

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN
ANALISIS *STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREATS*
PADA USAHA PELAMINAN DI GAMPONG KEUDE
KECAMATAN PEUDAWA RAYEUK**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

**NURFADILAH
Nim. 4022017085**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA
2022 M / 1444**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN
ANALISIS STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREATS PADA
USAHA PELAMINAN DI GAMPONG KEUDE KECAMATAN
PEUDAWA RAYEUK**

Oleh :

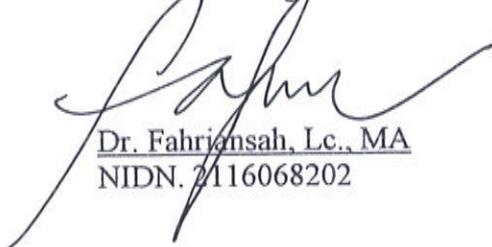
Nurfadilah

Nim : 4012017085

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 26 Juli 2022

Pembimbing I



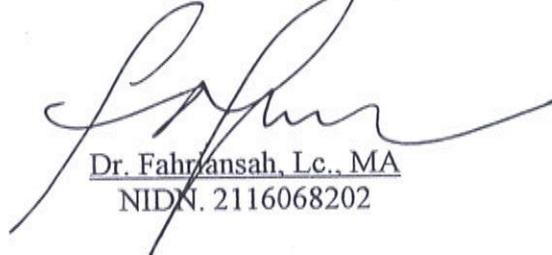
Dr. Fahransah, Lc., MA
NIDN. 2116068202

Pembimbing II



Nanda Safarida, ME
NIP. 198311122019032005

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Fahransah, Lc., MA
NIDN. 2116068202

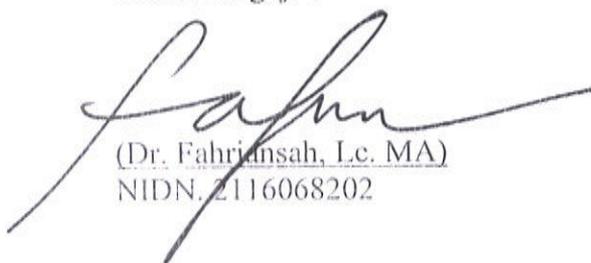
PENGESAHAN

Skripsi berjudul "*Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threats Pada Usaha Pelaminan Di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk*". Nurfadilah Nim 4022017085 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasahkan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 05 Agustus 2022. Skripsi ini telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 21 Agustus 2022

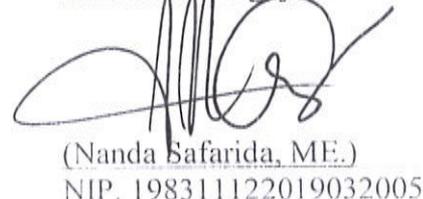
Panitia Sidang Munaqasah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Ketua/Penguji I



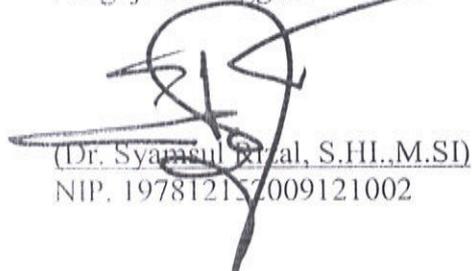
(Dr. Fahriansah, Lc. MA)
NIDN. 2116068202

Sekretaris/Penguji II



(Nanda Safarida, ME.)
NIP. 198311122019032005

Penguji III/Anggota



(Dr. Syamsul Rizal, S.HI., M.SI)
NIP. 197812152009121002

Penguji IV/Anggota



(Eni Haryani Bahri, ME)
NIP. 199108252020122021

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Prof. Dr. Iskandar, M.CI.
NIP. 19650616 1995031 002

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NURFADILAH

Nim : 4022017085

Tempat/tgl. Lahir : Seuneubok Barat, 02 Desember 1998

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Dusun Petua Amin Desa Gampong Jalan Kac. Idi Rayeuk
Kab. Aceh Timur

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “ **Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis Strength, Weakness Opportunity, Threats Pada Usaha Pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk** ” benar karya asli saya dan bukan hasil plagiasi, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 13 Juli 2022

Yang Membuat Pernyataan



NURFADILAH

ABSTRAK

Usaha pelaminan di Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk yang berdiri sejak tahun 1989. Dalam mengembangkan usahanya hingga saat ini, para pengusaha pelaminan sering mengalami kesulitan untuk bersaing dengan para kompetitornya di pasar yang lebih luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan pemetaan melalui analisis *strength, weakness, opportunity, threats* maka strategi pengembangan bisnis adalah seharusnya dilakukan natari pelaminan adalah dengan melakukan promosi yang lebih aktif lagi, memberikan bonus kepada pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan profesionalisme dalam pemberian jasa, menambah perlengkapan, mengikuti trend busana pengantin terkini. Sedangkan strategi pengembangan bisnis dilakukan Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan dengan menambah perlengkapan, mengikuti trend busana penganti terkini, baju adat dan memperbaiki komunikasi dengan para pegawainya.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, Pendekatan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats*, Usaha Pelaminan

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt yang telah memberi rahmat dan karunia kepada kita semua. Selanjutnya selawat beserta salam penulis sampaikan kepangkuan Nabi Muhammad Saw beserta keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membawa umat manusia dan alam jahiliyah ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah, penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: “*Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threats pada Usaha Pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk*” yang bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat yang diperlukan dalam memperoleh gelar sarjana pada Institut Agama Islam Negeri Langsa.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tiada terhingga atas bimbingan dan pengarahan serta bantuan dan berbagai pihak terutama kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Bapak Dr. H. Basri, MA.
Dekan, Para Dosen, serta seluruh Civitas Akademik yang banyak membantu penulis dalam menempuh pendidikan hingga selesai.
2. Fahriansah, Lc., M.A. selaku pembimbing pertama dalam penulisan skripsi ini.

3. Nanda Safarida, ME selaku pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktu dan kesempatan dalam mengkoreksi serta membimbing skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Terkhusus dan teristimewa buat orang tua saya yang telah membesarkan, mendidik, mengasuh serta memberi bantuan baik moril atau pun materil, serta kasih sayang sehingga kami menjadi anak yang shaleha serta taat perintah Allah Swt yang tiada batas sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
5. Tak terlupa pula seluruh sanak keluarga dan teman-teman yang telah membantu penulis baik berupa materi maupun non materi demi suksesnya studi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan namun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada, baik pengetahuan maupun pengalaman, dengan menggunakan literatur untuk memperoleh data ilmiah sebagai pendukung.

Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi pembaca guna menambah wawasan dan pengetahuan.

Langsa, 18 Agustus 2022

Penulis

Nurfadilah

DAFTAR ISI

COVER.
PERSETUJUAN
PENGESAHAN
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI
ABSTRAKSI (bahasa) i
ABSTRACT (bahasa inggris) ii
KATA PENGANTAR iii
TRANSLITERASI v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR LAMIRAN ix

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Identifikasi Masalah 6
1.3. Batasan Penelitian 6
1.4. Perumusan Masalah 7
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
1.6. Penjelasan Istilah 8
1.7. Sistematika Pembahasan 9

BAB II : TINJAUAN TEORITIS

2.1. Strategi 11
2.1.1. Pengertian Strategi 11
2.1.2. Manajemen Strategi 14
2.1.3. Tujuan Manajemen Strategi 14
2.1.4. Perencanaan Strategi 17
2.2. Bisnis 19
2.2.1. Pengertian Bisnis 19
2.2.2. Tujuan Bisnis 21
2.2.3. Bisnis Pelaminan 22
2.2.4. Strategi Pengembangan Bisnis 23

2.3.	Analisis SWOT.....	24
2.3.1.	Pengertian Analisis SWOT.....	24
2.3.2.	Pendekatan Kualitatif Matriks pada SWOT.	27
2.3.3.	Pendekatan Kualitatif Analisis pada SWOT.	29
2.4.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.5.	Kerangka Pemikiran.	35
BAB III : METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian.....	38
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.3.	Subjek Penelitian.....	39
3.3.	Sumber Data.....	40
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.	Teknik Analisa Data.....	41
3.6.	Teknik Pengecekan Keabsahan Data.	43
BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN		
4.1.	Gambaran Objek Penelitian	45
4.2.	Strategi Pengembangan Bisnis dengan menggunakan Pendekatan Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity,</i> <i>Threats</i> pada Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan.....	48
BAB V : PENUTUP		
5.1.	Kesimpulan.....	60
5.2.	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....		62
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengembangan usaha yang baik dimulai dari internal usaha itu sendiri. Meski dalam praktiknya banyak kendala yang dihadapi, maka dari itu di butuhkan strategi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut. Disisi lain, persaingan bisnis yang begitu ketat mengharuskan perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan, karena keberhasilan suatu produk akan bermuara pada kinerja pemasarannya.¹

Bisnis adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Barang dan jasa akan didistribusikan pada masyarakat yang membutuhkan. Dari kegitan distribusi inilah pelaku bisnis akan memperoleh keuntungan atau *profit*. Bisnis perdagangan merupakan salah satu faktor kemajuan ekonomi negara Indonesia. Bisnis perdagangan memiliki berbagai macam jenis transaksi misalnya jual beli. Dalam sebuah bisnis, jual beli tidak bisa dilepaskan dalam aktivitas perdagangan. Jual beli ini merupakan aktivitas yang sangat umum dilakukan. Hubungan interaksi manusia dalam aktivitas bisnis juga mengalami kemajuan yang sangat pesat.²

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan, baik karena pesaing

¹ Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020), h. 89.

² David, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Indeks, 2014), h. 67.

yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan.³

Suatu perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan-perubahan lingkungan bisnis yang berubah-ubah. Analisis SWOT sering digunakan untuk memformulasikan strategi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Dengan menggunakan analisis SWOT akan diperoleh beberapa alternatif strategi yang saling memiliki keterkaitan antar alternatif. Namun alternatif yang diperoleh perlu ditingkatkan karena kepentingan dari tiap alternatif berbeda. Dari beberapa alternatif harus ditentukan prioritas strategi yang akan digunakan.⁴

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan bisa lebih fokus, sehingga dengan penerapan analisis tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai perbandingan dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa yang akan datang. Dalam pencapaian tujuan, perusahaan harus mengambil keputusan yang tepat dan kegiatan-kegiatan

³ Jamaluddin, *Konsep-Konsep Manajemen* (Bandung: Media Press, 2013), h. 34.

⁴ Asiyah, *Analisis SWOT Tahun 2017 sebagai Pertimbangan Menetapkan Strategi Tahun 2018-2020* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018), h. 15.

yang mengarah pada pencapaian tujuan tersebut. Tolak ukur keberhasilan perusahaan adalah kemampuannya untuk dapat mengalokasikan dan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki untuk menangkap kesempatan (*opportunity*), menyikapi ancaman (*threat*) yang ada dalam usahanya, serta mengevaluasi lingkungan internal.⁵

Analisis SWOT tidak hanya digunakan di perusahaan-perusahaan dengan skala besar, akan tetapi juga bisa ditempatkan pada usaha mikro kecil menengah, sama halnya pada usaha-usaha jasa seperti pelaminan yang harus berkompetisi dalam usahanya seperti yang ada di Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk. Dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha pelaminan maka membutuhkan strategi usaha yang tepat dalam menghadapi persaingan usaha salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT.⁶

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan, saat ini terdapat 8 pelaku usaha yang bergerak di bidang pelaminan, salah satunya Natari Pelaminan yang beralamat di Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk yang berdiri sejak tahun 1989. Dalam mengembangkan usahanya hingga saat ini, Natari Pelaminan mengalami kesulitan untuk bersaing dengan para kompetitornya di pasar yang lebih luas. Kesulitan yang dialami Natari Pelaminan dalam mengembangkan usahanya dikarenakan semakin banyak pelaku usaha pelaminan yang bermunculan di wilayah Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk. Dari semua pesaing yang ada di wilayah Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk

⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 83.

⁶ Arif Yusuf, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM* (Jakarta: Media Group, 2016), h. 112.

menunjukkan bahwa posisi Natari Pelaminan termasuk yang paling lengkap dari berbagai alat rias maupun busananya, akan tetapi saat ini, konsumen banyak mencari pelaminan yang lebih modern dan sudah kurang tertarik dengan busana maupun model tata rias klasik yang ada di Natari Pelaminan. Untuk menghadapi pesaing sesama bisnis yang semakin ketat, maka dari itu Natari Pelaminan mengikuti perkembangan terbaru dan modern baik itu dari segi dekorasi, baju-baju adat, hiasan dan sunting terbaru dan juga pelaminan terbaru.⁷

Selain usaha Natari Pelaminan yang beralamat di Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk terdapat juga usaha Yanti pelaminan yang sudah berdiri sejak tahun 2011, usaha Yanti pelaminan walaupun masih tergolong baru akan tetapi usahanya banyak diminati pelanggan dan maju dikalangan pelaminan lainnya yang berada di Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk. Padahal usaha Yanti pelaminan tidak jauh berbeda dengan usaha pelaminan lainnya seperti usaha Natari Pelaminan yang lebih lengkap dari pada usaha Yanti pelaminan. Namun, usaha Yanti pelaminan yang lebih maju dan diminati oleh konsumen karena mempunyai kelebihan lebih cantik dalam menghias dan mendekorasi. Selain itu yang menjadi daya tarik konsumen pada usaha Yanti pelaminan ia membuat bermacam model pelaminan, dekorasi yang modern dengan mengikuti trend terbaru. Dalam melakukan kegiatan promosi Yanti pelaminan memasarkan produk dan jasanya melalui media sosial dan sangat aktif dalam memasarkan produknya. Saat melayani para konsumen Yanti pelaminan memberikan

⁷ Hasil wawancara awal dengan Pemilik Usaha Natari Pelaminan di Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk.

pelayanan dengan ramah, sopan dalam melayani dan menanggapi permintaan konsumen.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Natari Pelaminan untuk memasarkan produk pada awalnya hanya melalui mulut kemulut namun dalam waktu 2 tahun terakhir Natari mulai merambah dunia media sosial meski kurang aktif dalam memasarkan produknya. Saat melayani para konsumen Natari Pelaminan memberikan pelayanan dengan ramah, sopan dalam melayani dan menanggapi permintaan konsumen. Dalam hal pekerjaan seperti pemasangan pelaminan, tenda, make up Natari pelaminan melakukan secara maksimal. Akan tetapi dengan bermunculan pesaing sesama pelaminan Natari Pelaminan dalam beberapa tahun ini menunjukkan jumlah konsumen yang menurun. Selama ini usaha Natari Pelaminan dan Yanti belum pernah melakukan analisis terhadap dampak usaha baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Sehingga usaha Natari Pelaminan dan Yanti pelaminan tidak dapat menentukan strategi apa yang harus dilakukan untuk menghadapi persaingan dengan usaha pelaminan lain. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman produk atau model serta sistem yang di jalankan usaha Natari Pelaminan dan Yanti dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. SWOT menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian di kelompokkan menurut kontribusi masing-masing. Dengan demikian, dengan analisis SWOT ini dapat diketahui hal- hal yang dapat dipertimbangkan untuk

memperkuat posisi di pasar untuk kemajuan berkembangnya usaha Natari Pelaminan.⁸

Maka dari sinilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* pada Usaha Pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk.

1.2. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat di identifikasikan permasalahannya sebagai berikut:

1. Pemilik usaha pelaminan belum mempunyai strategi khusus dalam mengembangkan usahanya.
2. Pemilik usaha pelaminan belum memaksimalkan dalam mempromosikan dan memasarkan produk-produknya, sehingga banyak kalangan masyarakat atau konsumen belum mengetahui kelebihan dan kekuatan dari usaha pelaminan.

1.3. Batasan Penelitian

Agar permasalahan dalam penulisan skripsi ini tidak meluas, maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian dengan :

1. Strategi mengembangkan bisnis dengan pendekatan *strength, weakness, opportunity, threats*.

⁸ Hasil wawancara penulis dengan Pemilik Usaha Natari Pelaminan di Gampong Keude Kec. Peudawa Rayeuk.

2. Meningkatkan kekuatan dan memberikan kelebihan-kelebihan yang terbaik kepada konsumen pada 2 objek penelitian yakni Natari pelaminan dan Yanti Pelaminan.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian yang berupa:

Bagaimana strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoretis

1. Diharapkan menjadi sebuah tambahan ilmu untuk mahasiswa khususnya bidang ekonomi syariah mengenai strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada Usaha Pelaminan
2. Sebagai pendorong bagi peneliti yang lain apabila ingin meneliti tema yang sama namun dengan fokus yang berbeda.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pedoman serta mengembangkan teori mengenai strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada Usaha Pelaminan pada Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan.

1.6. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari dari pemahaman yang berbeda oleh para pembaca dalam memberikan penafsiran serta untuk memudahkan dalam memahami maksud dari judul proposal skripsi ini perlu dijelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

- a. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁹
- b. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan latihan.
- c. Bisnis adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen.¹⁰
- d. Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi

⁹ M. Manulang, *Manajemen Strategi* (Medan: Perdana Publishing, 2016), h. 16.

¹⁰ Rahmani, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 17.

dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing.¹¹

- e. Bisnis pelaminan ialah unsur-unsur pelaminan dan menawarkannya kepada konsumen-konsumen. Pembisnis mejaminan keahlian dalam pelayanan secara efektif, efisien, dan praktis sehingga memberi jaminan kepada konsumen

1.7. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai isi skripsi, yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori yang diperoleh melalui tinjauan pustaka dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian yang telah ditetapkan dan diperoleh melalui penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik pengecekan keabsahan data dan metode penulisan.

¹¹Muhammad Ridwan, Analisis SWOT (Jakarta: Media Press, 2014), h. 43.

BAB IV Pembahasan dan Hasil Penelitian

Bab ini menguraikan deskripsi objek penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti, juga menguraikan tentang strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis yang ditetapkan berlandaskan pada teori-teori yang ada dan penelitian terdahulu sehingga memungkinkan untuk penarikan kesimpulan.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir sekaligus menjadi penutup dari skripsi ini. Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Strategi

2.1.1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti *strategos* yang artinya komandan militer. Saat ini kata strategi digunakan dalam berbagai bidang antara lain manajemen, perdagangan dan olahraga.¹² Strategi saat ini sudah menjadi perbincangan yang sangat umum dan didefinisikan sedemikian rupa untuk kepentingan perusahaan ataupun organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Makna yang terkandung dalam strategi adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.¹³

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*. Strategi juga diartikan sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan,

¹² Amirullah, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), h. 4.

¹³ M. Manullang, *Manajemen Strategi* (Medan: Perdana Publishing, 2016), h. 17.

yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.¹⁴

Selain itu, strategi juga didefinisikan sebagai cara menuntun perusahaan pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas manajerial, tanggung jawab organisasi, dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan strategi dan operasional pada seluruh tingkat hirarki dan melewati seluruh lini bisnis dan fungsi otoritas perusahaan. Perencanaan strategi merupakan suatu proses manajemen yang sistematis yang didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan atas program-program yang akan di laksanakan oleh organisasi dan perkiraan sumber daya yang akan di alokasikan dalam setiap program selama beberapa tahun mendatang.¹⁵

Dapat disimpulkan, strategi adalah suatu kesatuan rencana perusahaan atau organisasi yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan. Strategi mengacu pada perumusan tugas, tujuan, dan sasaran organisasi, strategi kebijakan dan program pokok untuk mencapainya, dan metode yang dibutuhkan untuk menjamin bahwa strategi telah diimplementasikan untuk mencapai tujuan akhir organisasi.¹⁶

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe diantaranya:

- a. Strategi manajemen merupakan suatu ilmu dan seni merumuskan, mengimplementasikan, mengevaluasi keputusan-keputusan yang membuat suatu organisasi dapat mencapai tujuannya. strategi yang

¹⁴ Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 24.

¹⁵ *Ibid.*, h. 25.

¹⁶ George A. Steiner dan Jhon B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2017), h. 6.

dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan sebagainya.

- b. Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan lain sebagainya.
- c. Strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha/perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan strategi, pelaksanaan rencana-rencana yang di rancang untuk mencapai sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang. variabel ini di ukur dengan 3 dimensi yaitu differentiation, low cost, dan focus strategy.¹⁷ Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategik, strategi tidak di definisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan karena strategi dalam konsep manajemen strategik mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri (melalui berbagai keputusan startegik (*strategic decision*) yang dibuat oleh

¹⁷Mahmud dan Anomsari, *Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis dalam peningkatan kinerja perusahaan (studi pada usaha kecil menengah di kawasan usaha barito semarang), seminar nasionar teknologi informasi dan komunikasi terapan 2011 (semantik 2011), 2011, h. 3.*

manajemen perusahaan) yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan bersaing perusahaan.¹⁸

2.1.2. Manajemen Strategi

Manajemen strategi (*strategi management*) dapat didefinisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Manajemen strategi berfokus pada pengintegrasian manajemen, pemasaran, keuangan, dan akuntansi, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk memperoleh kesuksesan organisasi.¹⁹

Definisi para ahli tentang manajemen strategi ialah:

- a. Menurut David, manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai tujuannya.
- b. Menurut Kethen, menyatakan manajemen strategi sebagai analisis, keputusan dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif.²⁰

Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah merupakan suatu ilmu yang membantu manajerial membuat keputusan terbaik agar tujuan perusahaan, organisasi atau masyarakat tercapai. Dan didalam bisnis sendiri

¹⁸ Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen.*, h. 69.

¹⁹ George A. Steiner dan Jhon B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen.*, h. 10.

²⁰ *Ibid.*, h. 12.

pentingnya manajemen strategi yang baik agar segala program yang telah dibuat berjalan dengan baik.²¹

Ada beberapa hal penting terkait dengan manajemen strategi yaitu sebagai berikut:

- 1) Manajemen strategi merupakan suatu proses terencana yang melibatkan seluruh department mulai dari pimpinan tertinggi sampai karyawan terbawah.
- 2) Dalam menetapkan tujuan strategi maka sesuai dengan visi dan misi dari suatu perusahaan agar dapat mencapai tujuan dalam jangka pendek maupun panjang.
- 3) Untuk menjalankan strategi demi mencapai customer value terbaik menggunakan proses yang sesuai dengan tujuan.
- 4) Dalam melakukan strategi harus ada evaluasi karena untuk mengetahui apakah hasil yang telah dicapai sesuai dengan rencana dan perkembangan terbaru.²²

2.1.3. Tujuan Manajemen Strategi

Dalam suatu organisasi perlu dibentuk Tim manajemen yang hebat, untuk mencapai suatu tujuan perusahaan, dan membentuk Manajemen Strategi yang baik. Tujuan manajemen strategi dibentuk diantara:

²¹ Michael, *Manajemen Strategi, Edisi Pertama* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 6.

²² Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 31.

- a. Menjelaskan konsep manajemen strategis.
- b. Menjelaskan bagaimana keputusan strategi berbeda dengan keputusan lain yang dibuat oleh manajer.
- c. Menyebutkan manfaat dan resiko dari pendekatan partisipatif dalam pengambilan keputusan strategis.
- d. Memahami jenis-jenis keputusan strategi yang merupakan tanggungan jawab para manajer di tingkat yang berbeda di perusahaan.
- e. Menghargai pentingnya manajemen strategi sebagai suatu proses.
- f. Memberikan contoh-contoh keputusan strategi yang baru-baru di buat oleh perusahaan.²³

Sedangkan manfaat dari manajemen strategi adalah:²⁴

1. Dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahaan lebih cepat dan lebih tepat.
2. Menjadi lebih peka dalam menjawab ancaman yang datang dari luar perusahaan.
3. Membuat keputusan terbaik dikarenakan interaksi kelompok mengumpulkan berbagai strategi yang lebih besar.
4. Kerjasama dalam tim karyawan di dalam perumusan strategi akan dapat memperbaiki pengertian mereka atas penghargaan produktivitas di dalam setiap perencanaan strategi dan dengan demikian dapat mempertinggi motivasi kerja mereka.

²³ M. Manullang, *Manajemen Strategi.*, h. 31.

²⁴ Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: ANDI, 2017), h. 115.

5. Organisasi yang menggunakan konsep manajemen strategi akan lebih profitable (menguntungkan) dan lebih berhasil daripada yang tidak menerapkannya.

2.1.4. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategis (*Strategic Planning*) merupakan sebuah instrument manajemen. perencanaan strategic bertujuan untuk membantu organisasi menjalankan tugasnya dengan baik, memfokuskan sumber daya organisasi, menjamin elemen organisasi untuk menuju pengembangan yang baik, menilai dan menyesuaikan arah organisasi dalam merespon sebuah perubahan lingkungan. Untuk kepentingan jangka pendek, perencanaan strategis merupakan sebuah usaha yang disiplin untuk memproduksi keputusan dan aksi yang fundamental yang akan menguatkan dan memberikan panduan sebuah organisasi terhadap apa yang akan dilakukan dan bagaimana hal tersebut dilakukan dengan berfokus pada masa depan yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi.²⁵

Perencanaan jangka Panjang pada umumnya dimaknai sebagai pengembangan perencanaan untuk mencapai sebuah tujuan atau serangkaian Tujuan untuk beberapa tahun dengan asumsi bahwa pengetahuan saat ini tentang kondisi masa depan cukup memadai dan layak sehingga mampu memberikan keyakinan tingkat kelayakan atas perencanaan diimplementasikan nanti. Lingkungan sektor publik mulai sering berubah-ubah melalui cara yang sulit diprediksikan. Perencanaan strategis kemudian lebih menekankan pentingnya

²⁵ Alek D. Triyana, *Menerapkan Strategi Marketing di Indonesia* (Jakarta: Marketing Seminar, 2015), h. 65.

pengambilan keputusan yang akan memberikan keyakinan akan kemampuan organisasi dalam merespon perubahan lingkungan dengan sukses.

Tujuan strategi memuat secara jelas arah mana yang akan dituju atau diinginkan organisasi, yang merupakan penjabaran lebih lanjut atas misi yang telah ditetapkan. Dengan ditetapkan Tujuan strategis, maka dapat diketahui secara jelas apa yang harus dilaksanakan oleh organisasi dalam memenuhi visi dan misinya untuk periode satu sampai lima tahun kedepan. Pada prinsipnya, terdapat beberapa langkah yang lazim dalam melakukan perencanaan strategis yaitu merumuskan visi dan misi organisasi, melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal dengan melihat lingkungan strategis organisasi, merumuskan Tujuan dan sasaran dan merumuskan strategi untuk mencapai Tujuan dan sasaran.²⁶

Sasaran strategis merupakan penjabaran lebih lanjut dari misi dan Tujuan, yang merupakan bagian integral dalam proses pencapaian kinerja yang diinginkan. Fokus utama penentuan sasaran ini adalah tindakan dan alokasi sumber daya organisasi dalam kaitannya dengan pencapaian kinerja yang diinginkan. Pada masing-masing sasaran tersebut ditetapkan program kinerja yang mendukung pencapaian sasaran tersebut. Program merupakan kumpulan kegiatan-kegiatan yang sistematis dan terpadu guna mencapai sasaran dan Tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan untuk merealisasikan program yang telah ditetapkan dan merupakan

²⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2016), , h. 22.

cerminan dari strategi konkrit untuk diimplementasikan dengan sebaik-baiknya dalam rangka mencapai Tujuan dan sasaran.²⁷

Analisis lingkungan tersebut merupakan landasan utama bagi identifikasi sebagai kekuatan dan kelemahan serta berbagai peluang beserta tantangan yang pada tahap selanjutnya akan dipergunakan sebagai dasar untuk memperoleh isu-isu strategis yang dihadapi organisasi. Sasaran strategis merupakan penjabaran lebih lanjut dari misi dan Tujuan, yang merupakan bagian integral dalam proses pencapaian kinerja yang diinginkan. Focus utama penentuan sasaran ini adalah tindakan dan alokasi sumber daya organisasi dalam kaitannya dengan pencapaian kinerja yang diinginkan. Pada masing-masing sasaran tersebut ditetapkan program kinerja yang mendukung pencapaian sasaran tersebut. Program merupakan kumpulan kegiatan-kegiatan yang sistematis dan terpadu guna mencapai sasaran dan Tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan untuk merealisasikan program yang telah ditetapkan dan merupakan cerminan dari strategi konkrit untuk diimplementasikan dengan sebaik-baiknya dalam rangka mencapai Tujuan dan sasaran.²⁸

2.2. Bisnis

2.2.1. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah sebuah usaha, dimana setiap orang atau kelompok harus siap untung dan siap rugi, bisnis tidak hanya tergantung dengan modal uang, tetapi

²⁷ Usman Effendi, *Asas Manajemen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 20.

²⁸ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Press, 2012), h. 30.

banyak faktor yang mendukung terlaksananya sebuah bisnis, misalnya: reputasi, keahlian, ilmu, sahabat, dan kerabat dapat menjadi modal bisnis.

Menurut Brown dan Petrello bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Menurut Hughes dan Kapoor bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan usaha (bisnis) yang lengkap akan membentuk kelompok-kelompok kegiatan menurut fungsinya, sehingga masing-masing kelompok kegiatan tersebut dinamakan fungsi bisnis.

Berdasarkan definisi tersebut diatas, dapat dikemukakan bahwa kegiatan bisnis itu dapat dilakukan secara individu maupun kelompok yang terorganisasi dalam suatu institusi, dengan tujuan menghasilkan atau memasarkan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat. Oleh karena itu sebenarnya kegiatan bisnis meliputi 2 hal utama yaitu:

- a) Proses produksi
- b) Pemasaran barang dan jasa. Jadi, bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan baik dengan cara berkelompok maupun dengan cara individu dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memasarkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.²⁹

²⁹ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), h. 109.

2.2.2. Tujuan Bisnis

Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis dari bisnis yang mereka lakukan, dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian dari perusahaan (produksi, pemasaran, personalia) yang akan menentukan kinerja dalam jangka panjang.

Sumber daya ekonomi yang dikelola secara efektif dan efisien dengan berbagai aktivitas bisnis bertujuan yaitu:

- a) Menciptakan dan pengadaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh manusia, baik individu, komunitas maupun masyarakat.
- b) Mendapatkan pendapatan yang diinginkan lebih besar daripada biaya atau ongkos yang telah dikeluarkan oleh pengelola bisnis.
- c) Menciptakan nilai tambah bagi pengelola bisnis dan masyarakat.
- d) Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.
- e) Meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh pihak-pihak yang terlibat.³⁰

Agar tetap beroperasi dan memiliki kelangsungan hidup, setiap bisnis harus memiliki tujuan. Ada berbagai tujuan dari suatu bisnis, namun umumnya tujuan bisnis meliputi:

1. *Profit* (keuntungan)
2. Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan
3. Pertumbuhan perusahaan
4. Tanggung jawab sosial.

³⁰ Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 11.

Tujuan bisnis ini yaitu *profit*/keuntungan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan tanggung jawab sosial saling terkait, karena keuntungan perusahaan digunakan untuk mempertahankan hidup perusahaan dan menumbuh kembangkan perusahaan serta merupakan bukti tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat.³¹

2.2.3. Bisnis Pelaminan

Bisnis jasa *Wedding Organizer* (*Wedding planner*) atau penyelenggara acara pernikahan merupakan sebuah bisnis baru di abad 21. Jasa penyelenggaraan pernikahan ini mulai tumbuh menjadi sebuah lahan industri bisnis di era tahun 1920 an di Amerika Serikat. Selanjutnya meluas ke kawasan Eropa dan Negara-negara lain termasuk Indonesia. *Wedding Organizer* adalah sebuah bisnis yang menyediakan jasa pelayanan yang membantu calon-calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan pelaksanaan serangkaian acara pernikahan sesuai dengan jadwal dan budget yang ditetapkan. *Wedding organizer* mewujudkan pernikahan yang terkonsep dan terorganisir, tugas utama sebuah *Wedding Organizer* adalah menyiapkan segala hal yang diperlukan dalam sebuah peralatan pernikahan, sehingga setiap detail yang diperlukan dalam pernikahan terwujud sempurna.

Wedding Organizer (WO) merupakan bagian dari *event Organizer* (EO) Peluang bisnis (WO) berbanding positif dengan masa pernikahan dalam kehidupan. Masyarakat Indonesia memiliki tradisi menggelar acara pernikahan menjelang lebaran Idul Fitri dan lebaran Haji (Idul Adha). Pada saat *Wedding*

³¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 28.

Organizer yang biasa melayani semua kebutuhan pernikahan atau yang mempunyai konsep *One Stop Service Wedding*. Calon konsumen cukup datang pada satu tempat dan *Wedding Organizer* yang dituju dapat menyediakan semua urusan pernikahan seperti pemilihan gedung resepsi, tata rias pengantin, catering, foto dan video shooting, dekorasi, mobil pengantin maupun souvenir pernikahan. Pada saat kebutuhan akan jasa *Wedding Organizer* semakin meningkat baik itu di kota-kota besar maupun kota-kota kecil. Bisnis *Wedding Organizer* adalah bisnis yang menjanjikan, karena setiap orang mempunyai keinginan untuk menyelenggarakan pernikahan yang indah juga berkesan.³²

2.2.4. Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi dalam pengembangan bisnis ialah sebagai berikut:

a. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun wilayah area geografis pasar yang baru.

b. Strategi pengembangan produk

Perusahaan berusaha bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru.

³² Agung Setiajati, *Implementasi Sistem Informasi Jasa Wedding Organizer* (Jakarta: Pustaka Utama, 2014), h. 90.

c. Startegi inovasi

Startegi inovasi merupakan strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atau produk atau jasa baru.

Pada dasarnya untuk melakukan pengambilan keputusan dalam pengembangan perlu adanya strategi. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang tepat yaitu dengan adanya analisis SWOT yang merupakan akronim dari *strength* yang berarti kekuatan, *Weaknes* yang berarti kelemahan yang dimiliki perusahaan, *opportunities* yang berarti peluang dan *threat* yang berarti ancaman lingkungan yang dihadapinya. Analisis SWOT merupakan penilaian terhadap hasil identifikasi situasi strategi perusahaan, untuk menentukan apakah suatu konidisi dikategoriakan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman.³³

2.3. Analisis SWOT

2.3.1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT menyediakan kerangka yang baik untuk meninjau ulang strategi, arah dan posisi suatu perusahaan, produk, orang atau proyek. Analisis SWOT juga dapat dilakkukan pada satu produk, jasa, dan layanan suatu perusahaan atau bahkan perorangan.³⁴

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah sumber daya yang memberikan suatu keunggulan kompetitif dan kemampuan kepada perusahaan atau perseorangan

³³ M. Husni, *Manajemen Strategi* (Jakarta: DIPA, 2019), h. 16.

³⁴ Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Media Press, 2014), h. 19.

mempertahankan posisinya dengan melakukan aktivitas pada tingkat yang sama.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah suatu yang tidak dilakukan dengan baik oleh perusahaan, atau perusahaan tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kecenderungan lingkungan yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja suatu organisasi, divisi perusahaan, fungsi-fungsi perusahaan, serta produk dan jasa perusahaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah suatu kecenderungan lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat merugikan posisi organisasi perusahaan, divisi perusahaan, produk dan jasa.³⁵

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 sisi yang berbeda. Hasil dari analisis biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis ini

³⁵ *Ibid.*, h. 20.

berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.³⁶

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.³⁷

Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang

³⁶ Irham Fahmi, *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 347.

³⁷ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), h. 109.

membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.³⁸

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor eksternal ini mempengaruhi opportunities and threats (O dan T).

Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi- kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry (*industry environment*) dan lingkungan bisnin makro (*macroenvironment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

2. Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W).

Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (*corporate culture*).³⁹

2.3.2. Pendekatan Kualitatif Matriks pada SWOT

Pendekatan kualitatif matriks pada SWOT sebagaimana dikembangkan oleh Kearns menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas kotak faktor

³⁸ Husain Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h. 86.

³⁹ Pontas M. Pardede, *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 28.

eksternal (peluang dan tantangan) sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah faktor internal kekuatan dan kelemahan. Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal.⁴⁰

Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Alternatif strategis adalah hasil dari matriks analisis SWOT yang menghasilkan berupa Strategi SO, WO, ST, WT. Alternatif strategi yang dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis matriks SWOT.⁴¹

Tabel 2.1.
Matriks SWOT Kearns

<i>Eksternal</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
<i>Internal</i>		
<i>Strength</i>	<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
<i>Weakness</i>	<i>Disvestment/ Investment</i>	<i>Demage Control</i>

Sumber: Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis

Keterangan: Sel A : *Comperative Advantege* (menyatukan pilihan). Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat. Sel B :

⁴⁰ Mudraja Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2015), h. 51.

⁴¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik membedah Kassung Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) h. 19.

Mobilization (mobilisasi) sel ini merupakan interaksi antara ancaman dan kekuatan. Disini harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian dapat merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang. Sel C: *Divestment/Investmen* (melepas/menggarap) sel ini merupakan interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi ini memberikan suatu pilihan pada situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat menyakinkan namun tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk menggarapnya. Pilihan keputusan yang diambil adalah (melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain) atau mamaksakan menggarap peluang itu (investasi). Sel D: *Damage Control* (mengendalikan kerugian) sel ini merupakan kondisi yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan antara kelemahan organisasi dengan ancaman dari luar, dan karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi organisasi. Strategi yang diambil adalah *Samage Control* (mengendalikan kerugian) sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.⁴²

2.3.3. Pendekatan Kualitatif Analisis pada SWOT

Pendekatan kualitatif analisis pada SWOT Matriks evaluasi faktor internal dan eksternal *Internal Faktor Evaluation IFE Matrix* dan *External Factor Evaluation-EFE Matrix* merupakan alat bantu dalam merangkum dan mengevaluasi informasi eksternal yang meliputi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan

⁴² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 19.

persaingan. Data SWOT kualitatif diatas dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya.⁴³

2.4. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Nurul Khamidah	Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis Swot dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Usaha Sprei Lukis Bali “Mustika” di Kabupaten Batang	Kualitatif	Analisis strategi pengembangan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam yang diterapkan pada usaha tersebut sesuai dengan perspektif ekonomi Islam atau berpedoman pada kitab suci al-qur’an dan sabda Rasulullah saw namun dalam analisis menggunakan matriks SWOT bahwa formulasi strategi yang tepat untuk mengatasi terjadinya fluktuatif pada usaha sprei lukis Bali “Mustika” di Kabupaten Batang adalah meningkatkan strategi pengembangan untuk semua jenis produk yang ditawarkan kepada pelanggan, menerapkan strategi penentuan harga yang tepat, menentukan tempat yang strategis serta menerapkan strategi promosi

⁴³ *Ibid.*, h. 52.

				yang efektif sesuai perkembangan zaman sekarang.
2	Adriel Koswanto	Strategi Pengembangan Bisnis pada PT. Putrasean Rubber Industri	Kualitatif	Penjabaran lingkungan internal menggunakan analisis fungsi pemasaran, keuangan, operasional, dan sumber daya manusia. Analisis lingkungan eksternal menggunakan Porter's Five Forces. Selanjutnya dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk memberikan alternatif strategi bagi perusahaan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi perusahaan adalah strategi kepemimpinan berbiaya rendah (tipe 1 dan tipe 2).
3	Muhammad Andika	Penerapan Analisis Swot sebagai Strategi Pengembangan PT Al Mucthar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam	Kualitatif	Hasil penelitian didapatkan bahwa posisi perusahaan PT AL-Mucthar berada di kuadran I artinya dapat menggunakan strategi agresif dengan cara menggunakan faktor dari Streang-Opportunity (S-O) sebagai strategi pengembangan bisnisnya. Kemudian dari prespektif Islam PT AL-Mucthar telah menjalankan strategi pengembangan bisnis secara Islam yang dilihat dari prinsip yang bersifat universal seperti shiddiq, kreatif, berani, percaya diri, tabligh, istqomah
4	Kusuma	Analisis Strategi Pemasaran Usaha	Kualitatif	Dari Analisis SWOT, yang menggunakan Matriks EFAS,

		Jasa Dekorasi Pernikahan UD. Sarwo Nugroho di Kabupaten Jember		matriks IFAS, Matriks SWOT, dan Matriks IE (Internal-Eksternal), faktor eksternal dengan skor tertinggi yang mempengaruhi perkembangan UD. Sarwo Nugroho adalah faktor peluang yaitu memiliki konsumen loyal, sedangkan ancaman tertinggi yaitu persaingan di kabupaten Jember. Faktor internal dengan skor tertinggi adalah faktor kekuatan yaitu harga fleksibel, sedangkan kelemahan dari UD. Sarwo Nugroho adalah promosi kurang. Hasil analisis data pada tahap pencocokan dengan menggunakan Matriks internaleksternal dan analisis SWOT menunjukkan bahwa UD. Sarwo Nugroho berada pada sel V, dimana sel V digambarkan sebagai kondisi tumbuh dan mempertahankan, maka strategi yang tepat untuk UD. Sarwo Nugroho ini adalah strategi pengembangan produk.
5	Khusniatul Mazidun Nikmah	Analisis Swot terhadap Strategi Pengembangan Usaha pada Kurnia Sari Katering Semarang dan ditinjau dari segi Bisnis Islam	Kualitatif	Matrik IFAS menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2.99, hal ini mengidentifikasi bahwa usaha Kurnia Sari Katering berada diposisi internal yang kuat, dimana usaha ini memiliki kekuatan baik dari segi produk. Selanjutnya didalam matrik Efas menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3.24, hal ini mengidentifikasi

				<p>bahwa usaha Kurnia Sari Katering tersebut merespon diketahui setelah menggengkan kekuatan dengan peluang dan strategi SO, maka diperoleh untuk mempertahankan rasa yang enak dan penataan yang rapi. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran. Dan pada strategi ST diperoleh hasil Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan menambah tenaga kerja. Begitu pula dengan strategi WO diperoleh hasil untuk meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial, menambah tenaga kerja. dan terakhir yaitu strategi WT yaitu mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan dan menetapkan harga sesuai pasar atau konsumen</p>
--	--	--	--	--

Persamaan dan perbedaannya :

1. Persamaan penelitian Nurul Khamidah dengan peneliti ialah sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Sedangkan perbedaannya, jika Nurul Khamidah memfokuskan penelitiannya terhadap strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi Islam pada usaha spreilukis, peneliti sendiri memfokuskan penelitiannya terhadap strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada usaha pelaminan.

2. Persamaan penelitian Adriel Koswanto dengan peneliti ialah sama-sama meneliti mengenai strategi dalam mengembangkan bisnis. Sedangkan perbedaannya, jika Adriel Koswanto memfokuskan penelitiannya terhadap strategi dalam mengembangkan bisnis, peneliti sendiri memfokuskan penelitiannya terhadap strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada usaha pelaminan.
3. Persamaan penelitian Muhammad Andika dengan peneliti ialah sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan bisnis dengan analisis SWOT. Sedangkan perbedaannya, jika Muhammad Andika memfokuskan penelitiannya terhadap strategi pengembangan bisnis dengan analisis SWOT pada usaha travel dalam perspektif ekonomi Islam, peneliti sendiri memfokuskan penelitiannya terhadap strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada usaha pelaminan.
4. Persamaan penelitian Kusuma dengan peneliti ialah sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan usaha. Sedangkan perbedaannya, jika Kusuma memfokuskan penelitiannya terhadap strategi dalam pemasaran usaha jasa dekorasi pernikahan, peneliti sendiri memfokuskan penelitiannya terhadap strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* pada usaha pelaminan.

5. Persamaan penelitian Khusniatul Mazidun Nikmah dengan peneliti ialah sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan bisnis dengan analisis SWOT. Sedangkan perbedaannya, jika Khusniatul Mazidun Nikmah memfokuskan penelitiannya terhadap strategi pengembangan bisnis dengan analisis SWOT pada usaha catering ditinjau dari segi bisnis Islam, peneliti sendiri memfokuskan penelitiannya terhadap strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis *strength*, *weakness*, *opportunity*, *threats* pada usaha pelaminan.

2.5. Kerangka Pemikiran

Teori yang digunakan teori analisis SWOT yang dikemukakan oleh Pearce dan Robinson yang mengatakan bahwa analisis SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategik yang berhasil.⁴⁴

Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi

⁴⁴ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), h. 109.

perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan.⁴⁵

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor eksternal ini mempengaruhi *opportunities and threats* (O dan T).

Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry (*industry environment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

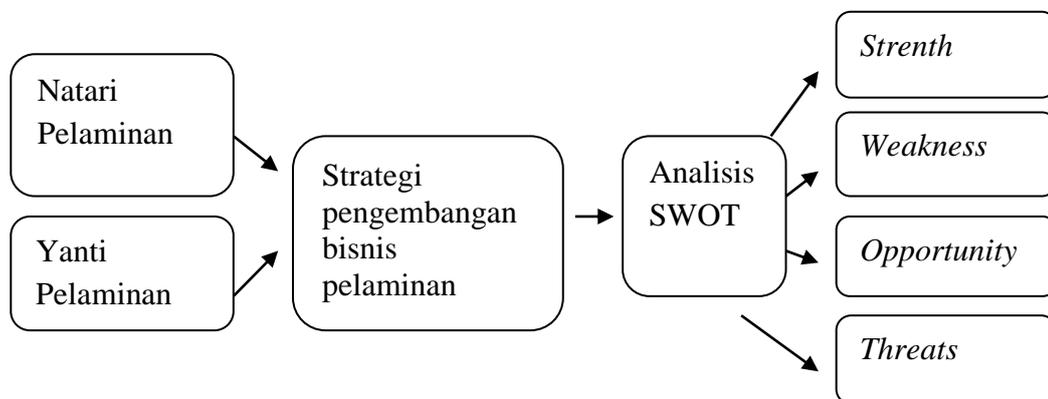
2. Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan.

⁴⁵ Pearce Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian* (Bandung: Cempaka, 2012), h. 231.

Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

Analisis SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.⁴⁶

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



⁴⁶ Mudraja Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2015), h. 51.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *field research* (lapangan). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana mestinya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Metode analisis dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada saat tertentu. Penulis pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin mengetahui dan mendapatkan kedalaman informasi berkaitan dengan topik.⁴⁷ Di dalam penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk mencari unsur-unsur, ciri-ciri sifat-sifat suatu fenomena. Metode ini dimulai dengan mengumpulkan data dan menganalisis data. Metode deskriptif dalam pelaksanaannya dilakukan melalui teknik survey, studi kasus (bedakan dengan suatu kasus), studi komparatif, studi tentang waktu dan gerakan, analisis tingkah laku, analisis dokumenter.⁴⁸

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 6.

⁴⁸ Suryana, *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: UPI, 2010), h. 20.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk Kabupaten Aceh Timur Provinsi Aceh. Peneliti mengambil lokasi tersebut karena lokasi dan waktu yang telah ditentukan memiliki aspek pendukung agar penelitian dapat berjalan dengan baik.

Adapun waktu penelitian dilakukan selama 3 bulan pada bulan Mei sampai bulan Juli 2022. Peneliti mengambil waktu 3 bulan karena waktu yang telah ditentukan memiliki aspek pendukung agar penelitian dapat berjalan dengan baik.

3.3. Subjek Penelitian

Adanya metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif. Subjek penelitian terdiri dari 8 orang yang terdiri dari 2 orang pemilik usaha pelaminan, 3 orang pegawai usaha pelaminan dan 3 orang pelanggan usaha pelaminan.

Tabel 3.1

NO	NAMA	KATEGORI
1	Samsuar dan Yanti	Pemilik Usaha Pelaminan Yanti
2	Ainul Mardiah	Pemilik Usaha Natari Pelaminan
3	Zahra	Pegawai Pelaminan Yanti
4	Putri	Pegawai Pelaminan yanti

5	Ulfa	Pelanggan Pelaminan Yanti
6	Radiah	Pelanggan Pelaminan Yanti
7	Azizah	Pegawai Natari Pelaminan
8	Nurhayati	Pelanggan Natari Pelaminan

3.4. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berasal dari hasil wawancara dengan melalui teknik wawancara dengan pemilik usaha natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk, pegawai dan pelanggan.

- a. Data primer yaitu data utama yang langsung diperoleh dari sumber utama atau informan kunci.⁴⁹ Sumber data diperoleh dari lapangan secara langsung dengan melakukan wawancara dengan informan yaitu dengan pemilik usaha natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk, pegawai dan pelanggan.
- b. Data sekunder yaitu data pendukung yang diambil dari buku dan jurnal-jurnal, kamus dan bahan referensi lainnya.⁵⁰

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan yang di teliti, teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah:

- a. Observasi

⁴⁹ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 2017), h. 93.

⁵⁰ Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: UNS Press, 2014), h. 82.

Observasi adalah penelitian yang terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, penelitian ikut serta melakukan apa yang dilakukan oleh sumber data dan ikut merasakannya. Dengan demikian, maka data yang diperoleh akan lebih akurat dan lengkap.⁵¹ Observasi dilakukan pada tanggal 10 Maret 2022 dengan melakukan observasi langsung ke usaha natari pelaminan dan Yanti pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui tanya jawab secara langsung, wawancara juga merupakan salah satu pengumpulan data, pencarian informasi dengan bertanya langsung kepada responden.⁵² Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik usaha natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk, pegawai dan pelanggan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data-data baik data umum maupun data pribadi. Dokumentasi diperlukan untuk meneliti berbagai dokumentasi serta bahan-bahan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dokumentasi dilakukan dengan cara

⁵¹M.Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2012), h. 82.

⁵²*Ibid.*, h. 188.

mengumpulkan, menyajikan, melihat serta mengevaluasi laporan serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian.⁵³

3.6. Teknik Analisa Data

Miles dan Huberman berpendapat bahwa proses analisis data dengan teknik deskriptif analisis dilakukan dengan tiga alur kegiatan yang berlangsung secara bersamaan yakni reduksi atau penyederhanaan data, paparan atau sajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.⁵⁴ Deskriptif analisis yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan diinformasikan kepada orang lain. Jadi, setelah data dikumpulkan dari lapangan maka tahap berikutnya masuk pada proses pengolahan data. Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Reduksi Data (*data reduction*) adalah melakukan penyederhanaan pemotongan atau penghapusan terhadap berbagai temuan data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

⁵³Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016), h. 112.

⁵⁴Miles dan Huberman, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), h. 19.

Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

- b. Data *Display* (penyajian data) adalah memaparkan secara sistematis data akurat hasil dari observasi dan *interview* sehingga dapat diterima kebenarannya. Untuk kemudian penulis menganalisis dan mengkajinya secara kritis, untuk kemudian dideskripsikan. Penyajian data di sini merupakan sekumpulan informasi tersusun yang member kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian, kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan atas pemahaman yang kita dapat dari penyajian-penyajian tersebut.
- c. Verifikasi (klasifikasi data) adalah melakukan penarikan kesimpulan dengan mengungkapkan berbagai analisis peneliti dalam bentuk persuasive dan membentuk opini orang lain. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵⁵

3.7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

⁵⁵ *Ibid.*, h. 20-21.

Teknik keabsahan data merupakan teknik yang sangat penting dalam melakukan penelitian kualitatif dengan tujuan agar data tersebut akurat, adapun teknik keabsahan data tersebut sebagai berikut:⁵⁶

a. Melalui diskusi

Dalam penelitian ini penulis berdiskusi langsung dengan dosen pembimbing dan juga dengan teman-teman yang memiliki kapasitas untuk membantu penelitian agar tercapai hasil yang maksimal. Cara ini penulis lakukan agar menghasilkan wacana awal dan kesimpulan akhir. Diskusi ini bertujuan untuk menyikapi kebenaran hasil penelitian serta mencari titik-titik kekeliruan dalam menginterpretasikan masalah tersebut.

b. Ketekunan pengamatan dan keikutsertaan.

Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur yang dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang dicari kemudian memusatkan diri pada hal tersebut.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain, di luar itu untuk keperluan pengecekan atau suatu

⁵⁶ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 269-277.

pembandingan terhadap data itu. Secara garis besar triangulasi ada 3 yaitu triangulasi sumber, teknik, dan waktu.⁵⁷

⁵⁷ Djam'an Satori dan Aan komariah, *Metodologi penelitian kualitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), h. 171.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Objek Penelitian

4.1.1. Usaha Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan di Gampong Keude

Kecamatan Peudawa

a. Usaha Natari Pelaminan

Natari pelaminan beralamat di Gampong Keude Peudawa Rayeuk, letak usahanya berdekatan dengan jalan raya hanya saja tempatnya sedikit masuk kedalam tepatnya berada di depan masjid Gampong Keude. Pemilik usaha tersebut bernama Ainul Mardhiah, usaha pelaminan ini adalah usaha turun temurun dari keluarga yang berdiri sejak tahun 1989 dimana usaha ini dulu dijalankan oleh orang tuanya dan sekarang dijalankan oleh Ainul Mardhiah. Dalam menjalankan usahanya Natari Pelaminan memiliki 6 orang pegawai dimana 2 orang perempuan yang memasang dekorasi pelaminan 4 orang laki-laki yang bertugas memasang tenda pelaminan. Natari pelaminan mengurus berbagai kebutuhan pesta pernikahan, sunatan, tujuh bulanan, tunangan, seperti make up, baju adat aceh, kebaya, peurakan (seserahan) dekorasi pelaminan adat aceh dan nasional, tenda tamu, jasa foto grafer dan menyewakan baju-baju adat untuk 17 Agustus. Dari segi pemasaran Natari pelaminan cukup mengikuti trend dimana sekarang banyak model-model pelaminan terbaru baju-baju adat sekarang yang lebih modern dan sunting-sunting yang lebih modern. Harga yang ditawarkan oleh natari pelaminan tergantung dekorasi atau pelaminannya yang disewa, karna

harganya berbeda, untuk jasa make up pengantin Rp. 300.000 dan untuk wisuda Rp. 100.000. Harga sewa untuk baju adat tergantung baju yang ingin disewa.

Harga pelaminan Aceh di dalam rumah dengan harga Rp. 3.000.000 untuk linto baro sedangkan harga pelaminan Aceh di dalam rumah dengan harga Rp 4.000.000 untuk dara baro. Harga pelaminan Aceh untuk sunatan didalam rumah seharga Rp. 2.000.000, harga pelaminan nasional didalam rumah untuk linto baro seharga Rp. 3.500.000 sedangkan untuk didalam Rp. 5.000.000. Apabila ada penambahan pembuatan panggung maka harga dari masing-masing pelaminan tersebut ditambah dengan harga 1.000.000, untuk pelaminan Aceh lengkap untuk dara baro buat panggung Rp. 1.000.000 sudah termasuk make up dan baju pengantin. Sedangkan pelaminan nasional lengkap yang dibuat panggung untuk dara baro harga Rp. 8.000.000 sudah termasuk make up dan baju pengantin dan untuk sewa harga sewa teratak panggungnya saja seharga Rp. 1.000.000 untuk sekali sewa. Dalam sebulan Natari pelaminan menerima jasa sewa dalam 4 tempat.⁵⁸

b. Usaha Yanti Pelaminan

Yanti pelaminan beralamat di Gampong Keude Peudawa Rayeuk, letak usahanya tidak jauh dari usaha Natari Pelaminan. Pemilik usahanya yang bernama Yanti dimana usaha ini di bangun berdua dengan suaminya yaitu Samsuar dan usaha ini sudah di bangun kurang lebih 11 tahun. Yanti pelaminan memiliki 8 orang karyawan 5 orang laki-laki yang memasang tenda-tenda dan 3 orang perempuan yang menghias dekorasi. Yanti pelaminan menyewakan tenda,

⁵⁸ Profil Usaha Natari Pelaminan di Gampong Keude Peudawa Rayeuk.

dekorasi pernikahan, sunatan, tujuh bulanan dan lamara, tidak hanya dekorasi yanti juga menyediakan pelaminan, baju adat, nasional dan jasa make up, Yanti pelaminan juga menyediakan jasa foto grafer dan pada saat perayaan 17 Agustus juga menyewakan pakaian-pakaian adat. Untuk harga yang di tawarkan oleh Yanti pelaminan tergantung jenis pelaminan yang kita sewa dan begitu pula make up dan baju adatnya. Namun harga sewa dari pelaminan dan dekorasinya berbeda-beda harganya dari mulai 1 juta sampai 10 juta. Namun untuk sewa baju adat ada yang Rp. 100.000 sampai Rp. 400.000 untuk acara perayaan seperti 17 Agustus, untuk jasa make up nya sendiri jika hanya jasa make up nya untuk pengantin yang menikah harganya Rp. 300.000 dan untuk acara-acara wisuda lamaran hanya Rp. 150.000 sampai Rp. 200.000.

Harga pelaminan Yanti pelaminan Aceh buat panggung untuk dara baro seharga Rp. 7.000.000 sudah termasuk make up dan baju. Sedangkan pelaminan nasional yang ada panggung untuk dara baro sudah termasuk make up dan baju dengan harga yang sama. Kalau pelaminan Aceh lengkap untuk dara baro harga 10.000.000 – 20.000.000. Pelaminan nasional lengkap untuk dara baro 20.000.000 – 30.000.000. Sedangkan dekorasi untuk sunatan maupun lamaran seharga Rp. 2.000.000. Dalam sebulan Yanti pelaminan mendapat 6 tempat penyewa, harga pelaminan milik Yanti pelaminan bervariasi dari harga RP. 5.000.000 – Rp. 30.000.000.⁵⁹

⁵⁹ Profil Usaha Yanti Pelaminan di Gampong Keude Peudawa Rayeuk.

4.2. Strategi Pengembangan Bisnis dengan menggunakan Pendekatan Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* pada Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan

Peluang bisnis yang sudah terbuka luas memerlukan adanya pengembangan. Dalam arti luas pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuannya, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.

Suatu bisnis berjalan jika ada peluang pasarnya. Peluang pasar yang teridentifikasi dan ditangkap oleh seorang wirausahawan merupakan responnya untuk memecahkan masalah yang ada di dalam masyarakat. Seseorang wirausahawan akan mengeksplorasi peluang tersebut untuk kemudian menciptakan suatu produk atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan lingkungan masyarakat. Melalui produk dan jasa tersebut diharapkan masalah yang dihadapi masyarakat dapat terselesaikan secara tuntas. Bagi seorang pengusaha suatu usaha dimulai karena adanya suatu peluang (*opportunity*) bisnis dan ketertarikan pada keuntungan yang diharapkan dari usaha tersebut. Mewujudkan suatu peluang menjadi suatu kenyataan adalah suatu proses yang

memerlukan waktu yang relatif cukup lama. Waktu diperlukan untuk mengatur prasyarat, seperti menjajaki layak tidaknya suatu usaha tersebut.

Lingkungan internal merupakan suatu analisis yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada suatu perusahaan. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan yaitu faktor modal kerja (permodalan), pemasaran, sumber daya manusia dan produksi.

4.2.1 Analisis SWOT pada Natari Pelaminan

Ainul Mardhiah pengusaha Natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk menyatakan:

“Salah satu yang menjadi strategi dalam mengembangkan usaha pelaminan ialah membaca peluang, meningkatkan daya tarik dan daya tahan dalam memasarkan produk-produk usahanya. Sehingga produk yang di pasarkan dikenal oleh seluruh masyarakat dalam maupun luar sehingga menciptakan peluang-peluang baru dalam memasarkan usaha pelaminannya”.

Selain itu Natari Pelaminan menjelaskan yang menjadi faktor-faktor dalam mengembangkan bisnis dengan menggunakan pendekatan Analisis *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threats* ialah:

1. Kekuatan (*strengths*) membuat dekorasi yang baru dan semenarik mungkin dan tetap mengikuti modern untuk menarik pelanggan.
2. Kelemahan (*weakness*) dari segi pelanggan keseringan mereka meminta harga sewa dengan sangat murah akan tetapi dengan kualitas yang bagus dan terbaik.
3. Peluang (*Opportunity*) mempunyai peluang yang besar karena pelanggan bukan hanya dari pernikahan saja, akan tetapi ada acara sunatan, turun

tanah atau acara-acara didalam masyarakat kami melayani dekorasi hias dan lain sebagainya.

4. Ancaman (*Threats*) yang menjadi ancaman terbesar bagi usaha pelaminan ialah sekarang terdapat banyak sekali pengusaha-pengusaha baru dalam bidang pelaminan yang lebih cantik, modern, dan yang menjad ancaman terbesar dari segi hias yang lebih bagus.⁶⁰

Dilanjutkan oleh Azizah karyawan Natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk menyatakan:

“Selama ini dia bekerja di Natari pelaminan dengan semaksimal mungkin, sehingga dengan ketekunan dan keuletan dia sudah bisa menghias pengantin tanpa didampingi oleh pemiliknya. Pemilik usaha Natari pelaminan orangnya sangat baik dan ramah sehingga tercipta kedekatan yang sangat baik”.⁶¹

Hal ini dibenarkan oleh Nurhayati pelanggan Natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk menyatakan:

“Pelayanan yang diberikan oleh Natari pelaminan sangat baik, selain itu harga sewanya pun sangat terjangkau. Pelayanan dan jasa yang diberikan sangat bagus walaupun dari segi make up kurang cantik daripada pelaminan-pelaminan terbaru sekarang dan dari baju adatpun masih baju-baju yang lama digunakan”.⁶²

Hasil dari analisa penulis, pada zaman sekarang pengusaha di bidang pelaminan khususnya sangat mementingkan dari segi visual. Tampilan yang

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Ainul Mardhiah pengusaha Natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk, pada tanggal 16 Juni 2022.

⁶¹ Hasil wawancara dengan Azizah karyawan Natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk, pada tanggal 16 Juni 2022.

⁶² Hasil wawancara dengan Nurhayati pelanggan Natari pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk, pada tanggal 16 Juni 2022.

unik dan produk-produk terbaru menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Jika pelanggan menyewa di tempat penataannya semua produk dan bahan yang ada dijadikan satu tertata dengan baik, dalam hal ini membuat pelanggan tertarik dalam produk yang di pasarkan.

Dengan demikian pengusaha harus memberikan produk dengan kualitas bagus dan memiliki ciri khas atau pembeda daripada produk yang lain, dengan adanya inovasi produk terbaru pelanggan akan tertarik dengan produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan agar tidak cenderung menurun dari segi omset yang di dapat dimana tentunya harus mengutamakan kualitas produk yang mereka jual.

Menetapkan harga merupakan faktor utama bagi perusahaan dalam melakukan persaingan bisnis. Usaha pelaminan sebagai konsentrasi dari persaingan bisnis yang sangat ketat ini. Strategi harga yang dilakukan Usaha pelaminan bertujuan untuk menawarkan serangkaian produk usaha pada harga yang dapat dijangkau oleh para masyarakat, sehingga para masyarakat menjadi suka dan tertarik. Strategi penetapan harga ini merupakan suatu proses yang dilakukan usaha pelaminan untuk memberikan nilai terhadap suatu produk. Tempat mempunyai pengaruh besar terhadap perkembangan suatu bisnis. Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) adanya pemilihan usaha yang strategis menjadi salah satu faktor kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga

sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan pun juga tidak akan terlalu bagus.

Tabel 4.1
Matriks SWOT Pada usaha Natari Pelaminan

IFAS EFAS	<i>Strenghts (S)</i> a. Lokasi yang strategis b. Harga yang bersaing c. Kualitas produk	<i>Weaknesses (W)</i> a. Modal yang besar dalam menambah baju-baju terbaru. b. Manajemen kerja karyawan kurang optimal
<i>Opportunities (O)</i> a. Luasnya persaingan pasar b. Kompetitor. c. Memperluas jaringan usaha. d. Produk yang selalu berkembang. e. Pola prilaku dan kebutuhan masyarakat semakin berkembang	Strategi SO a. Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan. b. Memperluas jaringan pasar. c. Membuat harga yang terjangkau.	Strategi WO a. Meningkatkan efisiensi biaya. b. Mempromosikan usaha lewat jaringan media sosial.
<i>Threats (T)</i> a. Perkembangn Teknologi. b. Munculya pesaing baru.	Strategi ST a. Mengembangkan daya saing. b. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.	Strategi WT a. Perhatian kenyamanan. b. Seleksi kualitas pegawai guna meningkatkan persaingan.

Sumber: Analisis SWOT: Hasil mengolah Data

Matriks SWOT pada tabel 4.1 tersebut di atas, dihasilkan empat alternatif strategis yang dapat diambil oleh pemilik atau pengelola usaha Natari pelaminan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif yaitu sebagai berikut:

a) Strategi *Strength-Opportunities*

Natari pelaminan memiliki lokasi yang strategis, harga yang bersaing, mempunyai kualitas produk yang bagus dan fleksibilitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

b) Strategi *Weaknesses-Opportunities*

Dalam mendirikan usahanya Natari pelaminan mempunyai kelemahan dalam hal modal karena membutuhkan dana yang besar dalam mengembangkan usahanya seperti menambahkan baju-baju terbaru serta alat rias, selain itu dari kinerja karyawan kurang optimal dalam menjalankan tugasnya.

c) Strategi *Strengths-Threat*

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki pengusaha untuk mengatasi ancaman yang ada.

d) Strategi *Weaknesses-Threats* Strategi ini berusaha meminimalisir kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman. Dalam kondisi ini pengusaha dituntut untuk segera berbenah diri, karena hanya dengan cara itulah sebuah usaha dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif

4.2.2 Analisis SWOT pada Yanti Pelaminan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Yanti pengusaha pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk menyatakan:

“Salah satu yang menjadi strategi dalam mengembangkan usaha pelaminan ialah membaca peluang pasar secara cermat, maka dapat mengetahui apakah produk yang diciptakan dan di pasarkan mempunyai peluang untuk diterima dan diserap atau tidak di pasar. Seandainya produk yang di pasarkan diterima dan dapat diserap, maka harus teridentifikasi apa yang menjadi penyebabnya dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen”.

Selain itu Yanti pengusaha pelaminan menjelaskan yang menjadi faktor-faktor dalam mengembangkan bisnis dengan menggunakan pendekatan Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* ialah:

1. Kekuatan (*strengths*) usahanya ialah ia membuat model-model pelaminan, dekorasi dengan mengikuti yang terbaru dan mengikuti private make up yang terbaru yang lebih bagus lagi dan mencari ide-ide terbaru untuk menarik konsumen.
2. Kelemahan (*weakness*) dari segi karyawan yang tidak betah dalam bekerja baik dalam membantu menghias ataupun mendekorasi.
3. Peluang (*Opportunity*) mempunyai peluang yang sangat besar dikarenakan usaha pelaminan sudah sangat terkenal dan dikenal oleh masyarakat dibandingkan dengan pelaminan-pelaminan yang lain.

4. Ancaman (*Threats*) yang menjadi ancaman ialah sekarang banyak terdapat usaha-usaha pelaminan terbaru dan berlomba-lomba menjadi yang paling bagus.⁶³

Dilanjutkan oleh Zahra pegawai pelaminan Yanti ia menyatakan bahwa:

“Saya kurang betah bekerja di pelaminan Yanti selain keterbatasan skill dalam mendekorasi pelaminan, pekerjaannya sangat melelahkan dan kurang istirahat. Selain itu gaji pun tidak sesuai dengan pekerjaan yang sangat capek”.⁶⁴

Hal ini dibenarkan oleh Putri pegawai pelaminan Yanti ia menyatakan bahwa:

“Selama ini ia sudah bekerja selama 2 tahun dengan Yanti, ia merasa capek dan kelelahan dalam merias dan memakaikan baju ke pengantin, karena pemilik usaha pelaminan Yanti melepaskan sepenuhnya kepada ia dalam hal itu, keluhannya gaji tetap sama tidak pernah dinaikkan atau mendapat bonus”.⁶⁵

Ulfa dan Radiah sebagai pelanggan usaha pelaminan Yanti mengatakan:

“Sejauh ini mereka puas dengan pelayanan yang diberikan baik dalam menghias, mendekorasi dan lain sebagainya. Hanya saja kurang tepat waktu saja datang sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati diawal. Sehingga agak merasa kecewa selain dari itu merasa puas dengan jasa pelayanan yang diberikan”.⁶⁶

⁶³ Hasil wawancara dengan Yanti pengusaha pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk, pada tanggal 15 Juni 2022.

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Zahra pegawai pelaminan Yanti, pada tanggal 15 Juni 2022.

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Putri pegawai pelaminan Yanti, pada tanggal 15 Juni 2022.

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Ulfa dan Radiah sebagai pelanggan usaha pelaminan Yanti, pada tanggal 15 Juni 2022.

Tabel 4.2
Matriks SWOT Pada usaha Yanti Pelaminan

IFAS EFAS	<i>Strenghts (S)</i> a. Lokasi yang strategis b. Harga pelaminan bervariasi c. Kualitas produk lengkap d. Pelayanan bagus dan ramah	<i>Weaknesses (W)</i> a. Kekurangan modal dalam menambah baju-baju terbaru. b. Manajemen kerja karyawan kurang optimal. c. Jaringan pemasaran belum meluas
<i>Opportunities (O)</i> a. Luasnya persaingan pasar b. Kompetitor. c. Memperluas jaringan usaha. d. Produk yang selalu berkembang. e. Pola prilaku dan kebutuhan masyarakat semakin berkembang	Strategi SO a. Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan dan meningkat pelayanan. b. Memperluas jaringan pasar ke seluruh Indonesia. c. Membuat harga yang terjangkau sesuai dengan konsumen.	Strategi WO a. Meningkatkan efisiensi biaya. b. Mempromosikan usaha lewat jaringan media sosial. c. Perlu menciptakan fokus bisnis dengan kepemilikan inovasi produk yang semakin inovatif dan trend terbaru secara modern.
<i>Threats (T)</i> a. Perkembangan Teknologi. b. Munculya pesaing-pesaing baru.	Strategi ST a. Mengembangkan daya saing dan nilai jual. b. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.	Strategi WT a. Perhatian kenyamanan kepada konsumen. b. Memperbaiki kualitas pegawai guna meningkatkan persaingan.

Sumber: Analisis SWOT: Hasil mengolah Data

Matriks SWOT pada tabel 4.2 tersebut di atas, dihasilkan empat alternatif strategis yang dapat diambil oleh pemilik atau pengelola usaha

Yanti pelaminan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif yaitu sebagai berikut:

1. Strategi *Streght-Opportunities*

Yanti pelaminan memiliki lokasi yang strategis, harga yang bersaing mempunyai kualitas produk yang bagus dan fleksibelitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, selain itu mempunyai harga pelaminan yang sangat bervariasi dari harga termurah sampai termahal. Sehingga banyak pilihan bagi konsumen sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan.

2. Strategi *Weaknesses-Oportunities*

Dalam mendirikan usahanya Yanti pelaminan mempunyai kelemahan dalam hal modal karena membutuhkan dana yang besar dalam mengembangkan usahanya seperti menambahkan baju-baju adat terbaru, alat rias, panggung, teratak dan lain sebagainya, jika modal sedikit maka menjadi kendala besar dalam mengembangkan usaha pelaminannya, selain itu kinerja karyawan kurang optimal banyak yang masuk kerja tidak tepat waktu bahkan banyak yang ambil libur di waktu banyak job orang pesta dengan alasan sakit atau ada acara keluarga.

3. Strategi *Strengths-Threat*

Yanti pelaminan mempunyai kekuatan dalam mengembangkan usahanya seperti mempunyai baju adat aceh yang lengkap, alat rias dan make up lengkap serta harga yang bervariasi dari yang termurah

sampai termahal ada, bisa dijangkau oleh konsumen sesuai dengan keuangan yang dimiliki.

4. Strategi *Weaknesses-Threats*

Strategi ini berusaha meminimalisir kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman. Dalam kondisi ini pengusaha dituntut untuk segera berbenah diri, karena hanya dengan cara itulah sebuah usaha dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Yanti pelaminan terus melengkapi baju-baju adat terbaru dan modern serta meningkatkan pelayanan dengan sangat baik.

Dapat disimpulkan, strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk yaitu dapat membaca peluang dalam meningkatkan daya tarik dan daya tahan dalam memasarkan produk-produk usahanya. Kemudian mengatur strategi perencanaan yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis, setelah itu teliti dalam berbisnis serta membuat daftar kekuatan bisnis, kelemahan dan peluang potensial untuk bisnis.

Melalui analisis SWOT seorang pengusaha akan mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi usahanya. Setelah mengidentifikasi aspek-aspek SWOT, pengusaha harus bisa memanfaatkan hal tersebut sebagai dasar dari pengambilan keputusan strategis. Sehingga seorang pengusaha harus mampu menggunakan cara yang tepat untuk mengidentifikasi aspek-aspek SWOT.

Seorang pengusaha harus melakukan analisis SWOT sebelum berkomitmen pada tindakan dan mampu mengeksplorasi inisiatif baru, memperbaiki kebijakan internal, mempertimbangkan peluang untuk memutar atau mengubah rencana di tengah pelaksanaannya.

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Pokok-pokok strategi pengembangan bisnis adalah meningkatkan daya tarik, daya tahan, daya saing ekonomi lokal. Setelah mengetahui adanya peluang yang sangat besar selanjutnya menciptakan pengembangan bisnis.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* dapat diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki natari pelaminan dan yanti pelaminan dalam menghadapi persaingan dengan *kompetitor* yaitu dengan letak usaha yang strategis, produk-produk yang di tawarkan seperti dekorasi pelaminan, sunting-sunting, baju adat dan modern, kotak sesarahan, layanan online. Sedangkan kelemahan pada ushana Natari Pelaminan dan Yanti pelaminan itu sendiri adalah pada terbatasnya biaya yang dilakukan untuk mengembangkan usahanya. Namun dalam hal ini Natari Pelaminan dan Yanti Pelaminan memanfaatkan peluang yang ada dengan adanya inovasi-inovasi dan memberikan bonus-bonus kepada konsumen seperti gratis tempat menaruh foto pernikahan. Sedangkan ancaman dari kompotitor yaitu harga yang lebih murah, riasannya lebih menarik dan pemasangan sunting yang lebih rapi yang membuat pelanggan lari *kekompotitor* lain dan juga bentuk promo yang digunakan oleh kompotitor, serta sistem promo atas penjualan produk yang dilakukan oleh *kompotitor*.

5.2. Saran-Saran

Sebagai saran dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Pengusaha memperhatikan kualitas dan produk-produk terbaru agar dapat menarik pelanggan.
2. Pengusaha meningkatkan promosi produk-produk yang di pasarkan melalui kreatifitas dalam promosi media online seperti facebook, whatsapp, instagram dan lain sebagainya yang dapat meningkatkan volume pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, *Manajemen Strategis*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020.
- Amirullah, *Manajemen Strategi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Asiyah, *Analisis SWOT Tahun 2017 sebagai Pertimbangan Menetapkan Strategi Tahun 2018-2020*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- David, *Manajemen Strategi*. Jakarta: Indeks, 2014.
- D. Triyana, Alek. *Menerapkan Strategi Marketing di Indonesia*. Jakarta: Marketing Seminar, 2015.
- Effendi, Usman. *Asas Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Fathoni, Abdurrahman. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016.
- Fahmi, Irham. *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Hasan, M.Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2012.
- Jamaluddin, *Konsep-Konsep Manajemen*. Bandung: Media Press, 2013.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2016.
- Kuncoro, Mudraja. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2015.
- M. Manulang, *Manajemen Strategi*. Medan: Perdana Publishing, 2016.
- Miles dan Huberman, *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Mahmud dan Anomsari, *Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis dalam peningkatan kinerja perusahaan (studi pada usaha kecil menengah di kawasan usaha barito semarang), seminar nasional teknologi informasi dan komunikasi terapan 2011 (semantik 2011),2011*.
- Michael, *Manajemen Strategi, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- M. Husni, *Manajemen Strategi*. Jakarta: DIPA, 2019.

- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Skripsi Nurul Khamidah dengan judul “*Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis Swot dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Usaha Sprei Lukis Bali “Mustika” di Kabupaten Batang, Tahun 2019*”.
- Skripsi Adriel Koswanto dengan judul “*Strategi Pengembangan Bisnis pada PT. Putrasean Rubber Industri, Tahun 2016*”.
- Skripsi Muhammad Andika dengan judul “*Penerapan Analisis Swot sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam, Tahun 2021*”.
- Skripsi Ayu Kusuma dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Usaha Jasa Dekorasi Pernikahan UD. Sarwo Nugroho di Kabupaten Jember, Tahun 2019*”.
- Skripsi Khusniatul Mazidun Nikmah dengan judul “*Analisis Swot terhadap Strategi Pengembangan Usaha pada Kurnia Sari Katering Semarang dan ditinjau dari segi Bisnis Islam, Tahun 2021*”.
- Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Setiajati, Agung. *Implementasi Sistem Informasi Jasa Wedding Organizer*. Jakarta: Pustaka Utama, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabetha, 2016.
- Suryana, *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: UPI, 2010.
- Suryabrata, Sumadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali, 2017.
- Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press, 2014.

HASIL DOKUMENTASI DENGAN KONSUMEN



HASIL DOKUMENTASI DENGAN YANTI PELAMINAN



HASIL DOKUMENTASI DENGAN NATARI PELAMINAN



HASIL DOKUMENTASI DENGAN PEGAWAI YANTI PELAMINAN



HASIL DOKUMENTASI DENGAN PEGAWAI NATARI PELAMINAN



LAMPIRAN 1

FORMAT WAWANCARA

1. Nama :
- Jabatan :
- Tanggal :
- Tempat :
- Waktu :

PANDUAN WAWANCARA UNTUK PEMILIK USAHA PELAMINAN

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats* di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk?
2. Apa yang menjadi kekuatan dalam mengembangkan bisnis pelaminan?
3. Apa yang menjadi kelemahan dalam mengembangkan bisnis pelaminan?
4. Apa yang menjadi peluang dalam mengembangkan bisnis pelaminan?
5. Apa yang menjadi ancaman dalam mengembangkan bisnis pelaminan?

PANDUAN WAWANCARA UNTUK PEGAWAI USAHA PELAMINAN

1. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen?
2. Apakah ada konsumen yang kecewa terhadap pelayanan yang diberikan?

PANDUAN WAWANCARA UNTUK PELANGGAN USAHA PELAMINAN

1. Apa yang membuat tertarik menjadi konsumen natari pelaminan?
2. Apakah puas dengan pelayan dan jasa yang diberikan oleh natari pelaminan?
3. Apakah pernah merasa kecewa menjadi pelanggan natari pelaminan?

PANDUAN WAWANCARA UNTUK STAF AKADEMIK IAIN LANGSA

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis *strength, weakness, opportunity, threats*?

TRANSKRIP WAWANCARA

1. Nama : Ainul Mardiah
- Jabatan : Pemilik Usaha Natari Pelaminan
- Tanggal : 15 Juni 2022

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis <i>strength, weakness, opportunity, threats</i> di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk?	Salah satu yang menjadi strategi dalam mengembangkan usaha pelaminan ialah membaca peluang, meningkatkan daya tarik dan daya tahan dalam memasarkan produk-produk usahanya. Sehingga produk yang di pasarkan dikenal oleh seluruh masyarakat dalam maupun luar sehingga menciptakan peluang-peluang baru dalam memasarkan usaha pelaminannya.
2	Apa yang menjadi kekuatan dalam mengembangkan bisnis pelaminan?	Kekuatan (<i>strengths</i>) membuat dekorasi yang baru dan semenarik mungkin dan tetap mengikuti modern untuk menarik pelanggan.
3	Apa yang menjadi	Kelemahan (<i>weakness</i>) dari segi pelanggan

	kelemahan dalam mengembangkan bisnis pelaminan?	keseringan mereka meminta harga sewa dengan sangat murah akan tetapi dengan kualitas yang bagus dan terbaik.
4	Apa yang menjadi peluang dalam mengembangkan bisnis pelaminan?	5. Peluang (<i>Opportunity</i>) mempunyai peluang yang besar karena pelanggan bukan hanya dari pernikahan saja, akan tetapi ada acara sunatan, turun tanah atau acara-acara didalam masyarakat kami melayani dekorasi hias dan lain sebagainya.
5	Apa yang menjadi ancaman dalam mengembangkan bisnis pelaminan?	Ancaman (<i>Threats</i>) yang menjadi ancaman terbesar bagi usaha pelaminan ialah sekarang terdapat banyak sekali pengusaha-pengusaha baru dalam bidang pelaminan yang lebih cantik, modern, dan yang menjad ancaman terbesar dari segi hias yang lebih bagus

2. Nama : Samsuar dan Yanti

Jabatan : Pemilik Usaha Pelaminan Yanti

Tanggal : 15 Juni 2022

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan analisis <i>strength, weakness, opportunity, threats</i> di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk?	Salah satu yang menjadi strategi dalam mengembangkan usaha pelaminan ialah membaca peluang pasar secara cermat, maka dapat mengetahui apakah produk yang diciptakan dan di pasarkan mempunyai peluang untuk diterima dan diserap atau tidak di pasar. Seandainya produk yang di pasarkan diterima dan dapat diserap, maka harus teridentifikasi apa yang menjadi penyebabnya dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.
2	Apa yang menjadi kekuatan dalam mengembangkan bisnis pelaminan?	Kekuatan (<i>strengths</i>) usahanya ialah ia membuat model-model pelaminan, dekorasi dengan mengikuti yang terbaru dan mengikuti private make up yang terbaru yang lebih bagus lagi dan mencari ide-ide terbaru untuk menarik konsumen.
3	Apa yang menjadi kelemahan dalam mengembangkan bisnis pelaminan?	Kelemahan (<i>weakness</i>) dari segi karyawan yang tidak betah dalam bekerja baik dalam membantu menghias ataupun mendekorasi.
4	Apa yang menjadi peluang dalam	Peluang (<i>Opportunity</i>) mempunyai peluang yang sangat besar dikarenakan usaha

	mengembangkan bisnis pelaminan?	pelaminan sudah sangat terkenal dan dikenal oleh masyarakat dibandingkan dengan pelaminan-pelaminn yang lain.
5	Apa yang menjadi ancaman dalam mengembangkan bisnis pelaminan?	Ancaman (<i>Threats</i>) yang menjadi ancaman ialah sekarang banyak terdapat usaha-usaha pelaminan terbaru dan berlomba-lomba menjadi yang paling bagus.

3. Nama : Rizal

Jabatan : Pegawai Usaha Pelaminan Yanti

Tanggal : 15 Juni 2022

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen?	Bagus
2	Apakah ada konsumen yang kecewa terhadap pelayanan yang diberikan?	Ada, dari segi dekorasi dan menghias

4. Nama : Putri

Jabatan : Pegawai Usaha Pelaminan Yanti

Tanggal : 15 Juni 2022

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen?	Bagus
2	Apakah ada konsumen yang kecewa terhadap pelayanan yang diberikan?	Ada, dari segi dekorasi dan menghias

5. Nama : Azizah

Jabatan : Pegawai Usaha Natari Pelaminan

Tanggal : 16 Juni 2022

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen?	Bagus
2	Apakah ada konsumen yang kecewa terhadap pelayanan yang diberikan?	Ada, dari segi menghias

--	--	--

6. Nama : Ulfa

Jabatan : Pelanggan Usaha Pelaminan Yanti

Tanggal : 15 Juni 2022

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apa yang membuat tertarik menjadi konsumen natari pelaminan?	Harga terjangkau, selain itu pemiliknya ramah
2	Apakah puas dengan pelayan dan jasa yang diberikan oleh natari pelaminan?	Lumayan puas
3	Apakah pernah kecewa dengan pelayanan yang diberikan?	Pernah dari segi waktu

7. Nama : Radiah

Jabatan : Pelanggan Usaha Pelaminan Yanti

Tanggal : 15 Juni 2022

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apa yang membuat tertarik menjadi	Make up cantik dan natural

	konsumen natari pelaminan?	
2	Apakah puas dengan pelayan dan jasa yang diberikan oleh natari pelaminan?	Puas
3	Apakah pernah kecewa dengan pelayanan yang diberikan?	Pernah, dari segi dekorasi

8. Nama : Nurhayati

Jabatan : Pelanggan Usaha Natari Pelaminan

Tanggal : 16 Juni 2022

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apa yang membuat tertarik menjadi konsumen natari pelaminan?	Harga terjangkau, pelayanan bagus
2	Apakah puas dengan pelayan dan jasa yang diberikan oleh natari pelaminan?	Puas, pelayanan jasanya bagus
3	Apakah pernah kecewa dengan pelayanan yang diberikan?	Tidak pernah



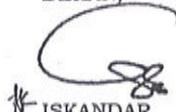
KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 350 TAHUN 2022
TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA,

- Menimbang** : a. bahwa untuk kelancaran penyusunan skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing skripsi;
- b. bahwa personil yang namanya tersebut dalam Lampiran Surat Keputusan ini dianggap memenuhi syarat dan mampu untuk ditetapkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi sebagaimana dimaksud;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa tentang Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 376 Tahun 2009 tentang Dosen;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
- Memperhatikan**: Hasil Seminar Proposal Skripsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 26 Januari 2022;
- MEMUTUSKAN :**
- Menetapkan** : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
- Kesatu** : Menetapkan **Dr. Fahriansah, Lc, MA** sebagai Pembimbing I dan **Nanda Safarida, ME** sebagai Pembimbing II untuk penulisan skripsi mahasiswa atas nama **Nurfadilah NIM 4022017085** dengan judul skripsi **"Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threats pada Usaha Pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk"**;
- Kedua** : Masa pembimbingan dilakukan maksimal selama enam bulan, dengan ketentuan :
1. setiap bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
2. perubahan judul skripsi tidak diperkenankan kecuali atas persetujuan Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
3. selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada IAIN Langsa;
- Ketiga** : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan akan diperbaiki sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini;

Ditetapkan di Langsa
Pada tanggal 01 Agustus 2022 M
03 Muharram 1444 H

DEKAN,


ISKANDAR

Tembusan :

1. Ketua Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh, Telepon 0641) 22619 – 23129; Faksimili(0641) 425139;
Website: www.febi.iainlangsa.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B/710/In.24/LAB/PP.00.9.07/2022

Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : Nurfadilah
NIM : 4022017085
PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats*, Pada Usaha Pelaminan di Gampong Keude Kecamatan Peudawa Rayeuk.

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 35% pada naskah skripsi yang disusun. Surat Keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti sidang munaqasyah.

Langsa, 29 Juli 2022

Kepala Laboratorium FEBI

Mastura, M.E.I

NIDN. 2013078701