#### KAMPUS AKADEMIK PUBLISING

Jurnal Sains Student Research

Vol.2, No.5 Oktober 2024

e-ISSN: 3025-9851; p-ISSN: 3025-986X, Hal 104-117

DOI: https://doi.org/10.61722/jssr.v2i5.2617





# ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SENTRA INDUSTRI OLAHAN KEDELAI DI DESA SELAT KECAMATAN PEMAYUNG KABUPATEN BATANGHARI

# Siti rapi'ah

srapiah998@gmail.com Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

# Maulana Yusuf

maulanayusuf@uinjambi.ac.id Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

### Yuliana Safitri

yulianasafitri@uinjambi.ac.id Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Abstract This research discusses SWOT analysis of micro, small and medium enterprises (MSMEs) soybean processing industry centers in Selat Village, District. Pemayung Kab. Batang Hari. The formulation of the problem in this research is to find out what the strengths, weaknesses, opportunities and threats are in the soybean processing industry center business. This research aims to find out what the strengths, weaknesses, opportunities and threats are in the soybean processing industrial center business. To obtain data, the author used descriptive qualitative research, namely research with the aim of checking certain symptoms that occur in the field. There are two sources of data used in this research, namely primary and secondary data. Primary data sources are the results of interviews conducted by authors and business owners and secondary data are documentation, books and also the internet. The research results show that the soybean processing industry center has implemented a SWOT analysis to determine strengths, opportunities and minimize weaknesses and threats.

Keywords: Internal and External, MSMEs, SWOT Analysis

Abstrak Penelitian Ini membahas tentang analisis SWOT pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sentra industri olahan kedelai di Desa Selat Kec. Pemayung Kab. batanghari. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah untukmengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha sentra industri olahan kedelai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha sentra industri olahan kedelai. Untuk memperoleh data, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriftip yaitu penelitian dengan tujuan untuk melakukan pengecekan terhadap gejala tertentu yang terjadi dilapangan. Sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan sekunder. Sumber data primer berupa hasil wawancara yang dilakukan penulis dan pemilik usaha dan data sekunder berupa dokumentasi, buku, dan juga internet. Dari hasil penelitian menunjukan bahwa usaha sentra industri olahan kedelai sudah mengimplementasikan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, peluang dan meminimalisir kelemahan dan ancaman.

Kata Kunci: Internal dan Eksternal, UMKM, Analisis SWOT

## Latar belakang

Dilihat dalam konteks yang lebih luas, UMKM adalah sektor yang sangat strategis bagi bangsa Indonesia. Hal ini karena UMKM memiliki kelebihan. Salah satunya, yaitu

jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Adapun berbagai bidang usaha UMKM adalah diantaranya seperti usaha percetakan, usaha rumah makan, usaha pembuatan makanan dan minuman ringan, kerajinan tangan, jasa seperti tukang cukur, usaha jahit-menjahit dan sebagainya.

Dilihat berdasarkan peran dan kontribusi UMKM yang sangat besar, dan dengan terus meningkatnya jumlah penduduk ternyata dapat menarik minat banyak pihak untuk terjun dalam UMKM tersebut, sehingganya peluang berkembangnya suatu UMKM semakin terbuka lebar. Hal ini tentu membuat persaingan dunia usaha akan semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat tersebut, akan berdampak pada kinerja UMKM. Oleh sebab itu, para pelaku usaha harus merumuskan berbagai macam strategi agar dapat bersaing guna mempertahankan usahanya.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*) internal organisasi, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman atau tantangan (*thereats*) eksternal suatu organisasi atau proyek atau suatu spekulasi bisnis. Analisis SWOT dilakukan dengan tujuan untuk mengenali tingkat kesepian setiap fungsi dari keseluruhan setiap usaha yang diperlukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Berhubung tingkat kesiapan fungsi ditentukan oleh tingkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat dari setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, baik faktor internal maupun eksternal. Agar dalam melakukan analisis bisnis pelaku bisnis dapat mengidentifikasi masalah dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta menemukan solusinya. Analisis SWOT diterangan dalam salah satu ayat al-qur'an yaitu: Surah Al-Hasyr ayat 18:

Yang artinya" Hai orang-orang yang beriman, bertakwalahkepada allah SWT. Dan hendaklah setiap hari memperhatikan apa yang telah diperbutnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada allah, sesungguhnya allah mengetahui aa yang kamu kerjakan".

Jika diperhatikan, ini adalah pernyataan dari allah SWT yang mengaharuskan kita berpikir dan merenungkan apa yang telah atau yang sedang kita lakukan dalam hidup. Sehinga kita dapat mengunakan cabang ilmu manajemen yang mengunakan strategi manajemen.

Berdasarkan hadis dari abi said, dari nabi muhammad saw bersabda: "pedagang yang

jujur dan terpecaya bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan syuhada.(HR Termizi)

Berdasarkan data survey, di Desa Selat Kec. Pemayung Kab batanghari terdapat 3 UMKM.

Tabel 1.1

Data UMKM di Desa Selat Kec. Pemayung Kab. Batanghari

| No | Nama pemilik usaha | Jenis usaha |
|----|--------------------|-------------|
| 1  | Tuningah           | Makanan     |
| 2  | Sak atang          | Percetakan  |
| 3  | Dodi               | Percetakan  |

(Sumber Desa Selat)

Salah satunya sentra industri merupakan salah satu sektor bisnis UMKM yang bergerak pada bidang makanan. Usaha ini didirikan oleh Ibu Tuningah pada 1 November 1997 di Desa Selat Kec.Pemayung. Kab.Batanghari. Usaha ini mempunyai visi memberikan pelayanan terbaik dan produk berkualitas kepada pelanggan. Saat ini usaha ini memiliki 10karyawan, yang terbagi menjadi beberapa unit kerja, yaitu bagian produksi, bagian packing, dan bagian keuangan.

Pada perjalanannya UMKM ini tentunya menghadapi berbagai hambatan dan tantangan dalam pelaksanaan usahanya, diantaranya dari segi internal yaitu Masih sangat minimnya dalam menyediakan stok produk di karenakan perusahaan memasok bahan dari petani sehingga ditemukan kualitas bahan yang beragam dan keterbatasan jumlah yang disebabkan oleh perubahan iklim yang terkadang menyebabkan kualitas kedelai menurun bahkan gagal Panen dan sehingga jumlahnya terbatas untuk memenuhi permintaan pelanggan, tempat produksi yang tidak strategis, kurangnya peralatan produksi dan modal serta sumber daya manusia. Jika dilihat dari segi eksternal, yaitu dari segi persaingan usaha ada salah satu yang menjadi competitor bagi Sentra Industri ini. yaitu Omah gimbol kreatf didirikan oleh Lisa Anggraini pada tahun 2016.

### Kajian teoritis

# A. Analisis SWOT (Strengths, weaknesses, Opportunities, threats)

Pada dasarnya analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari empat kata yaitu Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Thereats. Analisis Swot merupakan salah satu cara untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman spekulasi bisnis, menurut Ferddy Rangkuti, SWOT merupakan identitas dari berbagai faktor yang secara sistematis digunakan dalam perumusan strategi pelayanan. Analisis dilakukan secara logis, yang memunkimkan untuk memaksimalkan peluang dan pada saat yang sama meminimalkan kesenjangan dan ancaman. Analisis SWOT memandingkan faktor eksternal dan internal.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logikayang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang(Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats).

Menurut Musa Hubeis dan Muhammad Najib analisis SWOT terdiri dari kekuatan (Strength), (Weaknesses, (Opportunuties) dan (threats).

## 1) Kekuatan (Strenghts)

Kekuatan erupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Diantara kekuatan tersebut, kami mencari unsur karakteristik perusahaan yang menunjukkan kekuatanya, yaitu kemampuan memberikan keuntungan atau keuntungan bagi perkembangan perusahaan.

# a) Jaringan Pemasaran

Pemasaran internet adalah system penjualan yang menggunakan tenaga pemasaran langsung kekonsumen.

### b) Reputasi

Reputasi merupakan persepsi konsumen terhadap kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

## c) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan strategi perusahaan untuk lebihmemahami target konsumennya sehinga bisnis yang dikeloladpat memberikan hasil yag optimal.

# d) Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang dirancang atau dimaksudkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

## 2) Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan juga merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Dalam unsur kelemahan ini perlu dicari unsur-unsur yang berkaitan.

dengan kelemahan karakteristik perusahaan yang dapat menghambat perkembangan perusahaan.

#### a) Lahan Parkir

Tempat perkir adalah tempet berhentinya kendaraan untuk waktu yang lebih pendek atau lebih lama tergantung pada kebutuhan pengemudi.

# b) Kelengkapan Produk Yang Kurang

Kesempurnaan produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk persepsi, kepemilikan, penggunaan atau konsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.

#### c) Kurang Diskon

Diskon adalah pengurangan harga yang diberikan penjual kepada pembeli sebagai imbalan atau oleh pembeli atas tindakantertentun yang disukai penjual.

### 3) Peluang(*opportunity*)

Indikator peluang sebagai berikut

Peluang adalah elemen eksternala yang berasal dari luar perusahaan. Dalam peluang, kita harus mencari karakteristik yang berkaitan dengan peluang linkungan atau bidang terkait yang ada pada perusahaan, sehinga dapat mendorong perusahaan untuk maju.

# a) Daya Beli Masyarakat Tinggi

Daya beli suatu Negara adalah kemampuan masyarakat ataukonsumen untuk membeli barang yang dibutuhkannya dan umumnya mengalami kondisi berupa pertumbuhan atau penurunan.

### b) Pangsa Pasar Yang Luas

Pangsa pasar adalah persentase pasar yang menunjukkan seberapa besar perusahaan menguasai pasar sasaran.

#### c) Mendominasi Pasar

Perusahaan dominan dianggap berasil jika memiliki kemampuan menguasai pasar ketika mencapai pasr sasaran.

# 4) Ancaman (threat)

Faktor resiko merupakanbagian dari faktor eksternal perusahaan. Faktor resiko adalah bagian faktor yang berkaitan dengan ancaman dari situasi diluar perusahaan yang dapat merugikan perusahaan., menepatkan perusahaan dalam situasi sulit atau menimbulkanmasalah yang sulit dihadapi perusahaan.

Indikatornya ancaman sebagai berikut.

## a) Banyak Pesaing

Pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan layanan serupa di pasar yang sama.

## b) Harga Tidak Stabil

Adalah nilai suatu produk atau jasa yang berubah dari waktu ke waktu.

### c) Munculnya Pesaing Baru

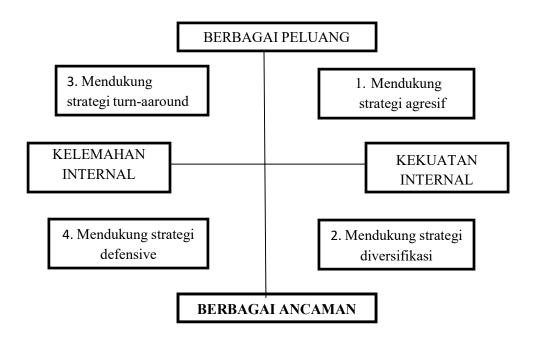
Pesaing adalah perusahaan yang beroperasi di industri dan segmen pasar yang sama dengan perusahaan yang ingin anda mulai atau yang sudah mulai.

### d) Harga penawaran yang kompetitif

Harga promosi adalah harga khusus yang ditawarkan dan biasanya pada saat pengenalan produk baru

### 1. Diagram SWOT

(strengths, weaknesesses, opportunities, and threads)



- Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).
- Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidakmenguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

#### 2. MATRIK SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan faktor

strategi suatu perusahaan. Dengan bantuan matriks SWOT, kita dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, dosesuaikan dengan kekuatannya. Matriks ini dapat menciptakanempat kemungkinan alternative setrategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk menemukan visi dan misi nya. Strategi dibuatdengan menggunakan informasi SWOT dalam matriks SWOT. Ada empat strategi yang dapat dipetakan yaitu strategi SO, WO, WT, danST. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Matriks SWOT

| Faktor-Faktor       | Kekuatan/ Strength(S)       | Kelemahan/Weak   |
|---------------------|-----------------------------|------------------|
| Internal(IFAS)      | kekuatan-kekuatan faktor    | nesses (W)       |
| Faktor-Faktor       | internal perusahaan.        | kelemahan-       |
| Eksternal (EFAS)    |                             | kelemahan faktor |
|                     |                             | internal         |
|                     |                             | perusahaan.      |
| Opportunity/Peluang | Strategi S-O                | Strategi W-O     |
| (O) Faktor Peluang  | Strategi yang menggunakan   | Strategi yang    |
| Eksternal           | kekuatan untuk memamfaatkan | memamfaatkan     |
|                     | peluang.                    | peluang untuk    |
|                     |                             | mengatasi        |
|                     |                             | ancaman.         |
| Threat/Ancaman (T)  | Strategi S-T                | Srategi W-T      |
| Faktor Ancaman      | Strategi yang menggunakan   | Strategi yang    |
| Eksternal           | kekuatan untuk mengatas     | meminimalkan     |
|                     | ancaman.                    | kelemahan dan    |
|                     |                             | menghindari      |
|                     |                             | ancaman.         |

(sumber: Freddy Rangkuti)

## 1). Strategi SO (Strenghth-Opportuniy)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal perusahaan (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*). Strategi ini dibuatberdasarkan keadaan yang ada

yaitu menggunakan segala kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebanyakbanyaknya

## 2). Sterategi ST (Ancaman-Kekuatan)

Strstegi ST merupakan perpaduan antara faktor internal (*Stength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini dirancang untuk mengatasi ancaman dengan menggunakan kekuatan perusahaan.

# 3). Strategi WO (Weaknesses-Opportunity)

Strategi Wo merupakan gabungan dari faktor internal (Kelemahan) dan eksternal (Pleuang) perusahaan, strategi ini diterapkan dengan cara meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan yang ada.

## 4). Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi WT merupakan perpaduan antara faktor internal (Kelemahan) dan faktor eksternal (ancaman) yang dilaksanakan dengan cara menghindari ancaman dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada.

#### B. UMKM

Secara umum pengertian umkm adalah unit usaha kecil atau mikro yang dikelola oleh perorangan atau pengusaha dan berdaarkankriteria komersial. Kriteria umkm dibagi menjadi beberapa kelompok yang meliputi usaha mikro, kecil, dan menengah. Menurut undang-undang usaha mikro dan kecil No.20. Tahun 2008 (UU UMKM). UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki olrh wasta atau usaha kecil disemua industri. Pada dasarnya perbedaan antara usaha mikro (UMI) Usaha kecil (UK).

Usaha menengah (UM) dan Usaha besar (UB) biasanya didasarkan pada nilai awal aset (tidak termasuk tahan dan bangunan) rata-rata perputaran tahunan. Atau jumlah karyawam tetap. Dari definisi UMKM diatas, penulis penyimpulkan bahwa UMKM adalah unit usaha kecil yang pendiri nya berdasarkan inisiatif individu atau unit usaha yang relative berskala kecil dan berperan penting dalam pembangunan ekonomo daerah, yang juga mencakup pencipta lapangan kerja.

Adapun berdasarkan dari pengertian diatas ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefenisikan pengertian Usaha Mikro, Kecil dan menengah. Pengertian-pengertian tersebut adalah :

#### 1. Usaha Mikro

Kriteria Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orangperorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang- Undang.

### 2. Usaha Kecil

Pengertian kecil dalam suatu usaha selalu relatif hubungannya dengan usaha menengah dan usaha besar. Definisi usaha kecil untuk setiap negara tidak sama tergantung kepada tingkat pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan suatu Negara. Pada umumnya tujuan pembinaan, kriteria usaha kecildidasarkan atas jumlah pegawai atau pekerja, jumlah investasi atau aset yang dipunyai, banyaknya volume usaha dalam satu tahun dan masalah dalam pemilikan yaitu bukan cabang atau dipunyai oleh usaha menengah atau besar.

## 3. Usaha Menengah

Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan ataubadan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usahabesar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang

#### **METODE PENELITIAN**

### A. Metode dan Jenis Penelitian

Dalam pelaksanaan pada penelitian ini, metode penelitian yangdigunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Lexy J. Meleong penelitian merupakan prosedur penelitian yang memanggil informasi secara mendalam yang menghasilkandata deskriptif data berupa kata-kata lisan langsung dari orang dan prilaku yang diambil.

### B. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana sebuah penelitian dilakukan, penetapan lokasi sangat perlu dilakukan karena untuk dipermudah menentukan lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Dalam lokasipenelitian harus sesuai dengan topik atau tema yang dipilih dalam penelitian.

## C. Jenis dan sumber data

Menurut lofland data terpenting dalam penelitian kualitatif adalah kata- kata dan tindakan. Selebihnya data tambahan dibutuhkan dua sumber data yaitu sumber data primer dan data sekunder.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fakta penelitian.

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

# A. Analisis Internal dan eksternal pada sentra industri olahan kedelai

Lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis dalam suatu lembaga usaha. Faktor-faktor yangmempengaruhi tersebut tidak hanya dari dalam lingkungan saja(internal) namun juga dari luar lingkungan (eksternal) juga. Lingkungan internal adalah faktor-faktor yang berada dalam kegiatan produksi dan langsung mempengaruhi proses produksi. Sedangkanlingkungan eksternal usaha yang berpengaruh tidak langsung terhadapkegiatan usaha. Lingkungan eksternal meliputi variabel-variabel diluarusaha yang dapat berupa tekanan umum dan trend didalam lingkunganusaha. Adapun variabel-varibel lingkungan eksternal yaitu: peluangdan ancaman. Suatu usaha atau bisnis dalam menjalankan usaha danjuga kebijakan yang telah ditetapkan pasti tidak selalu mulus dansesuai dengan apa yang diharapkan. Selain itu juga pasti ada hambatan dan juga rintangan yang akan menghampiri.

Tabel 4.2
Faktor Internal pada Sentra Industri Olahan kedelai

| No.                  | Faktor-faktor Internal                |  |  |
|----------------------|---------------------------------------|--|--|
|                      | Kekuatan (Strength)                   |  |  |
| 1.                   | Bahan baku yang digunakan berkualitas |  |  |
| 2.                   | Proses pembuatan relative mudah       |  |  |
| 3.                   | Menggunakan alat produksi yang modern |  |  |
| 4.                   | Harga yang terjangkau                 |  |  |
| 5.                   | Memberikan pelayanan yang baik        |  |  |
| Kelemahan (Weakness) |                                       |  |  |
| 1.                   | Keterbatasan modal                    |  |  |

| 2. | Kurangnya sumberdaya manusia         |
|----|--------------------------------------|
| 3. | Tempat produksi yang tidak strategis |

Identifikasi dari faktor internal diperlukan untuk menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan agar dapat memaksimalkan faktor kekuatan (kelebihan) dan meminimalisir faktor kelemahan(kekurangan) yang dimiliki oleh perusahaan.

Tabel 4.3
Faktor Eksternal pada Sentra Industri Olahan kedelai

| No.                     | Faktor-faktor Eksternal               |  |  |
|-------------------------|---------------------------------------|--|--|
| Peluang (Opportunities) |                                       |  |  |
| 1.                      | Usaha sejenis masih kurang            |  |  |
| 2.                      | Mengadakan promo dan diskon           |  |  |
| 3.                      | Menerapkan system COD dan PO          |  |  |
| Ancaman (Threaths)      |                                       |  |  |
| 1.                      | Tingkat persaingan dengan usaha lain  |  |  |
| 2.                      | Faktor cuaca dalam proses pengantaran |  |  |

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa faktor kekuatan dan peluang lebih dominan dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Berikut ini merupakan pengembangan dan interpretasi dari analisis SWOT untuk mendapatkan alternative dengan cara menggabungkan masing-masing faktor yakni strategi SO (Strengths-Opportunities), strategi WO (Weakness- Opportunities), strategi ST (Strength-Threaths), dan strategi WT (Weakness- Threaths). Dari hasilpenelitian, strategi dari matriks SWOT pada usaha Sentra Industri Olahan Kedelai

# **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan dalam wawancara yang dilakukan olehpeneliti dengan pihak informan dapat ditarik kesimpulan, bahwa :Analis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threath) pada usaha sentra industri adalah sebagai berikut :

- a). *Strengths* (kekuatan) yaitu bahan baku yang digunakan berkualitas, proses pembuatan relatif mudah, menggunakan alat produksi modern, harga terjangkau, dan memberikan pelayanan yang terbaik.
- b). *Weaknesses* (kelemahan) yaitu keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia, volume produksi masih kurang, dan tempat produksi yang tidak strategis.
- c). *Opportunities* (peluang) yaitu usaha sejenis masih kurang, mengadakanpromosi dan diskon dan menerapkan sistem POdan COD.
- d). Threath (ancaman) yaitu tingkat persaingan dengan usaha lain dan faktor cuaca.

# **DAFTAR REFERENSI**

#### Al-Qur'an

Departemen Agama RI, "Al- Qur'an dan Terjemaan," (Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu), 548

### Buku

Muti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2002). Arikunto, *Prosedur Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta 2006).

Fandy tjiptono, Manajemen Operasional (Jakarta: Gahlia Indonesia,

Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 2009. Orientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk Menghadapi Abad 21 (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005)

Hasna wijayati, *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis* (yogyakarta: quadran 2009).

Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989).

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017).

M. Fathur Rohman, Teknik Analisis Manajemen SWOT Untuk Menyusun KKP DIKLATPIM dan RENSTRA, (Malang, AFJ Mobicons, 2012), h. 13

Muhammad mursid, Manajemen Pemasaran (Jakarta : Bumi Aksara, 2003)

Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2005).

Sugiyono, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2016).

Suhasmi Arikunto, Prosedur Penelitian (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

Agustin Titin Ningsih dan Bella Arish dan Yuliana Safitri, *Statistik Deskriptif Dengan Program R* (sonpedia pub;ishing Indonesia, 2022).

Tulus t.h tambunan, "usaha mikro kecil dan menengah," bogor 2017.

# Jurnal, Skripsi dan Thesis

Aulia Ramadhani Lubis, "Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi untuk meingkatkan kinerja Frontliner di PT Bank sumut KCP syariah kisaran", 2021.

Erliningtias ,"Analisis SWOT untuk Meningkatkan Strategi Bersaing Pada Usahaa Della Laundry"(2020)

Ma'sullatul Akhlaq, "analisis SWOT pada Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Batu-Bata di Desa Sukokerto Kec.Sukowono Kab. Jember," 2022, 25.

Roudhoh Hayati Daulay<sup>"</sup> Analisis SWOT Terhadap Perkembangan Usaha Kipang Desa Hutabaru Kec. Siabu Kab. Mandailing Natal ,"(2018)

Tri Budiman ,"Analisis SWOT Pada Usaha Kecil dan Menengah Pada Percetakan Paradis Sekampung," (Skripsi 2017)

#### Sumber Lisan

Wawancara dengan Tuningah, Tangga 9 Februari 2023 di Tempat Usasa sentra industri olahan kedelai

Wawancara dengan Siddiq, Tanggal 24 Juni 2023 di Tempat Usaha sentra industri olahan kedelai

Wawancara dengan Jaenah, tanggal 25 juni 2023 di tempat usaha sentra industri olahan kedelai