

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI ANALISIS SWOT
PADA UKM BROWNIES CINTA KARANGANYAR**



**Disusun sebagai salah syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

Oleh:

Nidhaul 'Ilmi Nur Aviffah

A210160098

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI ANALISIS *SWOT* PADA UKM
BROWNIES CINTA KARANGANYAR**

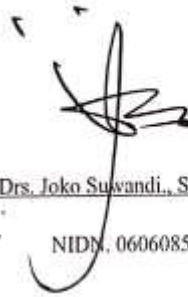
Diajukan Oleh:

Nidhaul 'Ilmi Nur Aviffah

A210160098

Artikel Publikasi ini telah disetujui oleh pembimbing skripsi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk
dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Surakarta, 25 April 2020



(Drs. Joko Suwandi., S. E., M.Pd)

NIDN. 0606085801

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI ANALISIS *SWOT*
PADA UKM BROWNIES CINTA KARANGANYAR**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nidhaul 'Ilmi Nur Aviffah

A210160098

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

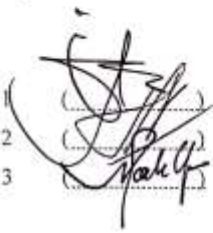
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada Hari Kamis, 30 April 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

- | | |
|------------------------------------|-----------|
| 1. Drs. Joko Suwandi., S. E., M.Pd | Penguji 1 |
| 2. Titik Asmawati, Dra., M.Si | Penguji 2 |
| 3. Muhammad Yahya, Drs., M.Si. | Penguji 3 |



Surakarta

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



Drs. H. Joko Prayitno, M. Hum.

196804281993031001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 25 April 2020

METERAI
TANPAPEL
3CBAHF31548563
6000
IDN/INDONESIA
Yang membuat pernyataan,

Nidhaul 'Ilmi Nur Aviffah

A210160098

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI ANALISIS SWOT PADA UKM BROWNIES CINTA KARANGANYAR

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi UKM Brownies Cinta dan mengetahui strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk digunakan Brownies Cinta dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian kualitatif ini menggunakan desain etnografi deskriptif analitis. Dilakukan di outlet pusat Brownies Cinta Karanganyar. Narasumber penelitian adalah pemilik UKM Brownies Cinta, dua orang karyawan Brownies Cinta, dan dua orang konsumen Brownies Cinta. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan konfirmasi, membandingkan informasi yang diperoleh melalui informasi lainnya dari informan lain. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui analisis SWOT yang menjadi kekuatan Brownies Cinta adalah produk berkualitas, bersertifikat halal, beragam varian rasa, lokasi outlet strategis, dan basic perusahaan religius, kelemahannya yaitu leadership yang kurang, kurang memanfaatkan teknologi, kemasan kurang menarik, dan saluran promosi ke instansi belum maksimal. Peluang yang dimiliki adalah permintaan pasar meningkat, membuka lapangan pekerjaan, dan banyak media untuk promosi. Ancaman yang dihadapi yaitu kenaikan harga bahan baku, menurunnya penjualan, dan banyaknya kompetitor. Brownies Cinta juga memiliki beberapa alternatif strategi hasil dari matrik SWOT seperti strategi SO, WO, ST, dan WT. Strategi pengembangan bisnis yang dilakukan atau dijalankan Brownies Cinta meliputi strategi Integrasi, strategi Intensif, strategi diversifikasi, dan strategi divensif.

Kata kunci: strategi, pengembangan bisnis, analisis SWOT.

Abstrack

This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by Brownies Cinta SMEs and find out the right business development strategies to be used by Brownies Cinta in running its business. This qualitative research uses descriptive analytical ethnographic design. Performed at the Brownies Cinta Karanganyar outlet. The resource persons of the study are the owners of Brownies Cinta SMEs, two employees of Brownies Cinta, and two consumers of Brownies Cinta. Data collection is done through interviews, observations, and documentation. Data validity uses triangulation of sources and confirmations, comparing information obtained through other information from other informants. Data analysis techniques using interactive analysis. The results of this study indicate that through SWOT

analysis the strengths of Brownies Cinta are quality products, halal-certified, a variety of flavors, strategic outlet locations, and basic religious companies, the weaknesses are lack of leadership, less use of technology, less attractive packaging, and promotion channels to agencies not yet maximized. The opportunities they have are increasing market demand, opening up jobs, and lots of media for promotion. Threats faced are rising raw material prices, declining sales, and many competitors. Brownies Cinta also has several alternative strategies resulting from SWOT matrices such as SO, WO, ST, and WT strategies. Business development strategies undertaken or carried out by Brownies Cinta include Integration strategy, Intensive strategy, diversification strategy, and divensive strategy.

Keywords: strategy, business development, SWOT analysis.

1. PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis yang semakin pesat di Indonesia, menuntut para pebisnis untuk mengembangkan usaha agar mampu bertahan, mampu bersaing di era kecanggihan informasi dan teknologi. Merintis suatu usaha mudah dilakukan oleh siapapun, yang terpenting dalam diri seorang wirausaha adalah memiliki keyakinan untuk memulai usaha secara mandiri, dan keberanian untuk menjadi seorang wirausaha (Nawawi, 2015: 49). Perkembangan dari segi industri kuliner dapat dikatakan paling pesat dan menjanjikan, dimana makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang yang berhubungan dengan kelangsungan hidup manusia itu sendiri, semakin banyak populasi manusia maka semakin menjanjikan pula bisnis kuliner tersebut.

Salah satu bisnis makanan di Kabupaten Karanganyar adalah Brownies Cinta, menurut Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maka brownies cinta dapat digolongkan sebagai usaha kecil menengah. Keberadaan UMKM membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat melalui penyerapan tenaga kerja yang mampu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan dalam masyarakat. Brownies Cinta memulai usaha di tahun 2010 dan mulai membuka outlet di rumah pada tahun 2011 yang beralamatkan di Badranasri rt 02/XI Cangakan. Brownies Cinta mengawali usahanya dengan menjual brownies berbentuk love yang dititipkan ke warung-warung sekitarnya, akhirnya waktu demi waktu usahanya semakin berkembang dan memiliki beberapa cabang outlet di wilayah solo raya.

Sebagai kategori bisnis yang sangat berkembang Brownies Cinta ` diharapkan selalu berinovasi untuk mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dengan produsen brownies dan jenis roti lainnya. Oleh karena itu diperlukan adanya pengembangan bisnis dengan perencanaan strategi yang baik dan sehat untuk masa sekarang dan mendatang. Semua produk yang dipasarkan pasti akan mengalami naik turun atau pasang surutnya penjualan karena konsumen berada pada titik jenuh terhadap produk biasa dikenal dengan daur hidup produk, oleh karena itu diperlukan analisis *SWOT* untuk menghindari penurunan terhadap nilai produk (Fahmi, 2015: 254)

Strategi yang akan digunakan untuk pengembangan bisnis brownies cinta yaitu strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi divensif. Melalui keempat strategi tersebut diharapkan usaha Brownies Cinta semakin berkembang dengan pesat dan mampu bersaing dengan kompetitor lain. Untuk mengetahui strategi tepat yang diperlukan suatu perusahaan dapat menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT membantu perusahaan dalam menganalisis faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan sesuai peluang dan ancaman yang dihadapinya, sehingga mampu menentukan strategi terbaik untuk mengembangkan bisnisnya.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu suatu realita yang terjadi pada saat ini meliputi: pikiran seseorang, segala sesuatu yang melibatkan seseorang, sekelompok manusia beserta interaksinya yang bersifat sangat kompleks (Yusuf, 2014). Desain dalam penelitian ini adalah penelitian etnografi. Penelitian etnografi adalah suatu pengumpulan bahan keterangan atau data yang dilakukan secara sistematis tentang cara hidup serta berbagai aktivitas sosial dan berbagai kebudayaan dari suatu kehidupan dalam masyarakat (Harsono, 2016: 32).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan di Jl. Dr. Muwardi, Cangakan Timur, Cangakan, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, Kode Pos 57712, tepatnya di outlet utama Brownies cinta Karanganyar. Teknik analisis data melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian melalui wawancara dan observasi menunjukkan adanya permasalahan yang dapat dilihat berdasarkan hasil analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui permasalahan dari empat sudut pandang yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Brownies Cinta, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayukozkan (2018) bahwa analisis SWOT sebagai pendekatan untuk mengevaluasi adanya kekuatan dan kelemahan dari perspektif internal dan memperhitungkan adanya peluang dan ancaman sebagai perspektif eksternal.

Analisis SWOT dapat menentukan strategi pengembangan bisnis yang akan dilakukan oleh perusahaan, maka melalui analisisnya dapat diketahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Brownies Cinta. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hidayati (2018) bahwa analisis SWOT menunjukkan variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi pengembangan bisnis yang akan dihadapi organisasi. Data analisis SWOT dari UKM Brownies yang telah dikumpulkan melalui wawancara dan observasi sebagai berikut:

a. Kekuatan

1) Produk berkualitas

Produk Brownies Cinta tidak menggunakan bahan pengawet, pengolahannya menggunakan bahan baku yang berkualitas dan menjaga stabilitas rasa. Produk brownies yang dijual di outlet selalu dalam keadaan baru dan fresh dari dapur produksi. Apabila ada produk dalam rentang waktu 24 jam yang tersisa di outlet maka produk akan ditarik dan besok akan disetor produk dalam keadaan baru lagi.

2) Bersertifikasi halal

Brownies Cinta menjamin kehalalan produknya, karena dari proses pembelian bahan baku memilih produk yang bersertifikasi halal, proses produksi dan pendistribusian juga di jaga untuk memastikan kehalalannya. Produk Brownies Cinta sudah diuji dan mendapatkan label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

3) Memiliki beragam varian rasa

Brownies Cinta selalu melakukan inovasi dan riset pasar mengenai apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, sehingga dihasilkan berbagai varian rasa brownies seperti brownies original, brownies hitam putih, brownies coklat stroberi, coklat bluberi, coklat almond, coklat pandan, coklat moca, coklat tiramisu dan lain sebagainya.

4) Lokasi outlet strategis

Lokasi outlet penjualan Brownies Cinta pemilihan lokasi memperhatikan banyak pertimbangan seperti dengan membandingkan tingkat keramaian Indomaret dan Alfamart sekitar, jalan searah atau tidaknya.

5) Basic perusahaan religius

Brownies Cinta menjalankan bisnisnya secara syariat Islami, karyawan diwajibkan sholat tepat waktu, liqo mingguan, bulanan, dan tahsin.

b. Kelemahan

1) Leadership yang kurang

Berkembangnya bisnis Brownies Cinta tidak diiringi dengan SDM (Sumber Daya Manusia) yang berkualitas, dimana banyak pegawai yang menolak menjadi pemimpin dalam suatu team.

2) Kurang efektif dalam memanfaatkan teknologi

Sejatinya teknologi mempermudah dalam berbagai kegiatan perusahaan, akan tetapi apabila tidak diiringi dengan SDM yang unggul maka akan kurang efisien dalam memanfaatkan teknologi. Brownies Cinta masih mengalami kekurangan dalam memanfaatkan teknologi dalam perkembangan bisnisnya akan tetapi mengusahakan proses yang terbaik memanfaatkan kemajuan teknologi baik untuk produksi maupun promosi.

3) Kemasan kurang menarik

Kemasan produk brownies cinta yang di dominasi warna kuning dan coklat dirasa sangat sederhana dan kurang menarik minat

konsumen padahal dengan keunggulan dalam hal stabilitas rasa dan beragamnya variasi rasa.

4) Saluran promosi ke instansi belum maksimal

Brownies Cinta mengalami kesulitan dalam mencari informasi atau link terkait mempromosikan produknya pada instansi-instansi.

c. Peluang

1) Permintaan pasar terhadap Brownies Cinta meningkat

Pertumbuhan penduduk mempengaruhi peningkatan konsumsi salah satunya konsumsi pada kue brownies, Brownies Cinta sebagai produk kue sajian dengan berbagai variasi rasa mengalami peningkatan permintaan pasar terhadap produk brownies. Brownies Cinta memiliki segementasi pasar yaitu ada pada hidangan atau sajian hajatan, jadi apabila sedang musin hajatan permintaan pasar terhadap Brownies Cinta mengalami peningkatan.

2) Membuka lapangan pekerjaan

Semakin berkembangnya bisnis Brownies Cinta membutuhkan tenaga kerja untuk membantu menyelesaikan pekerjaan, sehingga secara tidak langsung Brownies Cinta membuka lapangan pekerjaan bagi para karyawannya, selain itu Brownies Cinta memeberikan kesempatan kepada Ukm sekitar untuk menitipkan produk mereka di outlet Brownies Cinta untuk dijual.

3) Banyak media untuk promosi

Perkembangan teknologi membantu Brownies Cinta untuk mempromosikan produknya baik secara online melalui Instagram, facebook, whatsApp customer, website Brownies Cinta. Secara offline seperti melalui forum-forum, pembicara seminar, surat penawaran ke instansi.

d. Ancaman

1) Kenaikan harga bahan baku

Harga bahan baku menjadi permasalahan bagi setiap pengusaha, karena harganya menyesuaikan kondisi, dimana harga bahan baku seperti gula, telur tidak dapat ditebak.

2) Banyaknya kompetitor usaha kue lainnya

Usaha dalam bidang kuliner dapat dikatakan yang paling menjanjikan, sehingga banyak pengusaha yang mencoba keberuntungan bisnis dalam bidang kuliner seperti kue. Usaha kue sejenis yang menjadi kompetitor Brownies Cinta seperti Amanda, Wonder, Orion, Rose bakery dan lainnya.

3) Menurunnya penjualan

Penurunan penjualan produk brownies disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya seperti kejenuhan konsumen. Karena kebanyakan permintaan Brownies pada saat bulan-bulan hajatan maka pada bulan tertentu Brownies Cinta mengalami penurunan penjualan.

Setelah mengetahui kekuatan dan kelemahan yang menjadi faktor internal serta peluang dan ancaman yang menjadi faktor eksternal, kemudian dibuat matrik SWOT untuk menggabungkan faktor-faktor tersebut yang menjadi dasar untuk melakukan analisis dengan menggabungkan unsur unsur kekuatan (*Strengths*) dengan peluang (*Opportunities*) atau disebut (S-O strategi), kekuatan (*Strengths*) dengan ancaman (*Threats*) atau disebut (S-T strategi), kelemahan (*Weaknesses*) dengan peluang (*Opportunities*) atau disebut (W-O strategi), kelemahan (*Weaknesses*) dengan ancaman (*Threats*) atau disebut (W-T strategi).

Berdasarkan data analisis SWOT, bahwa melalui penggabungan kombinasi faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan faktor eksternal (peluang, ancaman) UKM Brownies Cinta, diperoleh alternatif strategi sebagai berikut:

1. Strategi S-O (Strength-Opportunity)

Strategi yang menggunakan kekuatan dengan memanfaatkan adanya peluang yang ada di Brownies Cinta. Strategi S-O antara lain yaitu pertama, meningkatkan kualitas mutu produk untuk menarik perhatian konsumen. Meningkatkan kualitas produk dapat dilakukan dengan menggunakan bahan baku berkualitas, memahami apa yang diinginkan konsumen sehingga akan

meningkatkan daya saing bisnis. Kedua, melakukan inovasi produk untuk memenuhi keinginan pasar. Inovasi produk Brownies Cinta dilakukan dengan menambah varian rasa menjadi banyak pilihan.

Ketiga, mempertahankan dan menjaga kehalalan produk serta berpegang teguh pada prinsip bisnis Islami. Brownies Cinta menjamin kehalalan produk dengan penggunaan bahan baku yang berkualitas dan halal serta proses pembuatan memperhatikan kebersihan. Keempat, meningkatkan promosi dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram, facebook, whatsApp, dan blog.

2. Strategi W-O (Weakness-Opportunity)

Strategi untuk meminimalkan adanya kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi W-O meliputi: pertama, meningkatkan kualitas SDM terutama yang berhubungan dengan kepemimpinan, karena semakin berkembang bisnis Brownies Cinta tetapi tidak diimbangi dengan SDM yang berani untuk memimpin. Kedua, meningkatkan pemanfaatan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi secara tepat. Ketiga melakukan inovasi atau perbaruan terhadap kemasan produk karena kualitas produk sudah unggul maka kemasan harus dibuat dan didesain yang bagus untuk menarik perhatian pembeli dan mengangkat nilai produk.

3. Strategi S-T (Strength-Treaths)

Strategi yang memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk mengatsi dan memperkecil ancaman yang dihadapi Brownies Cinta. Strategi S-T meliputi: pertama, mempertahankan stabilitas rasa agar tetap enak walaupun bahan baku mengalami kenaikan, kedua memberikan penawaran yang menarik dan berbeda dari kompetitor lain, seperti saat ini Brownies Cinta memberikan penawaran delivery order tanpa minimal pembelian, serta adanya promo diskon dan voucher. Ketiga, menjalankan bisnis sesuai syariat islam. Brownies Cinta memiliki basic perusahaan yang

religius, dimana karyawan diwajibkan sholat tepat waktu, kegiatan liqo, tahsin, dan bekerja sesuai dengan syariat islam.

4. Strategi W-T (Weakness-Treaths)

Strategi yang bertujuan meminimalkan adanya kelemahan untuk menghindari ancaman yang akan dihadapi Brownies Cinta. Strategi W-T meliputi: pertama, meningkatkan kualitas SDM agar mampu bersaing dalam menghadapi kompetitor. Semakin unggul SDM maka kemampuan untuk menjalankan usaha akan semakin baik. Kedua, memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan.

Terkait dengan pengembangan usaha diperlukan adanya strategi. Strategi digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan masa mendatang. Strategi adalah suatu tindakan dalam mengambil keputusan manajemen puncak dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan memiliki pengaruh dalam kehidupan perusahaan yang memiliki waktu jangka panjang (Rachmat, 2014: 183). Melalui penelitian observasi dan wawancara strategi pengembangan usaha yang dilakukan Brownies Cinta adalah strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi divensif.

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi dilakukan dengan melakukan pengawasan intens terhadap saluran distribusi, supplier, dan pesaing bisnis. Brownies Cinta mengoptimalkan pendistribusian produk dari dapur produksi sampai ke masing-masing outlet dengan membentuk divisi operasional. Untuk menjaga ketersediaan bahan baku Brownies Cinta menjalin kerja sama dengan supplier seperti tepung terigu, gula, telur. Sedangkan untuk menghadapi pesaing bisnis sejenis Brownies Cinta mempertahankan stabilitas rasa

b. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah strategi bersaing dengan meningkatkan produk yang dihasilkan melalui penetrasi pasar, pengembangan pasar, atau pengembangan produk.

Strategi Brownies Cinta untuk meningkatkan sasaran pasar Brownies Cinta menggunakan Brand Development dalam memperkuat produknya. Melalui Brand Development mencari tahu keinginan pasar, untuk promosi produknya dilakukan secara online dan offline.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah strategi bisnis dengan menambah produk baru yang berkaitan dengan produk sebelumnya, atau menciptakan produk baru yang tidak ada kaitannya dengan produk sebelumnya. Berkaitan dengan strategi ini Brownies Cinta menambah produk baru yang masih ada kaitannya dengan produk sebelumnya, yaitu dengan berinovasi menambah varian rasa.

d. Strategi Divensif

Strategi divensif adalah strategi yang dilakukan untuk penyelamatan agar terhindar dari kerugian atau kebangkrutan. Untuk menghindari kerugian dan kebangkrutan pada UKM Brownies Cinta melalui efisiensi dengan penghematan terhadap pengeluaran rutin semua kegiatan perusahaan, serta melakukan evaluasi terhadap produk yang ditawarkan.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, menunjukkan bahwa tujuan dari penelitian tentang Strategi Pengembangan Bisnis melalui Analisis SWOT pada UKM Brownies Cinta telah tercapai dan diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diketahui yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dapat dilihat dari matrik SWOT berikut:

<p style="text-align: center;">IFAS</p>  <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p><i>STRENGTH</i> KEKUATAN</p>	<p><i>WEAKNESS</i> KELEMAHAN</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas 2. Bersertifikasi halal 3. Memiliki beragam varian rasa 4. Lokasi outlet strategis 5. Basic perusahaan relegius 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Leadership yang kurang 2. Kurang efektif dalam memanfaatkan teknologi 3. Kemasan kurang menarik 4. Saluran promosi ke instansi belum maksimal
<p><i>OPPORTUNITIES</i> PELUANG</p>	<p>STRATEGI SO</p>	<p>STRATEGI WO</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar terhadap Brownies Cinta meningkat 2. Membuka lapangan pekerjaan 3. Banyak media untuk promosi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas mutu produk untuk menjaga kepercayaan konsumen. 2. Melakukan inovasi produk untuk memenuhi permintaan pasar. 3. Mempertahankan kehalalan produk dan berpegang teguh pada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas SDM terutama yang berhubungan dengan kepemimpinan. 2. Meningkatkan pemanfaatan kemajuan teknologi untuk mempromosikan produk ke pasar.

	prinsip bisnis Islami. 4. Meningkatkan saluran promosi melalui sosial media.	3. Melakukan inovasi terhadap kemasan produk untuk menarik perhatian konsumen.
<i>THREAD</i> ANCAMAN	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Kenaikan harga bahan baku 2. Banyaknya kompetitor usaha kue lainnya 3. Menurunnya penjualan	1. Mempertahankan stabilitas rasa walaupun ada kenaikan harga bahan baku 2. Memberikan penawaran yang menarik yang berbeda dari kompetitor.	1. Meningkatkan kualitas SDM agar mampu bersaing dan menghadapi kompetitor. 2. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Gambar. 4.4. Gambar Matrik SWOT

2. Berdasarkan hasil identifikasi lapangan ada kesesuaian antara alternatif strategi dari hasil analisis SWOT dengan strategi yang dijalankan Brownies Cinta yaitu dari strategi integrasi untuk mengoptimalkan pendistribusian produk dengan memiliki divisi operasional serta menjalin kerja sama dengan supplier untuk memastikan ketersediaan bahan baku. Strategi intensif dilakukan melalui brand development untuk mengetahui keinginan pasar. Strategi diversifikasi dilakukan dengan menambah varian rasa menjadi beragam dan menambah produk baru selain brownies, sedangkan strategi divensif dilakukan dengan efisiensi kegiatan perusahaan dan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2014). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media.
- Eriyani, T., Iwan, S., & Indra, M. (2018). *Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Budi Utaman.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Strategis*. Bandung: Alfabeta
- Fattah, Nanang. (2015). *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Harsono. (2019). *Ethnografi Pendidikan Suatu Desain Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Gumpang Agung III.
- Kementerian koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah Menurut UU No. 20 tahun 2008.
Retrieved November 6, 2019.
- Milles, M. B., & Huberman, M. A. (2016). *Qualitative Data Analysis: an Expanded Sourcebook (2 rd ed)*. London: Sage Publication.
- Nawawi, Zuhrinal M. (2015). *Kewirausahaan Islam*. Medan: Febi UIN-SU.
- Nur'aini, Fajar. (2019). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Rachmat. (2014). *Management Strategik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama Pustaka.
- _____. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama Pustaka.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.

Bandung: Alfabeta.

———. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.

Bandung: Alfabeta.

Susila, Ihwan. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Strategi*. Kartasura: MUP.