untuk lebih berkualitas<sup>10</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh, Hefri Oktoyoki (2019) dalam jurnal “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Agribisnis Berdaya Saing di Kabupaten Rejang Lebong*”. Hasil penelitian ini memberitahukan bahwa faktor yang sangat berdampak pada pengembangan UMKM ialah strategi meluaskan derajat produk dan menciptakan tipe-tipe baru produk, serta mengadakan potongan harga bagi anggota, serta kemudahan jalan untuk klien baru dalam hal pembeli memakai pemesanan beralas teknologi seperti internet dan media sosial. Kesamaan dalam Penelitian sama penelitian yang akan dilaksanakan ialah pada pencarian strategi pengembangan sebagai hasil akhir yang menjawab permasalahan. Sedangkan perbedaannya adalah cara memasarkan produk<sup>11</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh, Dian Anita Sari dan Agus Widodo (2021) dalam jurnal “*Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Rembang dengan Menggunakan Analisis SWOT*”. Dengan hasil penelitian dari 50 kuesioner bahwa problem utama yang menghadang UMKM dan membuatnya mengalami kemerosotan pendapatan karena adanya Covid-19 adalah pemasaran turun, kapital mandek dan penjualan berkurang, lalu faktor yang sangat berdampak kepada daya saing untuk menangani pandemic Covid-19 yaitu mengatur kapasitas dan melakukan pemasaran lewat media sosial sebagai taktik

---

<sup>10</sup>Ariani dan Mohammad Nur Utomo, “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan,” *Jurnal Organisasi dan Manajemen* Vol. 13 No. 2 (2017).

<sup>11</sup> Hefri Oktoyoki, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Agribisnis Berdaya Saing di Kabupaten Rajang Lebong,” *Jurnal Mapetari* Vol 4. No.1 (2019).

pertahanan atau benteng. Persamaannya ialah menggunakan analisis SWOT dalam menganalisa data. Sedangkan perbedaannya ialah jumlah respon yang diberikan kuesioner penelitian<sup>12</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh, Inayah Adi Sari, Novika Wahyuhastuti, dan Mahmud Yunus (2021) dalam jurnal "*Strategi Pengembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah Melalui Pendekatan Analisis SWOT Balanced Scorecard*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi UMKM cukup tangguh dengan beberapa batu sandungan yang mesti dihadapi. taktik yang disarankan ialah taktik yang dianjurkan ialah pembauran mendarat, dimana dengan taktik ini UMKM dapat menumbuhkan daya yang dimiliki serta menipiskan rintangan yang ada. manfaat yang ditemukan dengan mengamalkan taktik ini ialah memperpendek besaran kompetitor, menaikkan kepandaian, khususnya kepandaian tentang literasi usaha, memajukan kawasan pemasaran, dan meninggikan praktis di tata kelola modal. Kesamaan dalam penelitian ini sama penelitian yang akan dilaksanakan yakni pendekatan analisis SWOT unruk mendapatkan strtategi pengembangan. Sedangkan perbedaannya ialah metode penelitiannya<sup>13</sup>.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari beberapa jurnal relevan diatas bahwa permasalahan yang sering dijumpai pada UMKM adalah masalah SDM yang kurang berkualitas dalam menginovasi produk, kurangnya kemampuan dalam pemasaran, dan juga keterbatasan daerah pemasaran. Kemudian persamaan

---

<sup>12</sup> Dian Anita Sari dan Agus Widodo, "Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Rembang dengan Menggunakan Analisis SWOT," *Jurnal Buletin Bisnis dan Manajemen* Vol.7 No. 2 (2021).

<sup>13</sup>Inayah Adi Sari, Novika Wahyuhastutu, dan Muhmud Yunus, "Strategi Pengembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah Melalui Pendekatan Analisis SWOT Balanced Scorecard," *Jurnal MONEX* Vol. 10 No. 2 (2021).

pengkajian yang dilaksanakan sama pengkajian yang sudah lewat yang dijadikan referensi yaitu mengenai analisis indikator dari dalam serta indikator dari luar yang mendorong usaha dilaksanakan sedangkan ketidak sesuaian pengkajian ini sama pengkajian lalu ialah tempat penelitian.

## **B. Deskripsi Teori**

Deskripsi teori merupakan penjelasan yang dimaksudkan dapat digunakan untuk mengungkap suatu fenomena yang menjadi bahan acuan peneliti dalam meneliti yang nantinya akan dirangkum menjadi suatu konsep yang dapat menguraikan maksud dan tujuan dalam proses penelitian. Berikut ini beberapa uraian mengenai teori yang terkandung dalam penelitian:

### **1. Usaha**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha kecil artinya aktivitas subur dan mandiri atau tidak tergantung pada orang lain, yang digarap secara pribadi dengan kata lain badan usaha diri bukan merupakan anak cabang perseroan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik eksklusif maupun tidak langsung dari usaha menengah yang memenuhi kriteria usaha kecil<sup>14</sup>. Menurut Kuncoro, pada kerangka mikro dan perseroan, industri artinya sekelompok perseroan yang melahirkan produk/pelayanan yang relatif homogen, serta memakai karakter saling membarui yang erat sehingga mampu tetap eksis dikalangan banyaknya lawan baik yang lama maupun lawan baru lahir. Usaha ini memakai tenaga kerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang karyawan baik karyawan yang digaji,

---

<sup>14</sup> Dr. Dindin Abdurrohman BS, S.Sos, MM, M.Si, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020), h.17.

karyawan suka relawan, owner ataupun pihak-pihak yang dapat membantu berjalannya usaha ini, untuk usaha roti Anindy Bakery sendiri memiliki 8 karyawan saat ini.<sup>15</sup>

Defenisi usaha ialah berupa aktivitas yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai apa yang menjadi acuan dalam berorganisasi atau disebut sebagai tujuan yang diinginkan dengan melakukan pekerjaan secara konsisten. Sifat usaha kecil berdasarkan undang-undang No. 9 tahun 1995 yakni, jumlah asset yang dimiliki tidak boleh lebih dari Rp200.000.000,00 atau dengan kata lain asset usaha ini bisa kurang dari nominal tersebut tetapi tidak sampai dengan jumlah asset dari usaha mikro serta nominal yang dimaksud tidak termasuk asset tanah dan bangunan serta hasil penjualan tahunan maksimal Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)<sup>16</sup>.

Adapun tahap pengembangan usaha yang dapat dilakukan wirausahawan yaitu:

a. Memiliki ide atau konsep usaha

Hal pertama yang harus ada ketika ingin memulai usaha adalah memiliki ide usaha. Ide usaha muncul karena adanya referensi yang dilihat dari keberhasilan usaha orang lain. Selain itu ide usaha bisa tumbel dari skil ataupun hobi yang dimiliki.

b. Penyaringan ide atau konsep usaha

---

<sup>15</sup> Dr. Rahel Widiawati Kimbal, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil* (Yogyakarta: Deepublish, 2015).

<sup>16</sup> Cici Hariani, *Strategi Pemasaran Kewirausahaan UMKM* (Bandung: Media Sains, 2020). h. 6-7.

Sesudah memiliki konsep usaha, wirausahawan akan melakukan penyaringan atau melakukan pengembangan terhadap ide usaha menjadi lebih jelas. Bisa dilaksanakan dengan memperhatikan serta menilai kelayakan usaha, dimaksudkan agar ide yang telah dibuat lebih bisa diterapkan sesuai apa yang telah dikonsepsikan.

c. Pengembangan rencana usaha

Dalam penyusunan rencana usaha, wirausahawan harus memiliki perbedaan yang mencolok dari usaha lain. Pengembangan rencana usaha juga meliputi pertimbangan laba-rugi suatu usaha dengan memperhatikan kecenderungan pasar saat ini sehingga bisa memahami kondisi pasar.

d. Pelaksanaan rencana usaha serta pengontrolan usaha

Selanjutnya rancangan usaha yang sudah disusun atau dirancang harus diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha agar sesuai dengan rancang yang ada. Tidak hanya berhenti pada tahap implementasi saja namun harus dilakukan pengendalian usaha agar target yang sudah dirancang dapat ditahlukan atau dicapai<sup>17</sup>.

## 2. Strategi pengembangan

Seni manajemen yaitu ketetapan dan gerakan dalam mencapai target perseroan disetiap tingkatan dalam organisasi, jadi dalam sebuah organisasi ada tingkatan level yang berbeda serta mempunyai tujuan berbeda pula yang harus diprioritaskan untuk dicapai. Berdasarkan pandangan Thompson dan Martin, manajemen strategik ialah suatu metode dimana perusahaan

---

<sup>17</sup>Syamsul Rahman, *Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Manakan Tradisonal Khas Sulawesi*, cet. 01 (Yogyakarta: Bumi Utama, 2021).

menentukan kadar sasaran yang bisa dijadikan bahan memperbaiki niat sehingga memiliki target yang harus dikejar, sasaran dalam organisasi haruslah tepat supaya tak meleset dengan rancangan, dan hasrat pencapaian sangat dibutuhkan untuk memotivasi diri dalam organisa, menetapkan langkah dalam pencapaian skala waktu pas sesuai acuan pertama yang telah ditetapkan pada lingkungan yang terkadang berganti, mengamalan perbuatan, serta penilaian hasil akhir. Dalam gerakan seperti itu memakai waktu yang tidak sedikit dan membutuhkan kesabaran<sup>18</sup>.

Menurut Pearce dan Robinson, taktik ialah rancangan main suatu perusahaan. Seni manajemen membiaskan kesadaran organisasi terkait bagaimana, kapan serta dimana dalam bersaing menemui pesaing. Seni mnajemen perusahaan juga diartikan sebagai pola yang mengintegrasikan sasaran primer dengan kata lain aturan organisasi pada deretan perbuatan sebuah pernyataan yang baku membalut<sup>19</sup>. Namun rancangan seni manajemen tidak bisa ditatap terhadap satu sisi melainkan harus diperhatikan dari berbagai sisi sehingga bisa berjalan sebaik mungkin. Dalam hal merancang terkait taktik pada perusahaan harus melibatkan orang-orang yang paham betul mengenai apa yang kemudian akan dilaksanakan bukan hanya bisa pada konsep saja tapi pengaplikasian juga harus memadai. Berikut ini penjabaran teori organisasi, yaitu:

---

<sup>18</sup> AB Susanto, *Manajemen Strategik komprehensif* (Ciracas, Jakarta: Erlangga, 2014).

<sup>19</sup> Arraniri, SEI., M.M, *Manajemen Sreategi*, h.5

- a. Alat bagi perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuannya, artinya bahwa strategi yang dibuat harus mampu membawahkan perusahaan pada tahap yang positif sehingga bisa mencapai keinginan yang diharapkan;
- b. Kelengkapan dari rancangan yang sudah ditentukan pada perseroan yang berupa hasil pemeriksaan berurat pada keadaan kekuatan serta kelemahan internal kemudian peluang serta ancaman eksternal. Artinya bahwa ketika melakukan atau mengambil langkah perencanaan maka diselaraskan pada keadaan perseroan dengan memerhatikan kondisi internal serta eksternal perusahaan;
- c. Cerminan pergerakan antusias harus diamalkan sesuai dengan ketetapan serta aksi yang dipilih organisasi. Maksudnya adalah pola pergerakan yang dilakukan haruslah sesuai dengan apa yang sudah disepakati dan ditetapkan bersama tanpa membuat atau menambah gerakan tambahan<sup>20</sup>.

Secara umum strategi ialah pendekatan secara keseluruhan terhadap implementasi ide/gagasan, persiapan, dan melaksanakan suatu kegiatan dalam kurung waktu yang telah ditentukan, dengan adanya penentuan batasan waktu diharapkan bisa memberikan semangat dalam mengejar target tersebut. Seni manajemen yang tepat lebih maksimal adanya kordinasi kerja kelompok karena sebuah team memerlukan pemimpin agar kelompok yang dibuat lebih terarah jalan kerjanya, harus memiliki tema supaya memperjelas misi yang harus dicapai oleh team, mengenali variabel pendorong yang serasi melalui prinsip-prinsip pengaktualan pendapat yang diterima oleh akal karena jika

---

<sup>20</sup> Susanto, *Manajemen Strategik komprehensif*, 28-29.

hanya mengandalkan logika tidak bisa berjalan dengan baik karena faktor tersebut tidak bisa dilihat, efisien dalam pendanaan, serta memakai taktik dalam mencapai tujuan secara efektif.<sup>21</sup> Jadi seni manajemen pengembangan artinya suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan dengan memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi peningkatan kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan.

Peningkatan atau Pengembangan dapat di defenisikan sebagai suatu usaha demi meningkatkan kemampuan suatu ide atau gagasan, teknis, dan moral seseorang dan sesuai dengan apa yang diinginkan pekerjaan atau jabatan lewat pendidikan dan training. Pengembangan yakni suatu upaya yang dilakukan untuk mewujudkan, memperbaiki, dan meningkatkan suatu yang sudah ada secara teratur untuk menjadi lebih baik dengan kata lain bahwa apa yang dimiliki haruslah dirawat dengan sangat baik supaya mampu bertahan dan jika memungkinkan harus dikembangkan supaya terhindar dari sesuatu yang tidak diinginkan. Pada pengembangan ada berbagai aspek yang perlu dipahami yakni alat produksi, teknologi, pengaturan waktu dan sebagainya. Gerakan permulaan yang perlu dalam pengembangan usaha ialah mengidentifikasi rintangan-rintangan yang dihadapi, merancang konsep yang jelas merangkul sasaran, seni manajemen untuk mengembangkan usaha dan meninngikan kreatif serta inovatif supaya bisa unggul dari pesaing<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Alyas dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan," *Jurnal Sosiohumaniora* Vol. 19 No. 2 (2017): h.115.

<sup>22</sup>Robert Tua Siregar, Hery Pandanpota Silitonga, dan Juan Anastasia Putri, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar," *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* Vol. 6 No, 2 (2020).

### 3. Prinsip-prinsip pengembangan

Prinsip yang perlu dijadikan acuan:

a. Kemaslahatan

Pola pengembangan usaha harus bisa mendatangkan kegunaan atau berfaedah yang nyata dan dirasakan oleh seluruh *stakeholder* yang terlibat, yaitu dengan saling menguntungkan dan mendatangkan kebaikan antar pihak-pihak yang berkepentingan artinya bahwa pengembangan usaha roti ini harus bermanfaat untuk pemilik dan tim kerjasamanya. Jika pengembangan yang dilakukan bermanfaat bagi semua pihak bisa membuat hubungan kerja sama lebih bertahan lama.

b. Kemandirian bangsa

Pengembangan usaha roti ini diharapkan bisa menyuplai sebagian besar yang di inginkan dalam negeri dengan produk barang atau pelayanan hasil karya anak dalam negeri. Adanya produk karya bangsa diharapkan bisa menopang kebutuhan masyarakat tanpa harus menggunakan produk luar atau bisa mengurangi penggunaan produk luar negeri. Kemudian menjadikan makin kokohnya usaha karena mampu bertahan dan berkembang di tengah-tengah perkembangan zaman untuk dijadikan sebagai pondasi kemandirian suatu negeri.

c. Ternilai atau terukur

Kegiatan atau aktivitas usaha roti harus memiliki sasaran yang tepat dan harus didesain sebaik mungkin dan saksama. Mengukur sejauh mana usaha yang direncanakan untuk pencapaian target sasaran sesuai

dengan rancangan sangat dibutuhkan agar mampu mengetahui lebih awal kekurangan apa saja yang bisa menghambat proses tersebut. Tahapan-tahapan program harus jelas agar dapat diukur kadar keberhasilannya.

d. Komprehensif

Komprehensif dalam hal ini ialah penjelasan secara luas dan menyeluruh mengenai program yang dijalankan agar bisa lebih teliti dalam menghadapi banyak hal. Program pengembangan usaha tidak hanya berbicara tentang usaha pribadi tetapi menjalin kerjasama dengan beberapa lembaga sebagai pemegang kepentingan. Demi itu, perlu disesuaikan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan agar tiap institusi bisa mengikuti kegiatan dengan baik serta bisa menghindari berbagai hal yang tidak diharapkan nantinya.

e. Berkesinambungan

Untuk membuat usaha yang unggul, mandiri serta berkemajuan tidak bisa dilakukan dalam waktu begitu cepat namun harus melalui berbagai proses dan itu membutuhkan waktu yang lama. Waktu memang bukan satu-satunya penentu kemajuan suatu usaha. Kelangsungan program perlu dilaksanakan agar dalam pengembangan usaha bisa mendapatkan skala poin prioritas yang tinggi dalam perencanaan program yang akan dilakukan.

#### **4. Tujuan peningkatan**

Dari problem yang akan ditemui dan arti strategi usaha, strategi peningkatan usaha yang dilaksanakan harus sesuai agar bisa menghadapi

berbagai problem yang nantinya akan timbul baik masalah yang sudah sering terjadi maupun yang masih baru sehingga bisa mencetak sebanyak mungkin usaha agar mampu menerapkan pegangan *technopreneurship* untuk sampai pada tingkat usaha yang dinamis dan lestari. Derajat tersebut dikatakan tercapai kalau suatu usaha mampu memenuhi kondisi kelestarian dinamis, kelestarian dinamis proses produk, kelestarian dinamis sumber daya yang artinya bahwa sumber daya yang ada harus dimanfaatkan secara bijaksana bukan dimanfaatkan terus menerus tanpa ada perbaikan, dan kelestarian dinamis peran strategi dimaksudkan agar peranan seni manajemen ini bisa terawat dan bisa dimanfaatkan selama mungkin<sup>23</sup>.

## 5. Macam-macam strategi pengembangan usaha

### a. Strategi manajemen

Strategi ini adalah strategi yang diupayakan oleh manajemen dengan orientasi skala besar atau makro dalam pengembangan strategi. Strategi yang dimaksud adalah strategi keuangan, penetapan harga, strategi pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Taktik manajemen dibutuhkan dalam pengembangan usaha karena manajemen yang baik sangat diperlukan dalam mengelola sebuah usaha.

### b. Strategi manajemen usaha

Strategi manajemen usaha dapat dikatakan pula sebagai seni manajemen fungsional karena berfokus pada peranan kegiatan manajemen seperti strategi operasional atau proses membuat suatu produk, strategi

---

<sup>23</sup>Rachmawan Budiarto, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), h.96-98.

distribusi, strategi memasarkan produk dan sebagainya. Strategi ini membahas tentang bagaimana dalam proses berjalannya usaha sampai dengan proses lakunya produk. Strategi ini lebih berfokus terhadap pengembangan bisnis sehingga menjadi penentu berkembang atau tidaknya sebuah usaha.

c. Strategi investasi

Strategi ini dimaksudkan sebagai strategi yang mampu menghendel kegiatan investasi. Seperti strategi bertahan, strategi pengembalian kembali atau strategi pengurangan beberapa asset, serta strategi penetrasi pasar dengan perluasan pangsa pasar. Jadi titik fokusnya tentang bagaimana cara perusahaan bertahan dari banyaknya kendala dan kekurangan yang bisa menjadi penghambat berjalannya usaha yang sedang ditekuni. Strategi ini menjadi alat yang menentukan mampu atau tidaknya organisasi bertahan selama mungkin<sup>24</sup>.

## 6. Strategi pengembangan usaha persfektif ekonomi Islam

Menurut prinsip syariah aktivitas marketing dilandaskan dengan maksud beribadah kepada Allah SWT, tidak untuk kepentingan sendiri tetapi untuk kesejahteraan bersama. Dalam pandangan islam pemasaran berbeda prinsipnya dengan pemasaran secara umum, namun masih banyak orang tidak bisa membedakan hal tersebut . Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi menurut teorinya agar bisa mendapatkan produk yang halal.

Hal-hal yang harus dipenuhi produk dikatakan halal diantaranya ialah:

---

<sup>24</sup>Mariana Simanjuntak, *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*, 1 ed. (Sumatra Utara: Yayasan Kita Menulis, 2021), h 138.

- a. Bahan baku yang dipergunakan bersumber dari operasi halal dan zat yang halal artinya bahwa bahan yang digunakan adalah bahan yang halal dari cara mendapatkannya serta sumber bahannya harus halal.
- b. Produksi dilakukan dengan faktor produksi yang halal yaitu, modal yang berasal dari bank menggunakan sistem yang syariah, tempat produksi dan tanah tempat bangunan berdiri tidak memiliki masalah, tidak merusak lingkungan, memiliki perilaku islami serta menjaga kebersihan, karyawan yang dipekerjakan bukan hasil eksploitasi atau pemanfaatannya harus sesuai dengan posisinya dengan memberi gaji yang tidak memeras atau merugikan serta kegiatan produksi dilakukan untuk kemaslahatan umat dengan niat dan penuh rasa ikhlas.

Kemudian faktor-faktor pengembangan usaha yang dimaksud yaitu :

- a. Asset awal yang dipakai merupakan asset milik pribadi didapat dari metode tidak haram dengan kata lain asset diperoleh tak mengandung unsur ribah, tidak haram ataupun tercampur zat yang bisa menjadikannya haram tetapi menggunakan sistem bagi hasil (*mudharabah*) atau modal bersama (*musyarakah*) dan sistem syariah lainnya. Dalam islam tidak berbicara mengenai profit saja tetapi lebih mengedepannya kemaslahatan bersama.
- b. Faktor produksi adalah kegiatan menambah nilai guna atau meningkatkan nilai pakai pada barang/jasa terhadap sumber daya atau bahan dasar yang digunakan untuk kegiatan produksi. Keseimbangan produksi terjadi jika kewajiban antara pembuat produk dan owner dapat dilaksanakan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dengan

berlandaskan prinsip tolong-menolong dan saling menguntungkan. Artinya bahwa dalam islam kedua prinsip ini sangat dikedepankan karena merupakan hal yang mendasari atau menjadi hal perlu diperhatikan dalam bekerja sama.

- c. Tenaga kerja yaitu unsur yang perlukan di perusahaan karena sebagai alat penggerak kegiatan usaha. Manusia yang bekerja dalam perusahaan disebut sebagai tenaga kerja baik itu pada bagian produksi dan sebagai pemimpin atau khalifah yang dihargai dengan memberikan upah yang telah di sepakati dengan ikhlas dari kedua belah pihak sesuai dengan tupoksi pekerjaannya yang amanah dan bertanggung jawab<sup>25</sup>.
- d. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah strategi yang mencampur kegiatan marketing untuk mencari kombinasi maksimal sehingga dapat menghasilkan hasil yang maksimal. Menurut Pihlip Kotler pemasaran yaitu suatu program yang ditujukan terhadap bisnis melalui proses tukar menukar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan yang dalam pelaksanaannya membutuhkan strategi<sup>26</sup>. Perbedaan bauran pemasaran umum dengan islam hanya pada implementasinya dimana dalam islam dapat menyeimbangkan hubungan dengan Allah (*habl min Allah*) hubungan dengan manusia (*habl min al-nas*).

---

<sup>25</sup>Ahmad Rojali, "Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai," *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Sumatra: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara*, 2019.

<sup>26</sup>Warnadi dan Aris Triyono, *Mnajemen Pemasaran*, 1 ed. (Yogyakarta: Bumi Utama, 2019). h.2.

## 7. Analisis SWOT

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Albert S. Humphrey pada tahun 1960, ia mengenalkan istilah ini saat memimpin proyek riset di Stanford Research Institute. Analisis ini artinya mencari beragam indikator sesuai urutannya dalam menentukan seni manajemen organisasi, analisis SWOT dalam ini berupa alat pencari variabel yang bisa mendukung serta mempengaruhi suatu organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Penyelidikan ini tidak hanya didasarkan pada logika tetapi dilandaskan pada realita atau kenyataan yang benar-benar ada dan terjadi dilapangan sehingga diperlukan penyelidikan lebih mendalam<sup>27</sup>. Sedangkan menurut Siagian ada pembagian variable-variabel seni manajemen dalam analisis SWOT yaitu:

### a. Faktor kekuatan

Faktor kekuatan yang dimaksud yaitu daya khusus yang terdapat dalam perusahaan yang berakibat pada pemilihan keunggulan komperatif karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan yang menunjang, memiliki produk andalan yang bisa dijadikan bahan untuk melawan dan sebagainya yang membuat lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan konsumen. Setiap organisasi pasti memiliki tenaga yang bisa memengaruhi

---

<sup>27</sup> Freddy Rangkuti, *Personal SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015).

organisasi lain. Perusahaan dengan kekuatan yang besar akan mampu bertahan melawan pesaing-pesaing yang ada.

b. Faktor kelemahan

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

c. Faktor peluang

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

d. Faktor ancaman

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

jangka panjang. Bagi setiap organisasi pasti tidak menginginkan memiliki ancaman yang bisa menghambat berjalannya kegiatan organisasi namun hal demikian pasti akan dijumpai setiap organisasi olehnya harus bisa meminimalkan ancaman yang ada. Perusahaan harus mampu menghadapi setiap kendala yang muncul agar bisa bertahan dalam dunia persaingan<sup>28</sup>.

Analisis yang dijalankan untuk mengetahui berbagai kekuatan, kelemahan, kesempatan atau peluang, dan hambatan atau ancaman dalam memulai sebuah usaha. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dapat dilihat dari aspek pemasaran, aspek SDM, aspek keuangan, dan aspek produksi. Kesempatan dan ancaman dapat dilihat dari aspek ekonomi, sosial, politik dan lingkungan. Aspek ekonomi seperti asset, aspek sosial seperti hubungan dengan masyarakat, aspek politik seperti hubungan dengan pemerintah dan aspek lingkungan misalnya kondisi lingkungan mendukung atau tidak<sup>29</sup>.

### C. Kerangka Pikir

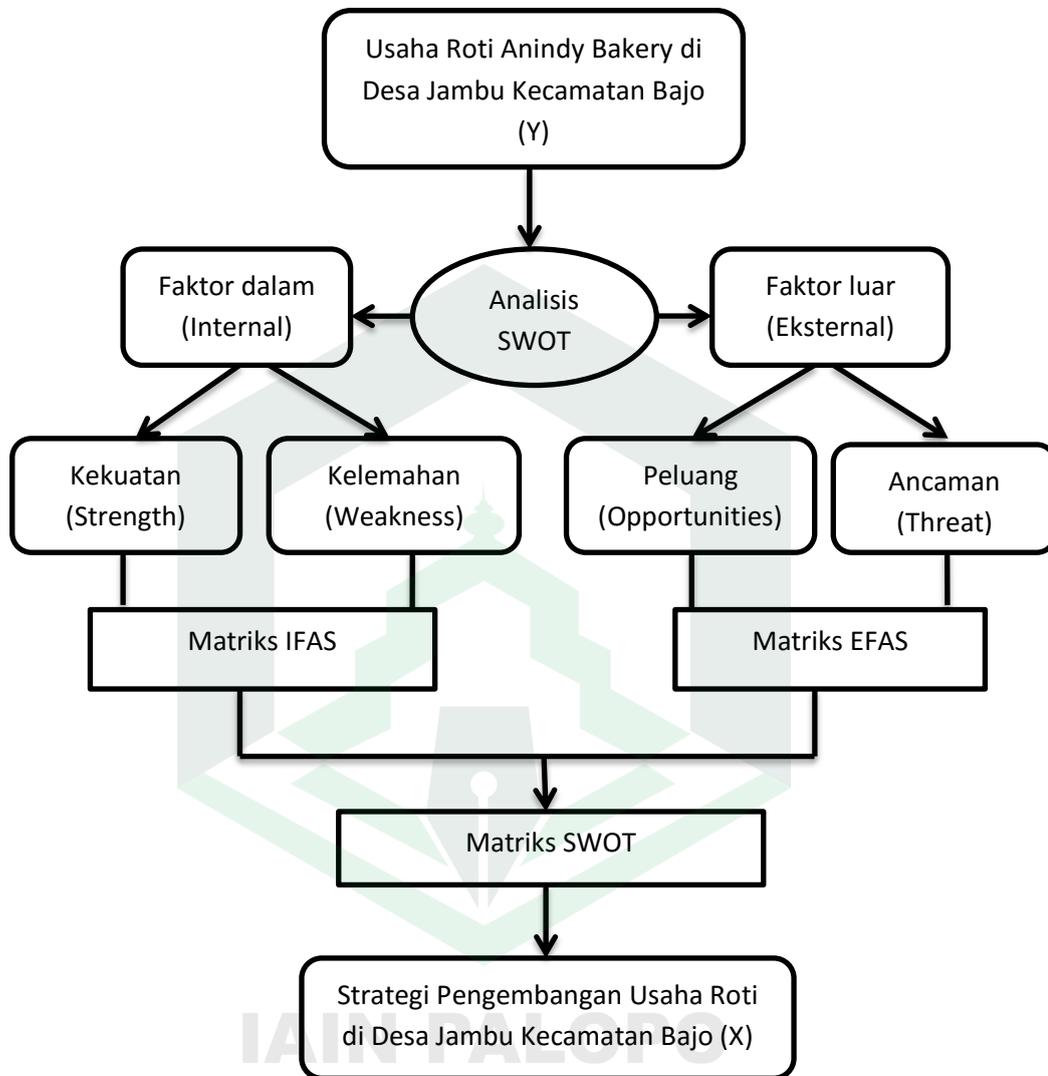
Sesuai dengan kajian atau konseptual diatas, maka peneliti menggambarkan kerangka pikir sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian. Dimana kerangka pikir ini berupa diagram yang menjelaskan secara garis besar alur berjalannya sebuah penelitian. Alur ini memberikan gambaran berupa apa yang akan dikaji, lalu bagaimana cara mengkajinya, kemudian hasil seperti apa

---

<sup>28</sup>Mihani dan Thomas Robert Hutaaruk, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dapur Etem Sejahtera Samarinda dalam Meningkatkan Penjualan," *Jurnal Riset Inossa* Vol. 2 No.2 (2020).

<sup>29</sup>Dr. Muhammad Busro, *Studi Kelayakan Bisnis*, Cet.1 (Yogyakarta: Expert, 2017).

yang dihasilkan dari proses penelitian yang dilakukan. Adapun kerangka pikir seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Gambaran kerangka pikir diatas bisa menunjukkan bahwa input atau masukan dari penelitian ini yakni usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo yang selanjutnya diproses oleh analisis SWOT dengan melihat faktor internal dan faktor eksternalnya yaitu faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Keempat indikator tersebut akan dianalisis dengan menggunakan matriks IFAS

dan matriks EFAS untuk mengetahui setiap faktor yang paling berpengaruh. Faktor tersebut diberikan rating sesuai dengan pengaruhnya terhadap organisasi atau perusahaan. Selanjutnya melakukan pencocokan strategi melalui matriks SWOT. Inti dari permasalahan adalah output atau hasil yang diinginkan yaitu mengetahui strategi yang dapat mengembangkan usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo.



**IAIN PALOPO**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menetapkan sistem akumulasi data atau informasi terhadap sealiran keterangan alamiah dengan sasaran menguraikan gejala yang dijumpai, dimana peneliti adalah wahana pusat penelitian. Pada penelitian ini informasi yang dicari berupa data hasil percakapan dengan subjek penelitian namun tidak menutup kemungkinan hanya berupa data percakapan tetapi bisa dalam bentuk angka sesuai dengan apa yang dicari peneliti yang mampu mendukung penelitian yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan dengan melalui berbagai tahapan dan proses. Pemungutan ilustrasi atau sampel asal data dilangsungkan secara menetap serta pemungutan sampel dari sekumpulan data atau populasi yang menjadi bahan penelitian. Analisis informasi bersifat deskriptif dengan memakai analisis SWOT adapun hasil penelitian kualitatif ini lebih mempertegas makna dibandingkan generalisasi<sup>30</sup>.

Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan deskriptif analisis dengan memakai analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*) yang ditujukan untuk mencari tanda apa yang terjadi sekaitan dengan penelitian tanpa manipulasi data yang diungkap dengan apa adanya secara jelas.

---

<sup>30</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, 1 ed. (Sukabumi: CV Jejak, 2018), h.92.

Pendekatan deskriptif ialah suatu jenis penelitian yang memiliki target untuk mempersiapkan gambaran lengkap mengenai situasi sosial sehingga dapat diketahui hubungan apa saja yang memungkinkan untuk terjalin atau dimaksudkan untuk melakukan penjelajahan serta keterangan yang terkait dengan yang terjadi pada kondisi sosial, dengan alur mendeskripsikan beberapa indikator yang terkait pada suatu problem permasalahan dan unit yang diteliti antara kenyataan yang diuji. Jadi proses pendekatan ini mengedepankan hubungan baik yang dibarengi dengan cara komunikasi yang baik untuk mencari kondisi objek penelitian<sup>31</sup>.

### **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada intisari permasalahan yang menjadi sifat dari objek yang diangkat sebagai bahan penelitian, hal ini dilakukan agar peneliti lebih mudah melakukan penelitiannya dan lebih jelas arah penelitiannya serta dapat meringankan peneliti selanjutnya sebelum melakukan observasi. Fokus penelitian ini terletak pada Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo.

### **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Proses penelitian ini dilakukan di bulan Desember tahun 2021 sampai selesai, namun penelitian ini dilakukan tidak lebih dari 2 bulan. Adapun tempat penelitian ini yaitu berlokasi di Desa Jambu Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu tepatnya di tempat pembuatan roti.

---

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 1 ed. (Bandung: Alfabeta, 2017), h.121.

#### D. Informan Penelitian

Pada penelitian kualitatif, yang menjadi informan penelitian adalah orang yang bisa memberikan data atau informasi yang dapat membantu proses penelitian. Proses yang dimaksud ialah mulai dari awal penelitian sampai dengan dokumentasi yang benar-benar mengandung informasi yang benar adanya. Dalam hal ini yaitu owner usaha roti dan 2 orang karyawan yang bekerja di toko roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo serta 2 orang konsumen.

#### E. Defenisi Istilah

1. Strategi pengembangan adalah cara yang harus dilakukan oleh perusahaan agar memiliki kelangsungan bersaing yang berkesinambungan<sup>32</sup>. Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang mewajibkan keputusan manajemen teratas pada perluasan usaha untuk melahirkan usaha yang menyimpan sifat mengarah ke masa depan serta mampu melawan kerasnya persaingan yang memegang tanggung jawab pemeduan dalam meninjau variabel-variabel internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan<sup>33</sup>.
2. Usaha pada umumnya diartikan sebagai kegiatan produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang badan usaha atau individu pada seluruh bidang ekonomi, termasuk bidang perdagangan, pertanian dan sebagainya<sup>34</sup>.
3. Pengembangan usaha ialah perubahan posisi atau kondisi suatu usaha dari yang biasa menjadi luar biasa.

---

<sup>32</sup> Iqbal Arraniri, SEL., M.M, *Manajemen Sreategi* (Sukabumi: Al Fath Zumar, 2014), h.1

<sup>33</sup> Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen."

<sup>34</sup> Abdurohim BS, S.Sos, MM, M.Si, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, h.16.

4. Faktor yang memengaruhi yaitu faktor kekuatan dan kelemahan pada sisi internal atau dari bagian dalam perusahaan dan faktor peluang dan ancaman dari eksternal atau diluar organisasi.

## **F. Sumber Data**

Menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif yaitu kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen atau yang lain. Sumber data yang menjadi patokan pengkajian merupakan data-data real tanpa dibuat-buat yang didapatkan secara langsung dilapangan baik berupa data temuan baru ataupun mengkaji data lama. Dalam hal ini sumber datanya dibagi menjadi sumber data primer dan data sekunder<sup>35</sup>.

### **1. Data primer**

Data primer artinya informasi yang dicari serta didapatkan seorang peneliti secara langsung di tempat yang akan diteliti demi kepentingan studi yang berlangsung yang baik melalui proses wawancara dan observasi<sup>36</sup>. Dalam hal ini data primer berupa data mengenai usaha roti Anindy Bakery yang ditemukan langsung oleh peneliti dalam proses penelitiannya pada lokasi yang dipilih sebagai alat untuk penyelesaian studi. Data primer yang diperoleh akan dipergunakan untuk menjawab kendala yang ada dalam penelitian secara khusus. Namun tidak semua penelitian menggunakan data primer karena ada sebagian penelitian yang hanya mengkaji data yang sudah ada tanpa harus mencari data yang lain di lapangan.

---

<sup>35</sup> Prof. Dr. Ixey J. Moleong, M.A., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h 157.

<sup>36</sup> Situmorang Syafrizal, *Analisi Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, 1 ed. (Medan: USU Press, 2010), h 2.

## 2. Data sekunder

Jenis sumber data yang diperlukan pada penelitian ini adalah data sekunder dimana penelitian ini menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti. Maksudnya adalah bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data-data yang sudah pernah diteliti oleh orang lain dan bahkan sudah banyak yang melakukan pengkajian untuk memperbarui data yang tersebut. Penelitian ini juga dikenal dengan penelitian yang menggunakan studi kepustakaan atau pendekatan kualitatif<sup>37</sup>. Data sekunder yang di dapatkan dari skripsi maupun jurnal penelitian terdahulu yang terkait dengan judul dan topik fokus penelitian, buku dan buku elektronik maupun ayat Al-Qur'an yang bisa memperjelas terkait judul yang telah diangkat

### G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian diantaranya:

#### a. Pengamatan (*observasi*)

Pengamatan merupakan aktivitas melihat objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melibatkan semua indera (penglihatan, pendengaran, penciuman, pembau, perasa) untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Penulis melakukan pengamatan langsung mengenai fakta yang terjadi dilokasi penelitian dengan melihat dan mengamati sekeliling usaha lalu mencatat poin-poin penting yang akan mendukung penelitian. Untuk melakukan observasi ini

---

<sup>37</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, 2 ed. (Yogyakarta: Suluh Medio, 2018), h.17.

peneliti turun langsung ke toko pembuatan roti Anindy Bakery yang ada di Desa Jambu Kecamatan Bajo<sup>38</sup>.

b. Wawancara

Menurut Sugiono, wawancara merupakan aktivitas bertukar informasi melalui tanya jawab sehingga dapat disusun tata letak maknanya dalam suatu poin tertentu. Sedangkan menurut Johnson, wawancara atau *interview* adalah *data collection method in which interviewer ask interviewee question*. Wawancara dalam penelitian tidak hanya berbicara mengenai penelitian saja tetapi melibatkan 2 pihak yakni pewawancara atau peneliti dan juga informan atau orang yang diwawancarai untuk menggali informasi karena komunikasi sangat diperlukan dalam proses penelitian. Oleh karena itu dalam pelaksanaan wawancara diperlukan keterampilan dari seorang peneliti dalam berkomunikasi dengan responden. Sebelum melaksanakan kegiatan ini peneliti harus mempersiapkan diri, mempersiapkan pertanyaan serta menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan ketika melaksanakan wawancara dengan menyiapkan alat menulis dengan alat perekam jika diperlukan. Dalam pelaksanaan wawancara haruslah bersikap sopan agar orang yang diwawancarai merasa aman. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yaitu pewawancara telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh responden, responden diberi pertanyaan yang sama

---

<sup>38</sup> Burhan Bungin, *Analisi Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012).

kemudian pewawancara mencatatnya, alat bantu yang digunakan biasanya *tape recorder*<sup>39</sup>.

c. Kuesioner

Penggunaan kuesioner pada penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan rating pada setiap indikator eksternal serta internal yang memengaruhi perkembangan usaha roti yang diteliti. Dengan adanya kuesioner yang berisi pertanyaan seputar faktor internal dan eksternal dapat memberikan kemudahan bagi peneliti dalam mendapatkan data yang lebih jelas mengenai fokus penelitian yang dilakukan.

d. Dokumentasi

Dalam melaksanakan penelitian ini peneliti akan membutuhkan bantuan orang diluar dirinya untuk mendapatkan dokumentasi diri sedang melakukan penelitian dari beberapa moment yang terjadi dilapangan yang berhubungan sasaran penelitian. Dokumentasi dijadikan sebagai lampiran yang menjadi tanda bukti bahwa penelitian benar-benar dilaksanakan.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data artinya bahwa proses mengurutkan data serta pembersihan data dilakukan untuk menggali informasi yang berguna bagi peneliti yang selanjutnya akan mendukung pengambilan keputusan. Data yang dianalisis merupakan data hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada usaha roti Anindy Bakery. Dari keseluruhan data yang diperoleh dengan beberapa metode disusun dan dipahami yang selanjutnya dijadikan sebagai bahan hasil penelitian

---

<sup>39</sup> Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, 1 ed. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).

yang dimuat pada BAB IV pada penelitian ini. Menurut Martyn Denscombe, prinsip dasar analisis kualitatif berupa hasil kesimpulan yang diambil sesuai dengan penelitian yang berakar kuat, penjelasan data oleh peneliti harus muncul dari pembaca yang cermat dan teliti terhadap data, peneliti harus menghindari alasan prasangka kedalam analisis data dan juga analisis data harus melibatkan proses interaksi<sup>40</sup>.

Adapun analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 1. Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seorang peneliti dalam memperoleh informasi dengan menggunakan berbagai cara. Biasanya peneliti akan lebih memfokuskan informasi agar lebih terarah, kemudian membagi atas beberapa bagian sesuai kepentingannya. Setelah itu peneliti akan menghilangkan informasi yang tidak penting. Data yang direduksi adalah data yang hanya berkaitan dengan permasalahan yang diperoleh peneliti. Dalam hal ini data yang mampu menyajikan strategi pengembangan usaha yang berasal dari faktor luar dan faktor dalam usaha roti Anindy Bakery<sup>41</sup>.

### 2. Penyajian data

Dalam penyajian data peneliti akan menemukan pola-pola yang dianggap berarti untuk kemudian dapat menentukan beberapa informasi yang akan menjadi hasil akhir. Dalam analisis ini informasi yang ada merupakan informasi yang sistematis, dapat berupa bagan, grafik, matriks dan lain-lain

---

<sup>40</sup> Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Calpulis, 2015), 33.

<sup>41</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 1 ed. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 35.

yang disusun agar menjadi berita padu padan dan lengkap. Dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk tabel dan gambar.

### 3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan ialah informasi dalam bentuk utuh dan disajikan atas dasar reduksi dan penyajian data secara singkat dan rinci. Hasil ini kemudian akan dianalisis lagi dengan menggunakan analisis SWOT<sup>42</sup>.

### 4. Analisis SWOT

Adapun analisis dalam penelitian ini yakni analisis SWOT yang diawali dengan identifikasi aspek positif internal, yaitu kekuatan (*strength*) dan aspek negatif, kelemahan (*weakness*), kemudian identifikasi aspek eksternal yaitu *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Berikut langkah-langkah selanjutnya setelah dilakukan analisis.

#### a. Analisis Faktor Internal atau IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*)

Analisis ini mengevaluasi kelebihan dan kekurangan primer pada bagian fungsional bisnis dan meneruskan latar unruk mengenali jaringan antara faktor-faktor tersebut yang nantinya akan dimuat dalam bentuk tabel kemudian diberikan penjelasan yang mampu mewakili. Tabel dari IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal. Identifikasi kelemahan dan kekuatan didapat dari wawancara terhadap informan yang nantinya akan dianalisis dengan matriks IFAS.

#### b. Analisis Faktor Eksternal atau EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*)

---

<sup>42</sup> Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 243.

Analisis ini dilakukan untuk mengevaluasi faktor yang berasal dari luar perusahaan seperti pemberitahuan, ekonomi, sosial, adat, ekosistem, perusahaan, teknologi, pesaing dan hukum. Faktor ini dibagi menjadi faktor peluang dan faktor ancaman yang dimiliki perusahaan<sup>43</sup>.

Tabel 3.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal

<b>Faktor-Faktor Strategi Luar dan Dalam atau Internal dan Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>BXR</b>
Kekuatan 1. 2.			
Kelemahan 1. 2.			
Peluang 1. 2.			
Ancaman 1. 2.			

Sumber: Freddy Rangkuti, 2006 : 25

Keterangan:

Nilai bobot masing-masing skla dimulai dari 1,0 (paling penting) hingga pada 0,0 (paling tidak penting) berdasarkan pengaruhnya. Jumlah total skor bobot tidak diperbolehkan lebih dari 1,00. Jika total kesuruhan skor melebihi batasan yang sudah dijadikan acuan, maka penelitian harus

<sup>43</sup> Freddy Rangkuti, *Personal SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015).

dikaji ulang karena terdapat kesalahan di dalamnya. Rating yang di berikan pada setiap faktor berskala dimulai dari empat (sangat penting) sampai dengan satu (tidak penting) berdasarkan bagaimana pengaruh faktor tersebut terhadap usaha roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo. Pemberian rating untuk faktor peluang serta kekuatan yang sifatnya positif semakin besar diberikan nilai 4 begitupun sebaliknya semakin kecil diberikan nilai 1. Hal yang sama juga berlaku bagi variabel kelemahan dan ancaman yang memiliki sifat negatif besar maka akan diberikan rating 4 dan sebaliknya.

Langkah-langkah pengembangan faktor EFAS dan IFAS meliputi:

- a. Pada kolom 1, penentuan indikator-indicator eksternal berperan sebagai peluang serta ancaman mengenai indikator internal yang menjadi kelemahan serta kekuatan
- b. Pada kolom 2, masing-masing indikator diberi nilai bobot 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting)
- c. Pada kolom 3, pemberian rating pada setiap faktor dengan skala berkisar 4 (sangat penting) sampai dengan 1 (tidak penting) berdasarkan pengaruh yang diberikan kepada usaha roti
- d. Pada kolom 4, berisi nilai hasil perkalian bobot di kolom 1 dengan rating di kolom 2 dari setiap variabel dalam mendapatkan skor masing-masing.
- e. Menjumlahkan nilai bobot di kolom 2 agar mendapatkan total bobot serta menjumlahkan skor di kolom 4 supaya mendapatkan total skor dari

usaha roti. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternal dan internalnya. Total skor pembobotan berskala 1-4 dengan nilai rata-rata 2,5. Jika total skor dibawah 2,5 maka kondisi eksternal dan internal perusahaan lemah, jika diatas 2,5 menunjukkan posisi internal dan eksternal suatu perusahaan yang kuat.

Data yang diperoleh dalam proses penelitian akan dianalisis menggunakan analisis SWOT sebagai alat perencanaan strategi untuk mengevaluasi kelemahan, kekuatan, ancaman dan peluang. Dalam melakukan analisis SWOT melewati tiga tahapan yaitu:

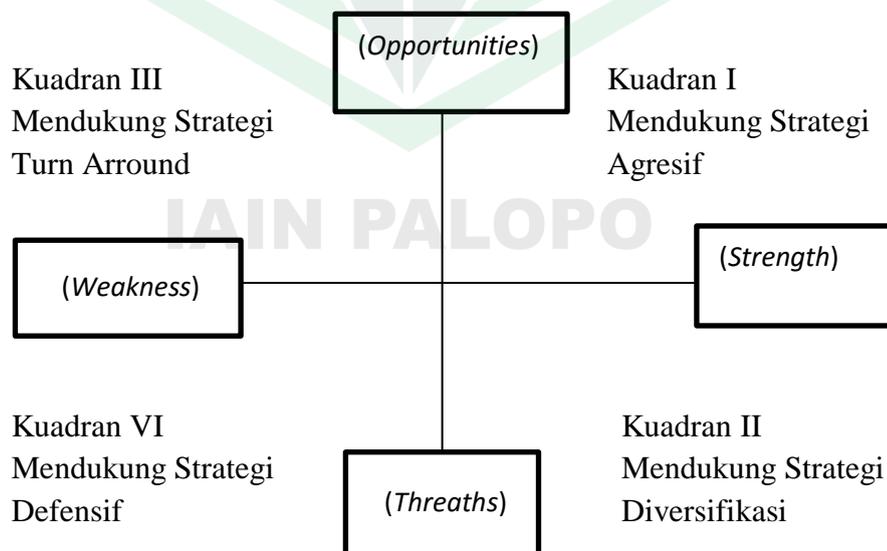
a. Tahap pengumpulan data

Tahap ini merupakan pra analisis dimana kegiatannya berupa mengumpulkan data dan juga mengklasifikasikan data yang nantinya masuk dalam kategori data internal dan eksternal. Data eksternal berupa analisis pasar, pemasaran, pesaing, pemerintah dan kelompok yang memiliki kepentingan, sedangkan data internal tentang sumber daya, operasional, pemasaran dan keuangan dari organisasi.

b. Tahap analisis

Pada tahap ini berisi hasil pembobotan dari masing-masing faktor internal dan eksternal yang menunjukkan posisi sumbu X dan Y. Bagian positif pada setiap sumbu X dan Y akan ditempati peluang dan kekuatan, sedangkan bagian negatif tiap sumbu ditempati ancaman dan kelemahan. Plan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Nilai total yang mererpresentasikan kekuatan dari faktor IFAS diletakkan pada sumbu X bagian positif
- 2) Nilai total yang mereflesikan kelemahan dari faktor IFAS di plot ke sumbu X bagian negatif
- 3) Nilai total yang merepresentasikan peluang dari faktor EFAS di letakan pada sumbu Y bagian positif
- 4) Kemudian nilai total yang mereflesikan ancaman dari faktor EFAS di letakan ke sumbu Y bagian negatif
- 5) Kemudian melihat keadaan. Posisi yang ideall yakni keadaan memiliki kekuatan serta peluang menjauhi nol serta kelemahan dan ancaman mendekati nol. Dengan mengetahui kondisi ini, diharapkan dapat memperoleh strategi yang berguna bagi organisasi.



Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT

Diagram diatas menunjukkan bahwa:

- a) Kuadran I mengartikan bahwa posisi perusahaan sangat menguntungkan karena memiliki faktor dari dalam dan luar yang positif yaitu peluang dan kekuatan. Seni manajemen yang bisa diberlakukan yaitu mendorong aturan pengembangan yang secara cepat (*Growth Oriental Strategy*).
- b) Kuadran II dimana perusahaan dihadapkan pada keadaan dengan berbagai ancaman, namun posisi ini masih memiliki kekuatan yang nantinya akan dimanfaatkan untuk menghadapi ancaman. Seni manajemen yang bisa dipakai pada situasi ini ialah taktik diversifikasi (produk/jasa) peluang jangka panjang.
- c) Kuadran III menunjukkan posisi peluang yang besar yang dapat digunakan untuk menghadapi berbagai kendala yang timbul dari kelemahan. Fokus strategi yakni mengecilkan problem-problem internal organisasi untuk mengambil peluang pasar yang cukup bagus.
- d) Kuadran VI ialah kondisi yang benar-benar buruk atau tidak menguntungkan karena atas berbagai kendala dari kelemahan dan berbagai ancaman yang ada. Strategi yang dapat diterapkan adalah strategi bertahan atau defensive. Dimana takti ini

merupakan pilihan terakhir yang memungkinkan untuk dilaksanakan oleh perusahaan<sup>44</sup>.

c. Tahap pengambilan keputusan

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dalam analisis SWOT. Pada tahap ini memastikan sumber hasil penelitian serta ketetapan taktik yang direbut pada hasil kupasan yang telah dilakukan peneliti pada perusahaan. Jadi pada tahap ini peneliti harus benar-benar memperhatikan dan memastikan bahwa keputusan akhir yang diambil sesuai dari hasil prose penelitian yang sudah dilakukan.

## 5. Matriks SWOT

Matriks SWOT mampu menggambarkan bagaimana peluang serta ancaman yang menghadang organisasi sehingga mampu dikondisikan dengan kekuatan dan kekurangan organisasi. Matriks SWOT dimaksudkan agar bisa mempermudah dalam perumusan taktik. Matriks SWOT dipakai sebagai alat yang mencocokkan dan menggambarkan empat cara lain taktik yakni, SO, ST, WO dan WT.

Tabel 3.2 Matriks SWOT

EFAS	IFAS	<i>Strength (S)</i> Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	<i>Weakness (W)</i> Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
	<i>Opportunities (O)</i> Menentukan faktor	Strategi SO Taktik yang memakai	Strategi WO Taktik yang membatasi

<sup>44</sup> Solehudin Murpi S.T., *Manajemen Bisnis Untuk Orang Awam*, 1 ed. (Jakarta: Laskar Askara, 2011), 155.

peluang yang busa di identifikasi	kekuatan dalam penggunaan peluang	kelemahan dalam memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i> Menentukan faktor ancaman yang dapat di identifikasi	Strategi ST Taktik yang memakai kekuatan dalam menandingi ancaman	Strategi WT Taktik yang menyusutkan kelemahan serta bisa menghindari ancaman <sup>45</sup> .

## I. Keabsahan Data

Validasi data merupakan kebenaran dan kejujuran sebuah penafsiran yang menjadi tolak ukuran kekuatan data yang didapatkan dari hasil penelitian yang berisi data. Dalam penelitian kualitatif data diuji melalui validasi dan realibilitas. Sehingga data yang diperoleh dari penelitian diverifikasi secara ilmiah, sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi dilapangan. Ada beberapa cara yang mampu memeriksa valid tidaknya data meliputi:

### 1. Triangulasi

Dimana peneliti melakukan pengujian data dengan membandingkan dari berbagai sumber, metode dan teori yang berbeda. Dari berbagai sumber tersebut bila digabungkan harus meningkatkan kredibilitas, namun triangulasi tidak menjamin bebasnya ancaman terhadap validasi<sup>46</sup>. Bentuk triangulasi dalam penelitian ini yaitu menggunakan triangulasi data dari waktu, ruang dan orang yang berbeda dalam hal ini melibatkan pemilik usaha, karyawan dan juga konsumen dengan cara membandingkan data wawancaranya untuk

<sup>45</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004).

<sup>46</sup>Prof. A. Chaedar Alwasilah, MA, Ph.D, *Pokoknya Kualitatif Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*, 6 ed. (Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya, 2002).

mendapatkan data yang valid dan triangulasi antar peneliti dengan melibatkan beberapa peneliti dalam menumpulkan atau menganalisis data yaitu dengan melihat penelitian terdahulu yang relevan.

## **2. Referensi yang cukup**

Referensi didapatkan dari berbagai asal yakni dari buku, jurnal, artikel dan sebagainya. Jika sumber data temuan penelitian dari wawancara maka harus disertai dengan bukti berupa catatan wawancara, rekaman suara, video ataupun dokumentasi yang mampu membuktikan.

## **3. Perpanjangan keikutsertaan**

Peneliti harus mempunyai waktu yang banyak dalam melakukan kerja lapangan agar tercipta keakraban antara peneliti dan informan. Dengan melakukan pendekatan seperti ini diharapkan mampu menumbuhkan rasa kepercayaan informan agar mempermudah peneliti mengambil data yang berkaitan dengan penelitiannya.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi**

##### **1. Gambaran Umum Usaha Roti Anindy Bakery**

###### **a. Sejarah usaha roti Anindy Bakery**

Usaha roti Anindy Bakery mulai dirintis sejak tahun 2015 yang bermula dari hobi spemilik usaha dalam membuat roti. Salah satu faktor yang melatar belakangi awal mula adanya toko roti ini adalah saat pemilik toko roti ini menjadi karyawan pada salah satu tokoh roti yang ada di kota palopo. Pada saat itu dia bertekad untuk membangun usaha roti sendiri di desa tempat tinggalnya karena skil yang dimilik lumayan cukup bagus dalam memulai sebuah usaha. Modal awal yang digunakan dalam memulai usaha ini berasal dari gaji yang diperoleh selama menajdi karyawan di toko roti. Tuntutan ekonomi keluarga yang memberikan semangat dalam memulai bisnis sehingga bisa berkembang sampai sekarang ini.

Usaha roti ini pada awalnya hanya dikelola oleh pemilik toko, istri dan saudara iparnya hingga pada awal tahun 2016 sampai sekarang sudah memiliki 6-8 orang karyawan. Perkembangan usaha ini mengalami peningkatan dan kadang mengalami penurunan dilihat dari hasil produksi dan juga hasil penjualan<sup>47</sup>.

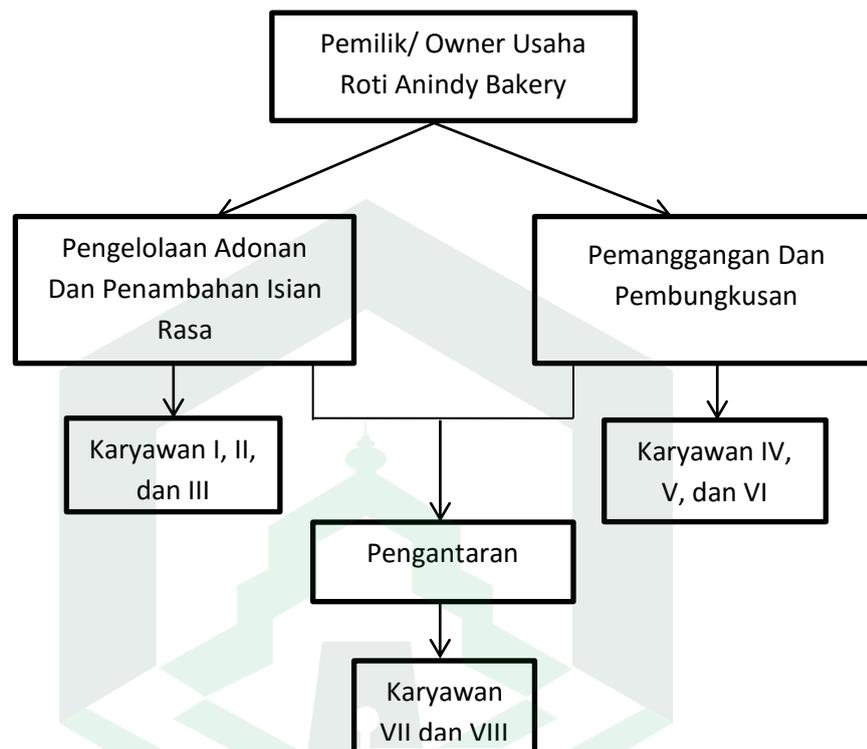
###### **b. Struktur usaha**

Struktur usaha Roti Anindy Bakery menggambarkan hubungan yang terjalin antara pemilik usaha dan karyawan atau antara tanggung jawab dan

---

<sup>47</sup> Hasriadi, Wawancara Dengan Owner Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu, Pada Tanggal 22 Desember 2021.

wewenang yang ada pada usaha roti ini yang berada di desa Jambu Kecamatan Bajo. Adapun struktur usaha roti sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Usaha Roti Anindy Bakery

#### c. Cara pembuatan roti Anindy Bakery

Adapun cara pembuatan roti Anindy Bakery dimulai dari mencampur bahan untuk adonan, mengaduk adonan, mengembangkan adonan, membagi adonan, membuat bundaran roti, membari isian, pemanggangan dan sampai pada tahap pembungkusan atau pengemasan.

Alat dan bahan yang digunakan dalam membuat roti Anindy Bakery sebagai berikut:

##### a) Alat

- 1) Mixer
- 2) Divider (pembagi adonan)
- 3) Oven
- 4) Prover trolley
- 5) Loyang
- 6) meja produksi
- 7) Pisau roti
- 8) Kompor gas
- 9) Trolley
- 10) Pembungkus

b) Bahan

- 1) Terigu
- 2) Pengembang
- 3) Mentega
- 4) Bahan isian

c) Proses pembuatan

Berikut ini cara pembuatan roti Anindy Bakery

- 1) Pemilihan bahan baku
- 2) Mencampurkan bahan baku sesuai resep
- 3) Melakukan pengadukan sampai adonan terlihat kalis
- 4) Masukkan adonan kedalam divider untuk pembagian adonan
- 5) Pembulatan adonan
- 6) Pembentukan dan pengisian adonan
- 7) Meletakkan adonan di dalam loyang
- 8) Adonan didiamkan sampai mengembang kurang lebih 30 menit
- 9) Masukkan kedalam oven yang sudah panas
- 10) Panggang sampai roti terlihat kecoklatan

11) Diamkan sampai dingin, lalu dikemas<sup>48</sup>.

## **2. Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo**

Dari hasil wawancara secara langsung yang dilakukan peneliti atau penulis dengan owner usaha roti yaitu Bapak Hasriadi, peneliti merangkum dan akan membahas strategi pengembangan usaha yang dilakukan pengusaha roti. Berdasarkan hasil wawancara oleh peneliti dengan pemilik usaha maka dapat diketahui apakah usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo memiliki strategi pengembangan. Wawancara dilakukan pada hari sabtu tanggal 25 Desember 2021 di tempat produksi Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo.

Usaha roti ini menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam memasarkan hasil produksinya yaitu sebagai berikut:

### a. Strategi produk

Organisasi yang bergerak di bidang bisnis termasuk usaha roti untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produknya tentunya melakukan beberapa upaya dalam meningkatkan penjualan. Dalam pemasarannya usaha roti Anindy Bakery melakukan beberapa cara atau strategi produk untuk menarik pelanggan diketahui dari hasil wawancara berikut:

“Strategi produk yang dilakukan yaitu dengan memproduksi roti dalam berbagai varian rasa yang disukai oleh masyarakat. Jadi saya selaku pemilik usaha melakukan strategi awal ini untuk mengetahui varian rasa

---

<sup>48</sup> Rika, Wawancara Dengan Karyawan Usaha Roti Anindy Bakery, Pada Tanggal 24 Desember 2021.

mana yang paling banyak disukai kalangan masyarakat, maka varian rasa tersebut yang akan di produksi lebih banyak. Usaha roti ini terdiri dari 9 varian rasa dengan ukran yang berbeda-beda sampai saat ini”<sup>49</sup>.

b. Strategi harga

Harga suatu produk merupakan salah satu hal yang penting dalam menentukan keputusan pembeli. Dari hasil wawancara peneliti dan Yati selaku konsumen usaha roti mengenai cara mendapatkan pelanggan roti, maka dilakukan suatu upaya untuk mendukung hal tersebut.

“Upaya yang dilakukan adalah dengan memproduksi roti dalam beberapa variasi harga sehingga dapat mengkondisikan kemampuan beli konsumen. Hal ini dilakukan dengan melihat kondisi perekonomian masyarakat sekitar karena tidak semua masyarakat mampu membeli dengan harga yang mahal”<sup>50</sup>.

c. Strategi promosi

Promosi adalah kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk secara langsung ataupun melalui media sosial dan juga mendatangi toko-toko untuk diajak bekerja sama dengan tujuan untuk menarik pelanggan dan konsumen. Konsumen yang sudah tau kualitas dan rasa roti ini memasarkan produk secara tidak langsung dengan cara menceritakan bagaimana rasa roti ini kepada orang lain. Dari hasil wawancara peneliti dengan Ikram selaku karyawan, strategi promosi yang dilakukan adalah:

“Memperkenalkan produk secara langsung ataupun melalui media kepada konsumen terkait produk yang diproduksi mulai dari kualitas produk, memberikan diskon harga kepada konsumen yang membeli produk dalam

---

<sup>49</sup> Hasriadi, Wawancara tanggal 22 Desember 2021.

<sup>50</sup> Yati, Wawancara Dengan Konsumen Roti Anindy Bakery Pada Tanggal 24 Desember 2021.

jumlah banyak, sekaligus membuat kontrak kerja sama dengan konsumen serta usaha roti ini melakukan penitipan produk di toko-toko dengan melihat kondisi strategis toko tersebut yang mudah dijangkau oleh konsumen”<sup>51</sup>.

d. Strategi tempat

Dari hasil wawancara peneliti dengan Hasriadi selaku pemilik usaha:

“Mengatakan bahwa lokasi tempat produksi roti yang digunakan saat ini belum terlalu strategis karena belum bisa dijangkau oleh masyarakat umum disebabkan tempat yang tidak berada dipinggir jalan serta tidak memiliki papan pemberitahuan keberadaan toko roti”<sup>52</sup>.

### 3. Identifikasi Variabel Internal dan Eksternal

Analisis SWOT adalah alat identifikasi faktor internal dan faktor eksternal terhadap perusahaan. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman.

a. Analisis lingkungan internal

1) Kekuatan (*strength*)

a) Produk berkualitas dan memiliki banyak varian rasa

Usaha roti Anindy Bakery memiliki beberapa varian rasa dengan ukuran yang berbeda-beda. Varian rasa terdiri dari 9 rasa yaitu rasa vanilla, coklat, mentega, strawberry, coklat kacang, meses, abon, kaya, pisang coklat keju,. Kualitas produk ini termasuk bagus karena tidak mengandung bahan pengawet jadi aman di konsumsi. Produk roti ini juga menggunakan bahan berkualitas dan berlabel halal yang artinya aman untuk dikonsumsi serta dalam proses pembuatannya selalu menjaga kebersihan.

---

<sup>51</sup> Ikram, Wawancara Denga Karyawan Roti Anindy Bakery, Pada Tanggal 24 Desember 2021.

<sup>52</sup> Hasriadi, Wawancara Dengan Pemilik Usaha, Pada Tanggal 7 Januari 2022.

b) Komunikasi karyawan dan pemilik terjalin baik

Karyawan yang bekerja di usaha roti merupakan masyarakat setempat yang tidak memiliki penghasilan tetap dan mempunyai keinginan untuk bekerja serta memiliki kemampuan bekerja sama dalam team dan memiliki kemampuan dalam membuat roti. Ada beberapa karyawan yang merupakan keluarga pemilik usaha roti, walaupun demikian pemilik usaha tidak memberikan perlakuan yang berbeda kepada karyawan-karyawannya. usaha roti memiliki karyawan 6-8 orang.

c) Tenaga kerja mudah didapatkan

Tenaga kerja dalam pembuatan roti termasuk mudah didapatkan karena pembuatan roti termasuk pengolahan makanan yang cukup mudah dan tidak terlalu berat. Peminat pembuat roti termasuk banyak jadi akan memberikan kemudahan dalam mencari karyawan. Tenaga kerja di usaha ini merupakan masyarakat setempat yang tidak memiliki penghasilan tetap.

d) Harga yang bervariasi

Harga suatu produk merupakan hal yang penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Harga yang dipasarkan oleh usaha roti Anindy Bakery bermacam-macam mulai dari harga Rp. 1.000, Rp. 2.000, Rp. 4.000, Rp. 5.000 dan Rp. 6.000 dengan harga yang bervariasi dapat disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan kebutuhan konsumen dalam membeli roti. Harga roti disesuaikan dengan ukuran produk, harga yang murah menandakan bahwa ukuran roti kecil dan roti dengan harga lebih mahal memiliki ukuran yang lebih besar.

e) Memanfaatkan alat teknologi dalam pembuatan produk

Alat teknologi yang digunakan dalam pembuatan roti adalah alat pencampur bahan baku, mixer, alat pembagi adonan, dan juga oven yang digunakan memanggang roti. Dengan adanya alat teknologi dapat memudahkan dalam pembuatan roti, meminimalkan waktu yang digunakan, karyawan tidak kewalahan dan kelelahan, serta produk yang dihasilkan lebih berkualitas dan bisa mencapai target produksi tepat waktu.

f) Memiliki sertifikasi izin

Usaha roti Anindy Bakery memiliki izin usaha dengan Nomor Induk Berusaha: 91220008642261 dengan NPWP: 80 472 755 0-803 000. Dengan adanya sertifikasi izin maka usaha ini memiliki perlindungan hukum dalam membuat suatu produk. Jadi usaha ini bebas melakukan produksi kapan saja<sup>53</sup>.

2) Kelemahan (*weakness*)

a) Modal usaha kurang

Dalam menjalankan usaha haruslah memiliki modal yang cukup agar usaha bisa berjalan dengan baik. Kurangnya modal menjadi faktor kelemahan dalam usaha roti. Modal yang tidak cukup menjadikan pemilik usaha roti ini harus melakukan peminjaman di bank yang harus dibayar kembali setiap bulan.

---

<sup>53</sup> Hasriadi, *Wawancara Dengan Pemilik Usaha*.

b) Kurangnya promosi

Usaha roti tidak melakukan promosi secara rutin dan kurang maksimal. Usaha ini hanya melakukan promosi secara rutin pada awal-awal memperkenalkan produk. Untuk 3 tahun terakhir ini sudah jarang melakukan promosi baik secara langsung maupun lewat media sosial. Promosi melalui media sosial merupakan cara memperkenalkan produk yang termasuk efektif karena hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial. Namun usaha roti Anindy Bakery tidak melakukan promosi melalui media sosial, salah satu alasannya adalah kurangnya pemahaman karyawan terkait cara memasarkan produk menggunakan alat teknologi.

c) Saluran distribusi masih terbatas

Usaha Anindy Bakery termasuk usaha yang sudah memiliki partner kerja skala kecamatan. Usaha roti bekerja sama dengan banyak toko-toko yang ada di kecamatan bajo, tidak hanya itu usaha roti sudah bekerja sama dengan banyak toko diluar kecamatan. Namun saluran distribusi usaha roti masih terbatas karena hanya dipasarkan di Kabupaten Luwu. Salah satu hal yang membuat saluran usaha ini terbatas karena tidak menggunakan alat teknologi dalam memasarkan produk secara online.

d) Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai akuntansi

Usaha roti tidak melakukan pencatatan keuangan dalam bentuk akuntansi sehingga pengelolaan keuangan yang dilakukan tidak maksimal. Kadang pemilik usaha kewalahan dalam menghitung penghasilan bersih

karena data keuangan tidak lengkap atau catatan keuangan ada yang hilang.

e) Alat dan mesin kadang rusak saat melakukan produksi

Kelemahan dari usaha ini yang lain adalah kerusakan alat dan mesin saat melakukan produksi. Jika alat dan mesin rusak maka proses produksi akan terhambat sehingga hasil produksi juga akan terpengaruh, bahkan ketika mesin mengalami kerusakan yang parah produksi terpaksa harus ditunda sampai mesin diperbaiki atau diganti dengan mesin yang baru<sup>54</sup>.

b. Analisis lingkungan eksternal

1) Peluang (*opportunity*)

a) Tidak memiliki banyak pesaing dengan usaha yang sama

Usaha ini merupakan satu-satunya usaha roti yang ada di Kecamatan Bajo sehingga pesaing yang ada merupakan usaha roti dari luar kecamatan. Dengan kondisi seperti ini menjadikan peluang usaha roti menjadi lebih luas dan mudah untuk dikembangkan serta mampu menguasai pemasaran usaha roti di Kecamatan Bajo.

b) Bahan baku mudah didapat

Bahan dalam pembuatan roti termasuk gampang untuk didapatkan karena banyak toko yang menjual bahan tersebut. Bahan baku yaitu faktor yang sangat berpengaruh pada saat pembuatan produk karena jika tidak ada bahan maka produksi tidak bisa dilakukan. Usaha ini juga selalu menyediakan stok bahan karena selalu membeli bahan sebelum kehabisan.

---

<sup>54</sup> Ikram, *Wawancara Dengan Karyawan Usaha Roti Anindy Bakery*.

Bahan baku yang digunakan dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama.

c) Dukungan pemerintah daerah

Usaha roti Anindy Bakery didukung oleh pemerintah dalam pengembangan usahanya, salah satu bentuk dukungan dari pemerintah yaitu memberikan sertifikasi izin usaha. Dukungan lainnya berupa memberikan saran dalam pemasaran dan juga mengenai kebersihan dalam melakukan produksi.

d) Hubungan baik dengan pedagang dan pelanggan

Menjaga hubungan baik dengan pedagang merupakan hal yang penting agar pedagang yang ditemani bekerja sama tidak memutuskan kerja sama. Cara menjaga hubungan dengan pedagang dan pelanggan yaitu menjaga kepercayaan dengan memberikan pelayanan dan kejujuran yang maksimal sehingga terjalin kerja sama dalam jangka waktu yang panjang.

e) Kemajuan teknologi pengelolaan

Kemajuan teknologi pengelolaan roti sangat berpengaruh dalam produksi produk karena dengan alat yang canggih mampu memberikan kemudahan dalam menghasilkan produk. Alat ini juga bisa membuat produk yang dihasilkan lebih bagus baik dari bentuk, rasa maupun kematangan sehingga lebih berkualitas<sup>55</sup>.

2) Ancaman (*threats*)

a) Adanya peniru produk

---

<sup>55</sup> Yati, *Wawancara Dengan Karyawan Usaha Roti Anindy Bakery*.

Dalam mengembangkan suatu usaha atau bisnis meniru atau mengambil ide orang lain merupakan suatu hal yang wajar. Hal ini yang membuat pasar bisnis semakin ketat, baik bisnis online maupun offline. Bagi usaha roti tentunya banyak yang mampu meniru produk karena dalam pembuatan roti cukup terbilang mudah untuk dilakukan.

b) Persaingan dari produk lain

Dengan adanya pesain ini memberikan ancaman bagi usaha roti. Pasalnya sekarang ini sudah banyak produk-produk baru yang muncul dikalangan masyarakat. Persaingan dalam bentuk, rasa, harga, dan kualitas yang sering dijadikan alat perbandingan oleh konsumen maka pemilik usaha diharuskan untuk teliti memilih taktik yang digunakan dalam mempertahankan usahanya.

c) Harga bahan baku cenderung naik

Kenaikan harga bahan yang digunakan dalam pembuatan roti dapat mempengaruhi jumlah produk yang akan diproduksi. Jika terjadi kenaikan harga bahan baku maka jumlah produksi akan dikurangi yang artinya bahwa omset penghasilan juga akan berkurang.

d) Minimnya bimbingan teknis dan pengawalan dari dinas terkait

Bimbingan serta pengawasan perlu dilakukan dalam menjalankan sebuah usaha agar terhindar dari dampak buruk yang tidak diinginkan. Kurangnya bimbingan dan pengawasan bisa menjadikan usaha yang kita

jalankan mengalami keterbelakangan karena tidak mengikuti trend perkembangan<sup>56</sup>.

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, maka diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1 Analisis SWOT pada Usaha Roti

<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>
1. Produk berkualitas dan memiliki banyak varian rasa	1. Modal yang kurang
2. Komunikasi pemilik dan karyawan terjalin baik	2. Kurangnya promosi
3. Harga yang bervariasi	3. Saluran distribusi masih terbatas
4. Tenaga kerja mudah didapatkan	4. Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai akuntansi
5. Memanfaatkan teknologi dalam pembuatan produk	5. Alat dan mesin terkadang rusak.
6. Memiliki sertifikasi izin.	

IAIN PALOPO

<sup>56</sup> Hasriadi, *Wawancara Dengan Pemilik Usaha*.

<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>
1. Tidak memiliki banyak pesaing dengan usaha yang sama	1. Adanya peniru produk
2. Bahan baku muda didapat	2. Persaingan dari produk lain
3. Adanya dukungan pemerintah	3. Harga bahan baku cenderung naik
4. Hubungan baik dengan pedagang dan pelanggan	4. Kurangnya bimbingan dan pengawasan teknis dari dinas terkait.
5. Kemajuan teknologi pengelolaan.	

## **B. Analisis Data (Pembahasan)**

### **1. Analisis IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*)**

#### **a. IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*)**

Perhitungan skor bobot pada IFAS di hasilkan berdasarkan perkalian bobot dengan rating. Seperti pada table 4.2 di bawah ini.

Table 4.2 Matriks IFAS (*Internal Faktor Analisis Summary*)

<b>No</b>	<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Total Skor</b>
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
1.	Produk berkualitas dan mempunyai beragam varian rasa	0,12	4	0,47
2.	Komunikasi pemilik dan karyawan terjalin baik	0,10	3	0,30

3.	Harga yang bervariasi	0,11	4	0,43
4.	Tenaga kerja muda didapat	0,11	4	0,43
5.	Memanfaatkan teknologi dalam pembuatan produk	0,11	4	0,45
6.	Memiliki sertifikasi izin	0,10	3	0,30
<b>Subtotal</b>		<b>0,64</b>		<b>2,38</b>
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1.	Modal yang kurang	0,07	2	0,13
2.	Kurangnya promosi	0,07	2	0,14
3.	Saluran distribusi masih terbatas	0,08	3	0,25
4.	Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai akuntansi	0,07	2	0,14
5.	Alat dan mesin terkadang rusak	0,07	2	0,13
<b>Subtotal</b>		<b>0,36</b>		<b>0,79</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>3,17</b>

Sumber: Data Kuesioner Diolah Menggunakan Excel 2010

Pada tabel 4.2 diatas bisa dilihat bahwa indikator intenal yang memiliki kekuatan tinggi yaitu produk berkualitas dan memiliki banyak varian rasa. Dapat dilihat pada nilai bobot sebanyak 0,12 dengan rating 4 serta skor sebanyak 0,47. Selain identifikasi terhadap faktor kekuatan internal usaha roti, matriks IFAS juga mengidentifikasi faktor kelemahan yang terbesar dimiliki oleh usaha roti yaitu saluran distribusi masih terbatas. Ini dapat dilihat dengan nilai bobot 0,08 dengan rating 3 dan skor 0,25.

Hasil analisis dari tabel 4.2 diketahui total skor *Strength* sebanyak 2,38 dan total skor *Weakness* sebanyak 0,79. Total skor IFAS sebesar 3,17 dari hasil penjumlahan total skor *Strength* dan total skor *Weakness*. Sebab jumlah nilai IFAS lebih dari 2,5 ini mengidentifikasi kondisi internal yang kuat.

b. EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*)

Perhitungan skor bobot pada EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*) dihasilkan berdasarkan perkalian bobot dengan rating sebagaimana dalam tabel 4.3 meliputi:

Tabel 4.3 Matriks EFAS (*Eksternal Faktor Analisis Summary*)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Total Skor
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>				
1.	Tidak memiliki banyak pesaing dengan usaha yang sama	0,11	4	0,45
2.	Bahan baku mudah didapat	0,11	4	0,45
3.	Adanya dukungan pemerintah	0,10	3	0,30
4.	Hubungan baik dengan pedagang dan pelanggan	0,13	4	0,50
5.	Kemajuan teknologi pengelolaan	0,11	3	0,32
<b>Subtotal</b>		<b>0,56</b>		<b>2,03</b>
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>				
1.	Adanya peniru produk	0,11	4	0,45
2.	Persaingan dari produk lain	0,12	4	0,48
3.	Harga bahan baku cenderung naik	0,10	3	0,30

4.	Kurangnya bimbingan dan pengawasan dari dinas terkait	0,11	3	0,32
<b>Subtotal</b>		<b>0,44</b>		<b>1,08</b>
<b>Jumlah</b>		<b>1,00</b>		<b>3,11</b>

Sumber: Data Kuesioner Diolah Menggunakan Excel 2010.

Sesuai tabel 4.3 bisa dilihat faktor eksternal yang memberikan peluang terbesar pada usaha roti adalah hubungan baik dengan pelanggan dan pedagang. Hal ini dapat dilihat dengan jumlah nilai bobot sebesar 0,13 dengan rating 4 dan jumlah skor sebesar 0,50. Adapun faktor eksternal berupa ancaman yang terbesar adalah persaingan dari produk lain dengan nilai bobot 0,12 dan rating 4 serta total skor sebesar 0,48.

Hasil analisis pada tabel 4.3 diketahui total skor peluang (*Opportunities*) pada usaha roti sebesar 2,03 dan total skor ancaman (*Threats*) adalah sebesar 1,08. Total EFAS sebesar 3,11 yang didapatkan dari hasil penjumlahan total skor peluang dengan ancaman. Dengan total skor lebih dari 2,5 ini menandakan bahwa usaha roti Anindy Bakery memanfaatkan peluang dengan baik serta bisa meminimalkan ancaman dengan cara yang luar biasa.

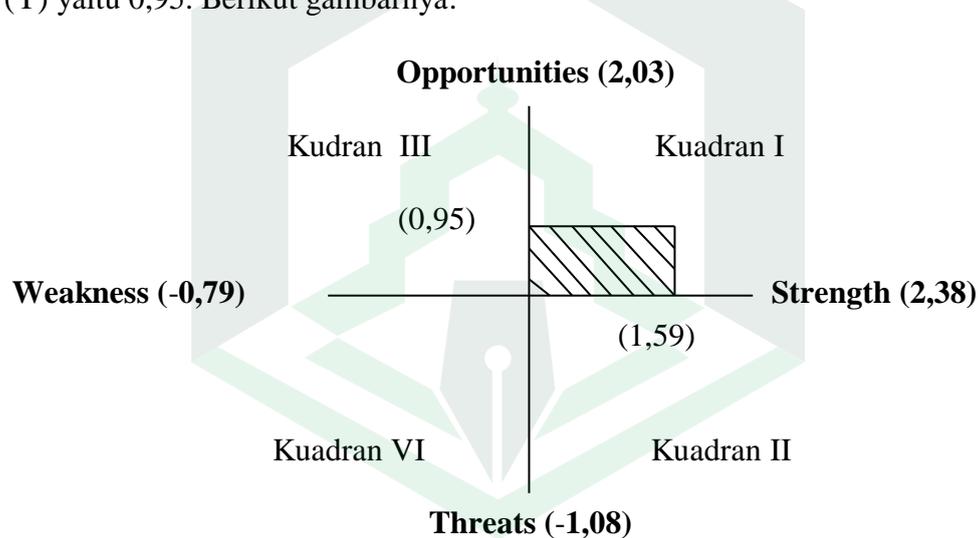
Kemudian penentuan posisi usaha roti dengan memakai analisis variabel internal serta faktor eksternal. Berikut ini tabelnya:

Tabel 4.4 Analisis SWOT pada Usaha Roti Anindy Bakery

<b>IFAS</b>	<b>3,17</b>	<b>EFAS</b>	<b>3,11</b>
Total Skor Kekuatan (S)	2,38	Total Skor Peluang (O)	2,03

Total Skor Kelemahan (W)	0,79	Total Skor Ancaman (T)	1,08
$X = S - W$	1,59	$Y = O - T$	0,95

Dari tabel 4.4 di atas diketahui bahwa usaha roti mempunyai IFAS 3,17, EFAS 3,11, jumlah skor kekuatan (S) 2,38, jumlah skor kelemahan (W) 0,79, jumlah skor peluang (O) 2,03, dan jumlah skor ancaman (T) 1,08. Tabel di atas juga menunjukkan jarak jumlah skor kekuatan dan jumlah skor kelemahan (X) yaitu 1,59 semetara itu jarak jumlah skor peluang dan jumlah skor ancaman (Y) yaitu 0,95. Berikut gambarnya:



Gambar 4.2 Grafik kartesius Analisis SWOT Usaha Roti

Berdasarkan ilustrasi grafik kartesius di atas, dapat diketahui bahwa posisi usaha roti yang diteliti berada pada posisi kuadran I yaitu kuat dan berpeluang, di mana dalam area ini sangat mengharuskan kepada usaha dalam melaksanakan pertumbuhan (*Growth*) sebab merupakan situasi yang menguntungkan. Karena berada pada kuadran I maka strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan yang agresif dengan menggunakan strategi SO, dengan penerapan strategi *growth* usaha

roti dapat memanfaatkan kapasitas yang ada untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki dengan ini usaha roti bisa mengimbangi perkembangan teknologi informasi dan mampu memperluas saluran distribusi produk di pasaran.

Pada pertumbuhan internal yang perlu dilakukan meliputi meningkatkan kualitas produk, menambah varian rasa dengan harga berbeda, meningkatkan ketahanan produk, membuat inovasi produk baru serta memodifikasi label nama usaha pada cover atau bagian luar kemasan. Sedangkan pada pertumbuhan eksternal perlu penambahan divisi bisnis, memperluas pangsa pasar secara inovasi dan dinamis dengan memanfaatkan teknologi informasi dan juga harus mempertahankan hubungan baik dengan konsumen<sup>57</sup>.

#### c. Matriks SWOT

Matriks SWOT yaitu media yang dipergunakan dalam menimbang variabel-variabel strategi organisasi, dengan menggunakan matriks maka kita bisa melihat peluang dan ancaman yang dipunyai oleh organisasi. Matriks bisa membuahkan empat sel kemungkinan cara lain taktik yang dapat gambarkan pada bagan berikut.

Tabel 4.5 Matriks SWOT

		<b>Kekuatan (S-Strength)</b>	<b>Kelemahan (W-Weakness)</b>
		<b>IFAS</b>	1. Produk berkualitas dan memiliki banyak varian rasa 2. Komunikasi pemilik
<b>EFAS</b>			

<sup>57</sup> Solehudin Murpi S.T. dan Dea Tanyo Iskandar, *Manajemen Bisnis Untuk Orang Awam* (Jakarta: Laskar Askara, 2011), 120.

	<p>dan karyawan terjalin baik</p> <p>3. Harga yang bervariasi</p> <p>4. Tenaga kerja mudah didapatkan</p> <p>5. Memanfaatkan teknologi dalam pembuatan produk</p> <p>6. Memiliki sertifikasi izin.</p>	<p>masih terbatas</p> <p>4. Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai akuntansi</p> <p>5. Alat dan mesin terkadang rusak.</p>
<p><b>Peluang (O- Opportunities)</b></p> <p>1. Tidak memiliki banyak pesaing dengan usaha yang sama</p> <p>2. Bahan baku muda didapat</p> <p>3. Adanya dukungan pemerintah</p> <p>4. Hubungan baik dengan pedagang dan pelanggan</p>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <p>a. Menciptakan kualitas produk serta menambah varian rasa dengan menciptakan berbagai ukuran produk dengan harga yang berbeda sesuai kebutuhan konsumen berdasarkan bahan baku yang tersedia dengan menggunakan alat teknologi</p>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <p>a. Pemerintah setempat memberikan bantuan baik berupa modal ataupun menyiapkan peralatan yang akan digunakan dalam memproduksi produk untuk mengembangkan usahanya</p> <p>b. Memberikan pemahaman kepada karyawan usaha terkait</p>

<p>5. Kemajuan teknologi pengelolaan.</p>	<p>pengelolaan dalam pembuatan produk</p> <p>b. Menjalin hubungan yang baik antara pemilik usaha, karyawan, serta menjaga kepercayaan pelanggan dan membuat kontrak kerja sama dengan pedagang</p> <p>c. Dengan adanya tenaga kerja yang mudah didapat maka pemilik usaha dan pemerintah setempat membuat suatu kegiatan pelatihan agar sumber daya manusia yang ada itu lebih meningkat</p> <p>d. Memiliki sertifikasi izin usaha dapat memberikan poin</p>	<p>manajemen dalam memasarkan suatu produk dengan menggunakan media yang tersedia agar saluran distribusi produk lebih luas</p> <p>c. Mengupayakan melakukan pencatatan keuangan sesuai akuntansi agar keuangan usaha lebih teratur</p> <p>d. Mengupayakan perawatan alat dan mesin yang digunakan dengan memperhatikan kebersihan peralatan setelah digunakan.</p>
---	--	---

	<p>tambahan kepercayaan masyarakat untuk membeli produk serta menjual produk yang berbeda dari pesaing busa memberikan kemudahan dalam proses distribusi.</p>	
<p><b>Ancaman (T-Threats)</b></p> <p>1. Adanya peniru produk</p> <p>2. Persaingan dari produk lain</p> <p>3. Harga bahan baku cenderung naik</p> <p>4. Kurangnya bimbingan dan pengawasan teknis dari dinas terkait.</p>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <p>a. Mengupayakan mengikuti perkembangan teknologi yang ada sehingga hubungan sosial antara pihak pengusaha dan konsumen bisa lebih terjaga</p> <p>b. Menjaga kualitas produk dengan harga yang bisa dijangkau semua kalangan agar mampu bersaing</p>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <p>a. Meningkatkan kualitas sumber daya pengusaha secara teknis, moral dan spiritual melalui pembinaan untuk memaksimalkan produksi dan daya saing usaha roti Anindy Bakery</p> <p>b. Menjaga kerja sama dengan masyarakat sekitar agar terjalin hubungan yang</p>

	dengan produk lain c. Mengurangi belanja bahan baku jika mengalami kenaikan harga agar keuangan tetap stabil.	harmonis c. Mengembangkan promosi di berbagai daerah untuk memperluas pangsa pasar dan juga meningkatkan strategi melalui media sosial untuk menarik pelanggan <sup>58</sup> .
--	--	---

Dari hasil penyelidikan yang dilakukan di atas menunjukkan bahwa kinerja usaha roti bisa dihasilkan dari kolaborasi faktor dalam atau internal dan faktor luar atau eksternal. Kolaborasi faktor internal dan eksternal dapat ditunjukkan dalam diagram analisis SWOT serta menjaga strategi pengembangan usaha roti di Desa Jambu Kecamatan Bajo sebagai berikut:

1) Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Seni manajemen ini penggabungan dari dua variabel yaitu faktor internal (*Strength*) serta eksternal (*Opportunities*), taktik SO ini dibikin didasarkan paham usaha terkait memanfaatkan sebaik mungkin seluruh kekuatan yang dimiliki dengan memperhatikan keberpeluangan. Taktik SO yang ditempuh oleh usaha roti Anindy Bakery, yaitu:

<sup>58</sup> Freddy Rangkuti, *Personal SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015).

- a) Mempertahankan kualitas produk serta menambah varian rasa dengan menciptakan berbagai ukuran produk dengan harga yang berbeda sesuai kebutuhan konsumen berdasarkan bahan baku yang tersedia dengan menggunakan alat teknologi pengelolaan dalam pembuatan produk.
  - b) Menjalin hubungan yang baik antara pemilik usaha, karyawan, serta menjaga kepercayaan pelanggan dan membuat kontrak kerja sama dengan pedagang.
  - c) Dengan adanya tenaga kerja yang mudah didapat maka pemilik usaha dan pemerintah setempat membuat suatu kegiatan pelatihan khusus agar sumber daya manusia yang ada lebih meningkat.
  - d) Memiliki sertifikasi izin usaha bisa menjadi poin tambahan kepercayaan masyarakat untuk membeli produk serta menjual produk yang berbeda dari pesaing dapat memberikan kemudahan dalam proses distribusi.
- 2) Strategi ST (*Strength-Threats*)

Taktik ini ialah penggabungan dua indikator yaitu faktor internal (*Strength*) serta indikator eksternal (*Threats*), taktik ST menggunakan kekuatan yang di miliki oleh usaha dalam menangani seluruh ancaman yang ada. Taktik ST yang di tempuh oleh usaha roti Anindy Bakery yaitu:

- a) Mengupayakan mengikuti perkembangan teknologi yang ada sehingga hubungan sosial antara pihak pengusaha dan konsumen bisa lebih terjaga.
- b) Menjaga kualitas produk dengan harga yang bisa dijangkau semua kalangan agar mampu bersaing dengan produk lain.

c) Mengurangi belanja bahan baku jika mengalami kenaikan harga agar keuangan tetap stabil.

### 3) Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Taktik ini ialah penggabungan dua indikator yaitu faktor internal (*Weakness*) serta indikator eksternal (*Opportunities*). Taktik WO di terapkan dengan cara pemanfaatan peluang agar mampu membatasi kelemahan yang ada pada usaha. Strategi WO bisa di tempuh pengusaha Roti Anindy Bakery sebagai berikut:

a) Pemerintah setempat memberikan bantuan baik berupa modal ataupun menyiapkan peralatan yang akan di gunakan dalam memproduksi produk untuk pengembangan usaha .

b) Memberikan pemahaman kepada karyawan usaha terkait manajemen dalam memasarkan suatu produk dengan menggunakan media yang tersedia agar saluran distribusi produk lebih luas.

c) Mengupayakan melakukan pencatatan keuangan sesuai akuntansi agar keuangan usaha lebih teratur.

d) Mengupayakan perawatan alat dan mesin yang di gunakan dengan memperhatikan kebersihan peralatan setelah digunakan.

### 4) Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Seni manajemen mengabungkan dua indikator yaitu faktor dalam (*Weaknes*) dan indikator eskternal (*Threats*). Taktik WT berdasarkan kegiatan dengan karakter defensif serta mengupayakan untuk terhindar dari ancaman

eksternal demi membatasi kelemahan usaha. Taktik yang bisa ditempuh usaha roti Anindy Bakery meliputi :

- a) Memperbaiki kualitas sumber daya pengusaha secara jelas, akhlak, serta spiritual melewati jalur pembinaan dalam memajukan produksi serta upaya usaha roti Anindy Bakery dalam berkompetisi.
- b) Menjaga jalinan pekerjaan dengan masyarakat agar terjalin hubungan yang harmonis serta jauh dari kata tidak disukai orang.
- c) Mengembangkan promosi di berbagai daerah untuk memperluas pangsa pasar dan juga meningkatkan strategi promosi melalui media sosial untuk menarik pelanggan.

Didasarkan analisis SWOT diperoleh matriks IFAS menunjukkan jumlah skor indikator kekuatan serta kelemahan sebesar 3,17. Saat mengidentifikasi usaha roti terletak dikeadaan internal yang kuat. Kemudian matriks EFAS memiliki faktor peluang serta ancaman dengan total skor sebanyak 3,11. Hal ini berarti usaha roti sangat memperhatikan kesempatan yang dimiliki serta berusaha meminimalkan ancaman yang mungkin timbul pada daerah pemasaran. Jumlah seperti ini cukup jauh dari kata tidak mampu bertahan jadi adanya hasil tersebut bisa disimpulkan usaha ini akan bisa terus berdiri serta melawan pergerakan lawan usaha.

Kemudian dalam grafik cartesius ditunjuk posisi pengusaha roti ditempatkan di kuadran I (*growth*), posisi kuadran ini begitu berharga sesuai dengan kondisi usaha yang dipaparkan oleh owner bahwa usaha yang ditekuninya tidak pernah mengalami kegagalan dalam produksi. Setelah mengkombinasikan

kekuatan dan peluang (Strategi SO), maka dihasilkan bahwa dengan kekuatan yang dimiliki harus mampu menangkap peluang yang ada. Adapun kombinasi kekuatan dan ancaman (Strategi ST), menunjukkan bahwa usaha harus memaksimalkan penggunaan kekuatan dalam penanganan ancaman. kemudian taktik WO, meminimalkan kelemahan usaha sama pemanfaatan keberpeluangan. Lalu yang terakhir taktik WT, diharuskan usaha bisa meminimalkan kelemahan agar mampu menghindari ancaman yang akan terjadi. Jadi dengan posisi usaha yang berada pada kuadran 1 menunjukkan bahwa analisis strategi yang tepat digunakan dalam pengembangan usaha adalah strategi SO.



**IAIN PALOPO**

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Sesuai dari hasil penelitian terkait strategi pengembangan usaha roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo diperoleh kesimpulan berupa faktor internal dan faktor eksternal yang bisa mempengaruhi peningkatan bisnis . Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, faktor-faktornya yakni memproduksi produk berkualitas dan memiliki banyak varian rasa dengan harga bervariasi, komunikasi yang baik antara pemilik usaha dan karyawan, tenaga kerja mudah didapat, pemanfaatan teknologi dalam pembuatan produk, memiliki sertifikasi izin usaha, modal yang sedikit, kurang melakukan promosi, saluran distribusi terbatas, tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai akuntansi dan kerusakan alat dan mesin saat melakukan produksi.

Adapun faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, faktornya yaitu tidak ada pesaing dengan produk yang sama, bahan baku mudah didapat, adanya dukungan pemerintah, kemajuan teknologi pengelolaan, hubungan baik dengan pelanggan dan pedagang, perkembangan teknologi informasi, pesaing produk berbeda, harga bahan baku cenderung naik, dan juga sedikitnya bimbingan serta pengintaian yang didapatkan pada pihak terkait.

Strategi yang bisa digunakan untuk mengembangkan bisnis Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo yang dicari menggunakan diagram cartesius berada diwilayah Kuadran I. pada kedudukan ini menggambarkan keadaan memiliki peluang sebab mempunyai kekuatan maupun peluang. Dimana

kekuatan ini bisa dimanfaatkan peluang secara maksimal sehingga bisa diterapkan strategi yang mendorong perkembangan usaha roti. Arah taktik yang cocok dilakukan ialah strategi (*growth*) dengan meningkatkan kualitas produk, menambah varian rasa dengan ukuran dan harga yang bervariasi, modifikasi packaging produk, meningkatkan daya tahan produk serta pemasaran diharapkan lebih dinamis dan inovasi dalam memanfaatkan teknologi informasi serta menjaga hubungan baik dengan konsumen.

## **B. Saran**

Didasarkan pada pengkajian diatas diperoleh berbagai usulan serta pemantauan dapat dijabarkan sesuai pengkajian ini meliputi:

### **1. Bagi pemerintah Kecamatan Bajo**

Hasil penelitian ini semoga bisa diperhatikan pemerintah Kecamatan Bajo terutama dalam pengembangan sektor usaha dengan melakukan kegiatan yang mampu mendukung pengembangan usaha seperti menyediakan wadah pelatihan serta lebih memperhatikan perkembangan usaha demi meningkatkan pendapatan masyarakat yang lebih sejahtera.

### **2. Bagi pelaku usaha**

Pelaku usaha roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo diharapkan agar lebih meningkatkan kualitas produk dengan cara diversifikasi produk, memperluas daerah pemasaran dengan memanfaatkan teknologi serta melakukan pelatihan kepada karyawan cara memasarkan dan mempromosikan prodi melalui media sosial atau merekrut tenaga kerja yang paham betul cara menggunakan media sosial agar dapat melakukan pemasaran dan promosi secara online. Peneliti

juga menyarankan agar pemilik usaha melakukan pencatatan keuangan sesuai dengan pembukuan akuntansi keuangan agar lebih mudah dalam mengelolah usaha yang dijalankan dan juga untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

### **3. Bagi akademik**

Kiranya apa yang dihasil pada penelitian bisa dijadikan acuan dalam peningkatan ilmu pengetahuan dan dikaji lebih dalam lagi terkait taktik pengembangan usaha roti dengan menggunakan analisis SWOT. Dijadikan sebagai bahan referensi penyelesaian tugas mata kulia yang terkait.

### **4. Bagi peneliti selanjutnya**

Diharapkan dapat dilanjutkan dengan mengembangkan kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya. Kekurangan dalam penelitian ini yang perlu dikembangkan yakni masalah pengkajian pengelolaan keuangan dalam pengembangan usaha ini karena penelitian ini hanya berfokus pada strategi pengembangan usaha.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurohim BS, S.Sos, MM, M.Si, Dr. Dindin. *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020.
- Abdurohim BS, S.Sos, MM, M. Si, Dr. Dindin. *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020.
- Afridhal, Muhammad. “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen.” *Jurnal S. Pertanian* Vol. 1 No. 3 (2017).
- Agustinova, Danu Eko. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- Aji, Prasetyo. *Manajemen Strategi; Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. 2 ed. Yogyakarta: Expert, 2019.
- Alwasilah, MA, Ph.D, Prof. A. Chaedar. *Pokoknya Kualitatif Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. 6 ed. Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya, 2002.
- Alyas, dan Muhammad Rakib. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan.” *Jurnal Sosiohumaniora* Vol. 19 No. 2 (2017).
- Ananda, Amin Dwi, dan Dwi Susilowati. “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang.” *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. 10 No.10.

- Anggito dan Johan Setiawan, Albi. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. 1 ed. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Anggito, dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, t.t.
- Ariani, dan Mohammad Nur Utomo. “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan.” *Jurnal Organisasi dan Manajemen* Vol. 13 No. 2 (2017).
- Arraniri, SEI., M.M, Iqbal. *Manajemen Sreategi*. Sukabumi: Al Fath Zumar, 2014.
- Budiarto, Rachmawan. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, t.t.
- Bungin, Burhan. *Analisi Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Busro, Dr. Muhammad. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cet.1. Yogyakarta: Expert, 2017.
- Hariani, Cici. *Strategi Pemasaran Kewirausahaan UMKM*. Bandung: Media Sains, 2020.
- Hasriadi. Wawancara Dengan Owner Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu, Desember 2021.
- Indonesia, Kementerian Agama Republik. *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya*. Surabaya: Halim, 2018.
- Kimbal, Dr. Rahel Widiawati. *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil*. Yogyakarta: Deepublish, t.t.
- Mahmud, Heri. Wawancara Awal Dengan Pelaku UMKM di Kecamatan Bajo, Agustus 2021.

- Mahmud, Heri. Wawancara Dengan Saudara Pemilik Tokoh Roti, 4 April 2021.
- Mihani, dan Thomas Robert Hutaeruk. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dapur Etem Sejahtera Samarinda dalam Meningkatkan Penjualan.” *Jurnal Riset Inossa* Vol. 2 No.2 (2020).
- Moleong, M.A., Prof. Dr. Ilexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Muis, Saludin. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. 1 ed. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Murpi S.T., Solehudin. *Manajemen Bisnis Untuk Orang Awam*. 1 ed. Jakarta: Laskar Askara, 2011.
- Murpi S.T., Solehudin, dan Dea Tanyo Iskandar. *Manajemen Bisnis Untuk Orang Awam*. Jakarta: Laskar Askara, 2011.
- Oktoyoki, Hefri. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Agribisnis Berdaya Saing di Kabupaten Rajang Lebong.” *Jurnal Mapetari* Vol 4. No.1 (2019).
- Rahman, Syamsul. *Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Makanan Tradisional Khas Sulawesi*. Cet. 01. Yogyakarta: Bumi Utama, 2021.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Rangkuti, Freddy, *Personal SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015).

- RI, Deperteman Agama. *Al-Hikmah Al-qur'an dan Terjemahan*. 8 ed. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2018.
- Rika. Wawancara Dengan Karyawan Usaha Roti Anindy Bakery, Pada Tanggal Desember 2021.
- Rojali, Ahmad. "Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai." *Universitas Islam Negeri Sumatra Utara*, 2019.
- Sari, Dian Anita, dan Agus Widodo. "Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Rembang dengan Menggunakan Analisis SWOT." *Jurnal Buletin Bisnis dan Manajemen* Vol.7 No. 2 (2021).
- Sari, Inayah Adi, Novika Wahyuhastutu, dan Muhmud Yunus. "Strategi Pengembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah Melalui Pendekatan Analisis SWOT Balanced Scorecard." *Jurnal MONEX* Vol. 10 No. 2 (2021).
- Sarma, Ma'mun. *Entrepreneurial Marketing Untuk Keberhasilan Pemasaran Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia*. Bogor: IOB Press, 2019.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 2 ed. Yogyakarta: Suluh Medio, 2018.
- Simanjuntak, Mariana. *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*. 1 ed. Sumatra Utara: Yayasan Kita Menulis, 2021.

- Siregar, Robert Tua, Hery Pandanpota Silitonga, dan Juan Anastasia Putri. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar.” *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* Vol. 6 No, 2 (2020).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 1 ed. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. 1 ed. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Susanto, AB. *Manajemen Strategik komprehensif*. Ciracas, Jakarta: Erlangga, 2014.
- Syafrizal, Situmorang. *Analisi Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. 1 ed. Medan: USU Press, 2010.
- Takdir, Rifka Rahayu. “Prediktor Kinerja Usaha Berdasarkan Kajian Perilaku Keuangan Pelaku UMKM Kab. Luwu.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021.
- Warnadi, dan Aris Triyono. *Mnajemen Pemasaran*. 1 ed. Yogyakarta: Bumi Utama, 2019.
- Yati, Wawancara dengan Konsumen Usaha Roti Anindy Bakery pada tanggal 22 Desember 2021.



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**IAIN PALOPO**

*Lampiran 1 : Pertanyaan Wawancara*

Daftar pertanyaan wawancara

1. Apa saja yang menjadi indikator kekuatan dan kelemahan pada usaha roti Anindy Bakery?
2. Apa saja yang menjadi indikator peluang dan ancaman pada usaha roti Anindy Bakery?
3. Bagaimana cara meminimalkan kelemahan dan ancaman dalam usaha roti anindy bakery?
4. Bagaimana cara pemanfaatan peluang dan kekuatan yang dimiliki oleh usaha ini?
5. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh usaha roti anindy bakery untuk menarik konsumen dan pelanggan?
6. Bagaimana strategi produk yang diterapkan oleh usaha roti Anindy Bakery?
7. Bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh usaha roti Anindy Bakery?
8. Bagaimana strategi harga yang diterapkan oleh usaha roti Anindy Bakery?
9. Bagaimana strategi tempat yang diterapkan oleh usaha roti Anindy Bakery?

Lampiran 2 : Kosioner Penelitian

Kosioner Penelitian (Pengukuran Rating)

A. Identitas Responden

1. Nama Responden : Hasriadi
2. Jabatan : *Owner* Usaha Roti Anindy Bakery
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Masa Kerja : 8 Tahun

B. Petunjuk Pengisian

Keterangan Mohon memberi tanda centang (√) pada pilihan yang tersedia sesuai dengan keadaan yang anda ketahui.

1 = tidak penting

2 = cukup penting

3 = penting

4 = sangat penting

C. Daftar Pertanyaan

No	Faktor-Faktor	Rating			
		1	2	3	4
	Faktor Kekuatan				
1	Produk yang berkualitas dan memiliki banyak varian rasa				√
2	Komunikasi karyawan dan pemilik usaha terjalin Baik				√
3	Tenaga kerja mudah didapatkan				√
4	Harga yang bervariasi				√
5	Memanfaatkan alat teknologi dalam pembuatan produk				√

6	Memiliki sertifikasi izin				√
	Faktor Kelemahan				
1	Modal yang kurang			√	
2	Kurangnya promosi		√		
3	Saluran distribusi masih terbatas				√
4	Tidak melakukan pencatatan keuangan sesuai akuntansi			√	
5	Alata dan mesin kadang rusak saat melakukan produksi		√		
	Faktor Peluang				
1	Tidak memiliki banyak pesaing dengan usaha yang sama				√
2	Bahan baku mudah didapat				√
3	Dukungan pemerintah setempat			√	
4	Hubungan baik dengan pedagang dan pelanggan				√
5	Kemajuan teknologi pengelolaan				√
	Faktor Ancaman				
1	Adanya peniru produk				√
2	Persaingan dari produk lain				√
3	Harga bahan baku cenderung naik			√	
4	Minimnya bimbingan teknis dan pengawsan dari dinas terkait				√



Lampiran 4: SK Penguji



SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
NOMOR : 304 TAHUN 2022

TENTANG  
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian tugas akhir skripsi bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Masyarakat;
- b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor;
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo;
- Memperhatikan : 1. Penunjukan penguji dari ketua prodi
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan : 1. KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama : 1. Mengangkat mereka yang tertera namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang terdapat pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua : 1. Tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa adalah : mengoreksi, mengoreksi, menilai, mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemandirian mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penelitian karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
- Ketiga : 1. Segala biaya yang timbul sebagai akibat diterapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2022.
- Keempat : 1. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.
- Kelima : 1. Surat Keputusan ini ditempatkan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

**IAIN PALOPO**

Ditetapkan di  
Pala Yaregal

: Palopo  
: 22 April 2022



Rektor  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Terselasa :

1. Kabiro AUAK;
2. Partinggal;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;

**LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO  
NOMOR : 304 TAHUN 2022  
TENTANG  
PENGANGKATAN DOSIEN PENGOJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA MAHASISWA INSTITUT  
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

---

- I. **Nama Mahasiswa** : Juhari  
**NIM** : 17 0401 0202  
**Fakultas** : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
**Program Studi** : Ekonomi Syariah
- II. **Judul Skripsi** : **Analisis Strategi Pengembangan Usaha Rofil di Desa Jambu Kecamatan.**
- III. **Tim Dosen Penguji** :
- Ketua Sidang** : Dr. Hj. Ramlah M, M.M.  
**Sekretaris** : Dr. Moh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.  
**Penguji Utama (I)** : Mujahidin, Lc., M.EI.  
**Pembantu Penguji (II)** : Hamida. SE Sy., M.EI.

**IAIN PALOPO**

Palopo, 22 April 2022



Rektor  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Lampiran 5 : SK Pembimbing



SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
NOMOR : 247 TAHUN 2021  
TENTANG

PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Mendukung : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata SI, maka dipandang perlu dibentuk Pembimbing Penyusunan dan penulisan skripsi.  
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;  
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.
- Mempertahikan : Penunjukan Pembimbing dari Ketua Prodi
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama : Mengangkat mereka yang disebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua : Tugas Dosen Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi adalah : membimbing, mengarahkan, mengoreksi, serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan pedoman penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang ditetapkan pada Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat diterapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2021.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berlaku setelah kegiatan pembimbingan atau penulisan skripsi mahasiswa selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan didalamnya.
- Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo  
Pada Tanggal : 03 September 2021

n.n. Rektor  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



- Tembusan :
1. Kabiro ALIAK;
  2. Mahasiswa yang bersangkutan
  3. Peringgal

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : 247 TAHUN 2021  
TENTANG  
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT  
AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

---

- I. Nama Mahasiswa : Juhana  
NIM : 17 0401 0202  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah
- II. Judul Skripsi : Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil menengah UMKM (Kelurahan Noling Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu)
- III. Dosen Pembimbing : Ishak, SE.I., M.EI.

Palopo, 03 September 2021

IAIN PALOPO

Rektor  
Dean Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Ramlah M.S

Buku Kontrol Penulisan Skripsi

**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN UJIAN  
MUNAQASYAH**

Konsultasi ke, \_\_\_\_\_ Hari Tanggal, \_\_\_\_\_

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Hasil Penelitian
2	Efektifitas kaki
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji 1.



MUJAHIDIN, Lc., M-Ed.

NIP. 19840823 2018 01 1 001



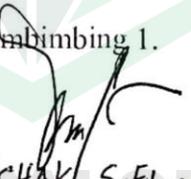
**Buku Kontrol Penulisan Skripsi****LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN UJIAN  
MUNAQASYAH**

Konsultasi ke, \_\_\_\_\_ Hari Tanggal, \_\_\_\_\_

## Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Penulisan Skripsi
2	Kesimpulan
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing 1.

  
ISHAK, S.EI. & M.EI.  
NIP, 19850915 201903 1003

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN UJIAN  
MUNAQASYAH**

Konsultasi ke, \_\_\_\_\_ Hari Tanggal, \_\_\_\_\_

## Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Hasil Penelitian
2	Saran
3	Kajian Teori
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji II.

IAIN PALOPO

*[Signature]*  
 HAMIDA, SE.Sy., ME.Sy.  
 NIP. 19920715 2019032 020



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Lampiran 7 : Kartu Kontrol



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 J. Azzalis Baandul Temp. 0471-22076  
 Website: <http://www.ainpalopo.ac.id/> | <http://web.ainpalopo.ac.id/>

KARTU KONTROL  
 SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : E. JANIANA  
 NIM : 17 04 01 02 02  
 Prodi : EKONOMI SYARIAH

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Senin/09-01-2021	Indra Adhiana	Praktisitas dan Persepsi dalam Kelembagaan Masyarakat Muslim di Masjid Agung Al-Furqan Kota Palopo	<i>[Signature]</i>	
2	Kamis/12-01-2021	Ab. Solikhah	Peran Syariah dalam Percepatan Pembangunan Infrastruktur dan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Surobo Kabupaten Pangajene Kepulauan	<i>[Signature]</i>	
3	Kamis/12-01-2021	M. Firdausy	Peran Syariah dalam Percepatan Pembangunan Infrastruktur dan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Surobo Kabupaten Pangajene Kepulauan	<i>[Signature]</i>	
4	Senin/15-01-2021	Toni Cahyani	Peran Syariah dalam Percepatan Pembangunan Infrastruktur dan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Surobo Kabupaten Pangajene Kepulauan	<i>[Signature]</i>	
5	Kamis/18-01-2021	Rochay	Sistem Pengawasan Syariah dalam Pengelolaan Keuangan Syariah di Desa Surobo Kabupaten Pangajene Kepulauan	<i>[Signature]</i>	
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

IAIN PALOPO

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.  
 NIP 1961020811904032001

*Lampiran 8 : Persetujuan Pembimbing*

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul:

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo

Yang ditulis oleh:

Nama : Juhana  
NIM : 17 0401 0202  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk diproses selanjutnya.

**IAIN PALOPO**

Pembimbing



Ishak, S.E.L., M.E.L.

Tanggal: 21 Juni 2022

Lampiran 9 : Nota Dinas Pembimbing

Ishak, S.EI., M.EI

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp :-

Hal : Skripsi Juhana

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Juhana  
NIM : 17 0401 0202  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jambu Kecamatan Bajo.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk di proses selanjutnya.

*Wassalu 'alaikum Wr.Wb*

Pembimbing



Ishak, S.EI., M.EI.

Tanggal: 21 Juni 2022

Lampiran 10 : Persetujuan Penguji

**HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakcry di Desa Jambu Kecamatan Bajo yang ditulis oleh Juhana Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0202, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo yang telah diajukan dalam seminar hasil penelitian pada hari senin, 23 Mei 2022. Dan telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan dari Tim Penguji, dan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

**TIM PENGUJI**

1. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. (  )  
Ketua Sidang Tanggal:
2. Dr. Fasiha, S.El., M.El. (  )  
Sekertaris Sidang Tanggal:
3. Mujahidin, Lc., M.El. (  )  
Penguji I Tanggal:
4. Hamida, SE.Sy., ME.Sy. (  )  
Penguji II Tanggal:
5. Ishak, S.El., M.El. (  )  
Pembimbing Tanggal:

IAIN PALOPO

Lampiran 11 : Nota Dinas Penguji

Mujahidin, Lc., M.EI

Hamida, SE.Sy., M.EI

Ishak, S.EI., M.EI

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lam: -

Hal: Skripsi Juhana

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Juhana  
NIM : 17 0401 0202  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Anindy Bakery di Desa Jeneba Kecamatan Rajo

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *sesungguhnya*.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

1. Mujahidin, Lc., M.EI

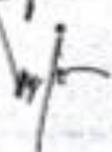
(Penguji I)

2. Hamida, SE.Sy., M.EI

(Penguji II)

3. Ishak, S.EI., M.EI

(Pembimbing)

()  
()  
()

*Lampiran 12 : Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI EKONOMI SYARIAH**

Jalan Bittu Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771  
Email: [febi@iainpalopo.ac.id](mailto:febi@iainpalopo.ac.id); Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

---

**SURAT KETERANGAN**

NOMOR: B 550 /In.19/FEBI.04/KS.02/EKS/06/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Juhana  
NIM : 17 0401 0202  
Program Studi : Ekonomi Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi ekonomi syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester X tahun akademik 2020/2021 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 03 Juni 2022  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Dr. Fasiha, M.El

Lampiran 13 : Sertifikat Mahad Al-Jami'ah



**REPUBLIK INDONESIA**  
**KEPADA YANG BERHONORABEL**  
**KESETIAWAJAN**

**MENTERI AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**Syahadah**

Nomor : In. 49/P/PT/MA/THAD AL-JAMI'AH/ 0997 / VII/20  
Dibuktikan kepada :  
**JUHANA**  
NIM : 17 0401 0292

Setelah menamatkan Program Mahad Al-Jami'ah di Institut Agama Islam Negeri Palopo sebagai tanda bukti diberikan Syahadah yang diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku.  
*Thabatharrah di Palopo pada tanggal Thawabul Fara'idi Dua Ribu Pasopasan Berdas*

Palopo, 28 sep 2020  
Mengetahui:  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

**Dr. Fasila, SEL, MEI**  
NIP. 19810213 200 604 2 002

**Dr. Abdul Pirrol, M.Ag.**  
NIP. 19691104 199403 1 004

**Dr. Mingsi Takwina, M.HI**  
NIP. 19680503 199803 1 005

**Ketua Umi**  
**Mahad Al-Jami'ah IAIN Palopo**

**Ketua IAIN Palopo**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

TRANSKRIP NILAI  
MAHASISWA PROGRAM MA'HAD AL-JAMI'AH

NAMA : JUHANA  
NIM : 17 0401 0202  
FAK/PRODI : FEBLEKIS.E

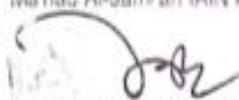
NO	MATA KULIAH	SEMESTER	NILAI	
			ANGKA	HURUF
1	Fiqih Ibadah	I	85	A-
2	Aqidah Akhlaq	I	90	A
3	Pengamatan Sunnah	II	81	A
4	Metode Baca Tulis Al-Qur'an	II	94	A
5	Praktik & Praktik Ibadah	II	89	A-
JUMLAH			439	
RATA-RATA			87,80	

Predikat Kelulusan : ~~Amat Baik~~ / Baik / ~~Cukup~~ / ~~Memang~~

IAIN PALOPO

Palopo, 2 Juli 2018  
Kepala Unit

Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo

  
Dr. Mardi Takwim, M.HI

NIP 19680503 199803 1 005

Lampiran 14 : Surat Ket. Membaca dan Menulis Al-Qur'an



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Bittu Telp (0471) 22076 Balandi - Kota Palopo  
Email-febi@iainpalopo.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis al-Qur'an dengan

~~keureung~~ baik/lancar. \* coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa .

Nama : Juhana  
NIM : 17 0401 0202  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

27 Januari 2022

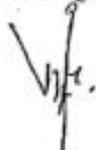
Mengetahui:

IAIN PALOPO

Ketua Prodi

  
Dr. Fasiba, S.EI., M.EI.

Dosen Penguji

  
Ishak, S.EI., M.EI.

Lampiran 15 : Sertifikat Oskar/PBAK

  
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
PANTIA PELAKSANA PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN  
Jln. Agas Kelurahan Babandji Kota Palopo, Telp. 0471-32075 Fax. 0471-328195

---

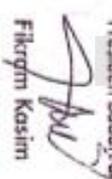
**Sertifikat**  
Nomor: 118/ISC/PBAK/IAIN/PLP/08/2017  
Diberikan Kepada:



Sebagai **Peserta** pada kegiatan Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) Institut Agama Islam Negeri Palopo tahun akademik 2017/2018 yang dilaksanakan pada tanggal 26 s.d 28 Agustus 2017 dan dinyatakan **Lulus**.

Ketua Panitia  
Dr. Helmi Kamal, M.HI.

Mengetahui,  
Rektor  
  
Dr. Abdul Rinal, M.Ag.

Palopo, 29 Agustus 2017  
Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa  
  
Fikriqin Kasim



Lampiran 16 : Sertifikat Test Toefl



Lampiran 17 : Kuitansi Pembayaran UKT



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon/HP 085243175771  
Email: [febi@iainpalopo.ac.id](mailto:febi@iainpalopo.ac.id); Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN-

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : SAEPUL, S.Ag., M.Pd.I  
NIP : 19720715 200604 1 001  
Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha  
Unit Kerja : FEBI IAIN Palopo

menerangkan bahwa:

Nama : JUHANA  
NIM : 17 0401 0202  
Semester/Prodi : X / EKIS-E  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester 1 s / d X.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 14 Juni 2022

Kepala Bagian Tata Usaha



SAEPUL, S.Ag., M.Pd.I

NIP. 19720715 200604 1 001

Lampiran 18 : Hasil Turnitin

22%		21%		8%		9%	
SIMILARITY INDEX		INTERNET SOURCES		PUBLICATIONS		STUDENT PAPERS	
INTERNET SOURCES							
1	repository.iainpalopo.ac.id	Internet Source					4%
2	text-id.123dok.com	Internet Source					1%
3	repository.radenintan.ac.id	Internet Source					1%
4	www.scribd.com	Internet Source					1%
5	jurnal.stiperbelitang.ac.id	Internet Source					1%
6	repo.uinsatu.ac.id	Internet Source					1%
7	repository.ub.ac.id	Internet Source					<1%
8	repository.iainpurwokerto.ac.id	Internet Source					<1%
9	media.neliti.com	Internet Source					<1%
10	123dok.com	Internet Source					<1%
IAIN PALOPO							
11	blog.iain-tulungagung.ac.id	Internet Source					<1%
12	Submitted to iGroup	Student Paper					<1%
13	ojs.uma.ac.id	Internet Source					<1%
14	adoc.pub	Internet Source					<1%



*Lampiran 20 : Hasil Dokumentasi Proses Penelitian*



Wawancara dengan Pemilik Usaha



Proses pembulatan Roti



Proses pencampuran adonan



proses pengembangan roti



Roti mengembang siap di panggang Prose pemanggangan



Roti dipanggang sampai kecoklatan



Roti didiamkan sampai dingin untuk dibungkus



Roti siap dikemas

## **RIWAYAT HIDUP**



**Juhana**, lahir di Tibussan pada tanggal 10 Juli 1998. Penulis merupakan anak kesepuluh dari sebelas bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Yasin dan ibu Sitti. S. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Dusun Doke-Doke Desa Lambanan

Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2011 di SD Tibussan. Kemudian di tahun yang sama menempuh pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Bajo hingga tahun 2014. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Bajo hingga lulus pada tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni, yaitu Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact Person Penulis : [juhana\\_mhs17@iainpalopo.ac.id](mailto:juhana_mhs17@iainpalopo.ac.id)