



ANALISA SWOT KEBERHASILAN USAHA PADA PRODUK PEWANGI LAUNDRY “MJL” (STUDI PADA TOKO HAYYU BERKAH DI CIKARANG SELATAN)

Biaggi Armanda Susilo¹, R.R Wening Ken Widodasih², Kurbandi Satpatmantya BR³
^{1,2,3}Universitas Pelita Bangsa. Indonesia

History Article

Article history:

Received Mei 18, 2023
Approved Mei 27, 2023

Keywords:

Laundry perfume ,
Swot Analysis,
Fragrance Products

ABSTRACT

Laundry perfume is a liquid with a chemical base made from a variety of mixed ingredients that can be used to scent clothes. With a wide determination of fragrance fragrances to perfume the clothes of the clothes. The laundry at the laundry is dominated by this fragrance. Even when opened from the packaging, the scent of the clothes is completely absorbed and when worn it will feel refreshing. This laundry perfume can be used to scent washed clothes when they are washed, when they are ironed by spraying, and when they are packed. Please note that the perfume used in all three processes must be the same. This study aims to analyse the Swot Analysis of Business Success in Laundry Fragrance Products "MJL" (Study at Hayyu Berkah Store in South Cikarang). Collect data through interviews, observation, and documentation. Primary and secondary data will be used by researchers in this study. Direct interviews with informants, especially the owner of Hayyu Berkah Shop in South Cikarang were used to collect primary data. This interview includes a list of questions. Since primary data is only collected after the research project is developed, there is no risk of outdatedness. Secondary data is information collected by researchers from government agencies, books or journals, and library data. Based on the SWOT analysis that has been conducted, it can be concluded that the "MJL" laundry fragrance product business has strengths including quality products, competitive prices, and a wide market reach. However, this business also has several weaknesses such as lack of promotion and marketing, and dependence on several raw material suppliers.

ABSTRAK

Parfum laundry adalah cairan dengan bahan dasar kimia yang terbuat dari berbagai macam bahan campuran yang dapat digunakan untuk mengharumkan pakaian. Dengan penentuan

wewangian yang luas untuk mengharumkan pakaian dari pakaian. Hasil cucian di laundry didominasi oleh pewangi pakaian ini. Bahkan saat dibuka dari kemasannya, aroma dari pakaian tersebut benar-benar meresap dan saat dikenakan akan terasa menyegarkan. Parfum laundry ini bisa digunakan untuk mengharumkan pakaian yang sudah dicuci saat dicuci, saat disetrika dengan cara disemprot, dan saat dikemas. Harap diingat bahwa parfum yang digunakan dalam ketiga proses tersebut harus sama. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisa Analisa Swot Keberhasilan Usaha Pada Produk Pewangi Laundry "MJL" (Studi Pada Toko Hayyu Berkah Di Cikarang Selatan). Mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data primer dan sekunder akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Wawancara langsung dengan informan, khususnya pemilik Toko Hayyu Berkah di Cikarang Selatan digunakan untuk mengumpulkan data primer. Wawancara ini termasuk daftar pertanyaan. Karena data primer hanya dikumpulkan setelah proyek penelitian dikembangkan, tidak ada risiko kedaluwarsa. Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari lembaga pemerintah, buku atau jurnal, dan data perpustakaan. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha produk pewangi laundry "MJL" memiliki kekuatan diantaranya produk berkualitas, harga yang kompetitif, dan jangkauan pasar yang luas. Namun, usaha ini juga memiliki beberapa kelemahan seperti kurangnya promosi dan pemasaran, serta ketergantungan pada beberapa pemasok bahan baku

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: biaggiarmanda11@mhs.pelitabangsa.ac.id

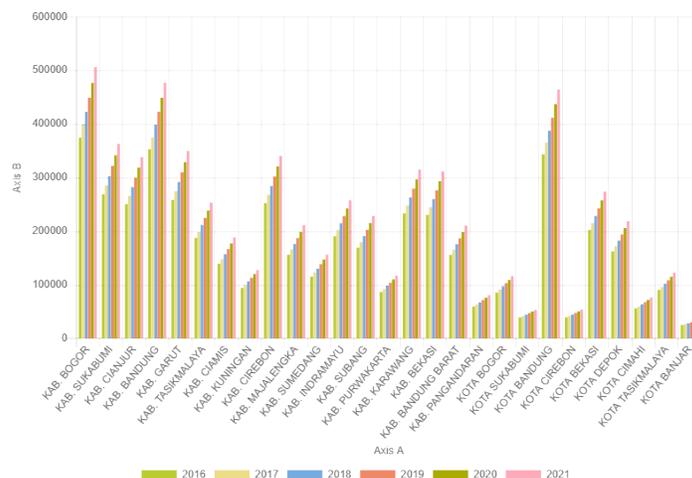
PENDAHULUAN

Pada zaman yang serba sibuk dan padat seperti saat ini, banyak orang memilih untuk menggunakan jasa laundry untuk mencuci pakaian mereka. (Mudrajad Kuncoro, 2005) Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu competition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Pewangi laundry "MJL" merupakan produk yang digunakan sebagai bahan tambahan pada proses pencucian pakaian di industri laundry atau jasa pencucian pakaian. Pewangi laundry tersebut memiliki aroma yang khas dan mampu memberikan keharuman pada pakaian yang dicuci.

Toko Hayyu Berkah dipilih sebagai objek studi karena merupakan salah satu toko yang menjual produk pewangi laundry "MJL". Dengan melakukan analisis SWOT terhadap produk ini, (Freddy, 2013) Analisis SWOT diartikan sebagai : "analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats)". Diharapkan dapat ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha UMKM di Indonesia, khususnya dalam menjual produk pewangi laundry "MJL". Faktor-faktor tersebut dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan dalam mengembangkan bisnis UMKM di masa depan.

(Rudi, 2013) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Usaha kecil dan menengah (UKM) akan terus mendominasi ekonomi global, dan negara yang memperkuat hubungannya dengan UKM akan mampu bersaing di pasar global (Naisbit, 1994).



Gambar 1. 1 Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat

Sumber : Open Data Jabar (2016-2021)

Parfum laundry “MJL” yang berperan penting dalam industri laundry merupakan salah satu brand yang menawarkan peluang bisnis di sektor pewangi laundry yang berkembang pesat. (Helmet, 2012) Keberhasilan merupakan suatu pencapaian terhadap keinginan yang telah kita niatkan untuk kita capai atau kemampuan untuk melewati dan mengatasi diri dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat. Keberhasilan erat kaitannya dengan kecermatan kita dalam menentukan tujuan sedangkan tujuan merupakan suatu sasaran yang sudah kita tentukan. (Griffin, 2007) bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. (Madura, 2001) Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. (Affeldt, 1985) bisnis adalah sebuah organisasi atau sistem ekonomi di mana barang dan jasa dipertukarkan menjadi bentuk lain atau dalam bentuk uang. Setiap bisnis membutuhkan investasi dan pelanggan yang cukup untuk menjual keluarannya pada kuantitas tertentu untuk menghasilkan keuntungan. Bisnis dapat dimiliki secara pribadi, bukan untuk keuntungan pribadi.

METODE

Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. (Bogdan, R. C., Biklen, 1992) mengemukakan pendapat bahwa penelitian kualitatif adalah langkah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau ucapan, serta perilaku orang yang diamati. Penelitian ini bertujuan mendapatkan pemahaman yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial dari sudut pandang partisipan. (Sugiyono, 2012) mengemukakan pendapat mengenai metode kualitatif yakni suatu penelitian yang berdasarkan filsafat postpositivisme, yang mana digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, disini posisi peneliti sebagai instrument kunci, kemudian teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisa data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian menekankan pada makna dibandingkan generalisasi.

Dalam penelitian kualitatif, (Sugiyono, 2015) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Menurut (Helaluddin & Hengki Wijaya, 2019) triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

(Crozier et al., 1994) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode, (2) triangulasi antar-peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok), (3) triangulasi sumber data, dan (4) triangulasi teori.

1. Triangulasi metode dilakukan dengan mengumpulkan data dengan metode lain. Sebagaimana diketahui, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang tepat dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan dari metode-metode tersebut. Peneliti dapat menggabungkan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Peneliti dapat juga menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya (Pradistya, 2021).
2. Triangulasi antar-peneliti dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini untuk memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian (Denkin, n.d.).
3. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Moleong, 2006)
4. Triangulasi teori hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau thesis statement. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan (Denkin, n.d.).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Apa kekuatan yang dimiliki bisnis produk pewangi laundry “MJL” dalam meningkatkan pendapatan Toko Hayyu Berkah? Contohnya, apakah bisnis memiliki produk atau layanan yang sangat diminati pasar?

Bisnis produk pewangi laundry "MJL" mungkin memiliki beberapa kekuatan yang dapat membantu meningkatkan pendapatan Toko Hayyu Berkah. Salah satu kekuatan bisnis ini mungkin adalah produknya yang sangat diminati pasar. Jika produk MJL telah menjadi merek yang dikenal luas di masyarakat dan memiliki reputasi yang baik sebagai pewangi laundry yang berkualitas, maka hal ini dapat membantu meningkatkan penjualan Toko Hayyu Berkah. Selain itu, MJL mungkin juga memiliki keunggulan dalam hal harga, kualitas, atau fitur produk yang dapat membedakan mereka dari pesaing lainnya di pasar. Dalam hal ini, Toko Hayyu Berkah dapat memanfaatkan keunggulan ini untuk memasarkan produk MJL secara lebih agresif dan memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, perlu diingat bahwa faktor lain seperti promosi, distribusi, dan manajemen bisnis juga sangat penting dalam meningkatkan pendapatan sebuah toko. (R.Terry, 2010) manajemen merupakan sebuah proses khas yang mana tersusun dari perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, serta penggerakan. Keempat hal ini dilakukan untuk mencapai sasaran atau target yang telah ditentukan dengan memanfaatkan semua sumber daya.

Menurut (David, 2005) strength merupakan sumber daya dengan kata lain resources, kemampuan atau skill, serta keunggulan perusahaan yang memiliki hubungan dengan kompetitor suatu perusahaan. Kekuatan merupakan keunggulan kompetitif untuk organisasi di pasar.

Kekuatan (Strengths)

- 1) Kualitas produk yang baik Produk “MJL” terkenal karena kualitasnya yang baik, sehingga dapat menarik pelanggan dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal.
- 2) Efisiensi produksi pewangi laundry “MJL” memiliki sistem produksi yang efisien, sehingga dapat menghasilkan produk dengan biaya produksi yang rendah dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.
- 3) Inovasi produk pewangi laundry “MJL” senantiasa mengembangkan produk-produk baru dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- 4) Manajemen yang baik Manajemen Toko Hayyu Berkah memiliki pengalaman dan kemampuan dalam mengelola usaha secara efektif dan efisien.
- 5) Sumber daya manusia yang berkualitas Toko Hayyu Berkah memiliki tim yang terdiri dari tenaga kerja yang terlatih dan berkualitas, sehingga dapat memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas tinggi.
- 6) Keuangan yang sehat dan stabil, sehingga dapat melakukan investasi dan ekspansi dengan percaya diri.
- 7) Ketersediaan bahan baku yang memadai untuk memenuhi permintaan pasar.
- 8) Lokasi yang strategis, Toko Hayyu Berkah berlokasi di daerah yang strategis dan mudah diakses oleh pelanggan.
- 9) Fasilitas produksi yang memadai produk “MJL” memiliki fasilitas produksi yang modern dan memadai untuk memproduksi produk dengan kapasitas yang cukup.

B. Apa kelemahan dari bisnis produk pewangi laundry “MJL” yang dapat menghambat pertumbuhan pendapatan Toko Hayyu Berkah? apakah bisnis memiliki biaya overhead yang tinggi atau kurang efisien dalam operasional?

Bisnis produk pewangi laundry "MJL" mungkin memiliki beberapa kelemahan yang dapat menghambat pertumbuhan pendapatan Toko Hayyu Berkah. Salah satu kelemahan yang mungkin dimiliki bisnis ini adalah biaya overhead yang tinggi. Jika bisnis MJL memiliki biaya overhead yang tinggi seperti biaya sewa, listrik, dan gaji karyawan yang tinggi, maka hal ini dapat mempengaruhi profitabilitas bisnis dan akhirnya menghambat pertumbuhan pendapatan Toko Hayyu Berkah. Selain itu, MJL juga mungkin kurang efisien dalam operasional, seperti kurangnya kontrol kualitas atau kurangnya pengelolaan persediaan yang tepat. Jika hal ini terjadi, bisnis dapat mengalami kerugian karena biaya produksi yang tidak terkontrol atau persediaan yang tidak terkelola dengan baik, dan akhirnya dapat mempengaruhi ketersediaan produk MJL di toko dan pertumbuhan pendapatan Toko Hayyu Berkah secara keseluruhan. Oleh karena itu, Toko Hayyu Berkah perlu memperhatikan secara cermat efisiensi operasional dan biaya overhead bisnis MJL untuk memaksimalkan profitabilitas dan pertumbuhan bisnis mereka. (Sujuti, 1997) keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya dan menjadi bagian utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Menurut (David, 2005) weakness yaitu keterbatasan sumber daya dalam perusahaan baik dalam kemampuan, serta kapabilitas yang secara langsung menurunkan tingkat kinerja perusahaan. Kelemahan tersebut berupa fasilitas yang tidak baik, sumber daya keuangan yang kurang memadai, kemampuan dalam manajemen serta kemampuan pemasaran yang lemah.

Kelemahan (Weaknesses)

- 1) Kurangnya brand awareness Meskipun kualitas produk “MJL” baik, tetapi brand awareness masih perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepercayaan dan kesadaran pelanggan tentang merek ini.
- 2) Ketergantungan pada beberapa pemasok “MJL” masih ketergantungan pada beberapa pemasok, sehingga dapat mempengaruhi produksi jika terjadi masalah dengan pemasok.
- 3) Kurangnya diversifikasi produk Produk “MJL” terbatas pada pewangi laundry saja, sehingga dapat membatasi pasar dan pertumbuhan perusahaan.

C. Apa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan Toko Hayyu Berkah? apakah Toko Hayyu Berkah dapat memperluas produk atau layanan untuk menjangkau pasar yang lebih luas?

Toko Hayyu Berkah dapat memanfaatkan beberapa peluang untuk meningkatkan pendapatan mereka. Salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan adalah dengan memperluas produk atau layanan yang ditawarkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Misalnya, Toko Hayyu Berkah dapat memperluas lini produk mereka untuk mencakup produk-produk seperti deterjen atau pelembut pakaian, atau bahkan menawarkan jasa laundry kiloan atau cuci sepatu. Hal ini dapat membantu menarik pelanggan yang membutuhkan layanan tambahan selain pewangi laundry, dan dapat membantu memperluas pangsa pasar Toko Hayyu Berkah. Selain itu, Toko Hayyu Berkah juga dapat memanfaatkan peluang dalam hal pemasaran dan promosi. Mereka dapat meningkatkan visibilitas toko mereka dengan beriklan di media sosial atau platform online, atau bahkan membuat program loyalty atau reward bagi pelanggan setia. Dengan demikian, Toko Hayyu Berkah dapat meningkatkan kesadaran merek mereka dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, sambil menarik pelanggan baru untuk meningkatkan pendapatan mereka. (Harnanto, 2019) menuliskan bahwa pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya.

Menurut (David, 2005) Opportunities yaitu suatu kondisi yang menguntungkan perusahaan. Meningkatnya teknologi, semakin baiknya hubungan perusahaan dengan pembeli menjadi salah satu gambaran opportunities untuk perusahaan.

Peluang (Opportunities)

- 1) Perubahan gaya hidup dan tren konsumen Pelanggan semakin menyadari pentingnya menjaga kebersihan pakaian dan rumah, sehingga dapat meningkatkan permintaan produk “MJL”.
- 2) Peraturan dan kebijakan pemerintah Pemerintah mulai memberlakukan kebijakan lingkungan yang ketat, sehingga Toko Hayyu Berkah dapat mengambil kesempatan untuk mengembangkan produk yang ramah lingkungan.
- 3) Perubahan teknologi Kemajuan teknologi dapat membantu produk “MJL” untuk mengembangkan sistem produksi dan pemasaran yang lebih efektif.
- 4) Potensi pasar global Peluang untuk memperluas pasar ke luar negeri masih terbuka lebar.

- 5) Potensi kemitraan dengan bisnis Produk pewangi laundry lain produk “MJL” dapat menjalin kerja sama dengan bisnis laundry untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

D. Apa ancaman yang dapat mempengaruhi pertumbuhan pendapatan bisnis pewangi laundry “MJL”? apakah terdapat persaingan yang sangat ketat dalam industri yang sama atau adanya perubahan regulasi yang dapat mempengaruhi bisnis secara negatif?

Terdapat beberapa ancaman yang dapat mempengaruhi pertumbuhan pendapatan bisnis pewangi laundry "MJL". Salah satu ancaman yang signifikan adalah persaingan yang sangat ketat dalam industri yang sama. Jika terdapat pesaing yang menawarkan produk atau layanan yang serupa dengan MJL, atau bahkan dengan harga yang lebih murah atau kualitas yang lebih baik, hal ini dapat mempengaruhi penjualan MJL dan mengurangi pendapatan Toko Hayyu Berkah. Selain itu, MJL juga dapat terpengaruh oleh perubahan regulasi atau kebijakan pemerintah yang mempengaruhi industri laundry. Jika terdapat peraturan baru yang membatasi penggunaan bahan kimia dalam produk pewangi laundry, misalnya, atau memerlukan sertifikasi tambahan untuk produk-produk tersebut, hal ini dapat meningkatkan biaya produksi MJL dan mengurangi profitabilitas bisnis, sehingga berdampak negatif pada pendapatan Toko Hayyu Berkah. Oleh karena itu, Toko Hayyu Berkah perlu memantau persaingan di industri laundry dan selalu memperhatikan perubahan regulasi yang dapat mempengaruhi bisnis pewangi laundry "MJL" untuk mengambil tindakan yang tepat dan menjaga pertumbuhan pendapatan bisnis mereka. (Soekartawi, 2012) menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.

Menurut (David, 2005) threats yaitu suatu kondisi yang tidak baik atau tidak memberi keuntungan untuk perusahaan. Ancaman adalah gangguan utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan Peraturan baru dari pemerintah atau yang telah diganti dapat menjadi salah satu ancaman perusahaan dalam meraih tujuan.

Ancaman (Threats)

- 1) Persaingan yang ketat Industri pewangi laundry sangat kompetitif, sehingga produk “MJL” harus bersaing dengan merek-merek terkenal dan berpengalaman di pasar.
- 2) Fluktuasi harga bahan baku Ketersediaan bahan baku dapat dipengaruhi oleh fluktuasi harga, sehingga dapat mempengaruhi biaya produksi dan keuntungan perusahaan.
- 3) Perubahan kebijakan pemerintah Perubahan kebijakan pemerintah tentang lingkungan, tenaga kerja, dan pajak dapat mempengaruhi operasi dan profitabilitas produk “MJL”.
- 4) Krisis ekonomi Krisis ekonomi dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan mengurangi permintaan terhadap produk “MJL”.
- 5) Ancaman produk pengganti Produk pengganti seperti deterjen dan pewangi pakaian lainnya dapat menjadi ancaman bagi produk “MJL”, terutama jika produk tersebut ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau kualitas yang sama atau lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha produk pewangi laundry "MJL" memiliki kekuatan diantaranya produk berkualitas, harga yang kompetitif, dan jangkauan pasar yang luas. Namun, usaha ini juga memiliki beberapa kelemahan seperti kurangnya promosi dan pemasaran, serta ketergantungan pada beberapa pemasok bahan baku.

Usaha produk pewangi laundry "MJL" memiliki beberapa kekuatan seperti produk yang berkualitas, pelayanan yang memuaskan, dan harga yang bersaing. Namun, terdapat beberapa kelemahan seperti kurangnya variasi produk, kurangnya promosi, dan belum optimalnya penggunaan teknologi. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah meningkatnya permintaan pasar akan jasa laundry, potensi pengembangan produk, dan peluang ekspansi usaha. Namun, ada juga ancaman yang harus dihadapi seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan tren dan gaya hidup konsumen, serta fluktuasi harga bahan baku. Dalam rangka mengembangkan usaha dan bertahan di pasar yang semakin kompetitif, MJL harus memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya, memperbaiki kelemahan, dan memanfaatkan peluang yang tersedia dengan menghadapi ancaman yang ada.

Disisi peluang, terdapat potensi pasar yang luas di kota-kota besar, kenaikan permintaan produk pewangi laundry, serta adanya kemungkinan untuk melakukan ekspansi bisnis ke luar kota. Namun, ada juga beberapa ancaman yang harus dihadapi, seperti persaingan yang ketat dari bisnis sejenis, adanya peraturan pemerintah yang dapat mempengaruhi bisnis, dan fluktuasi harga bahan baku.

SARAN

Saran yang diberikan atas hasil penelitian yang telah dilakukan adalah dengan menyusun strategi sebagai berikut :

- 1) Tingkatkan promo – promo dan pemasaran produk agar dapat menarik minat pelanggan potensial.
- 2) Upayakan untuk mengurangi ketergantungan pada beberapa pemasok bahan baku agar dapat meminimalkan risiko pasokan yang tidak stabil.
- 3) Lakukan ekspansi bisnis ke luar kota dan meningkatkan kualitas produk agar dapat memenangkan persaingan dengan bisnis sejenis.
- 4) Lakukan diversifikasi bahan baku yang digunakan agar tidak terlalu terpengaruh oleh harga bahan baku tertentu sehingga fluktuasi bahan baku dapat diatasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanto, S. (Ed.). (2019). PENEROKA Kepemimpinan Sekolah. PT. Elex Media Komputindo.
- Affeldt, J. E. (1985). Feasibility study. Hospitals. <https://doi.org/10.4018/978-1-59140-055-4.ch008>
- Alma, B. (Ed.). (2014). Kewirausahaan. Alfabeta.
- Angraeni, Feni D, Hardjanto, Imam, Hayat, A. (2012). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). In Jurnal Administrasi Publik (JAP).
- Arikunto, S. (2006). Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta. Afuar, A. (Ed.). (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei Pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung).
- BAPPENAS (Ed.). (2017). Metadata Indikator Tujuan Pembangunan. Berkelanjutan (TPB)/Sustainable Development Goals (SDGs) Indonesia.
- Bismala, L. (Ed.). (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. Enterpreuner Dan Enterpreneurship.
- Bogdan, R. C., Biklen, S. K. (1992). Qualitative Research for Education: an Introduction to Theory and Methods. Allyn & Bacon.
- Crozier, G., Denzin, N., & Lincoln, Y. (1994). Handbook of Qualitative Research. British Journal of Educational Studies, 42(4), 409. <https://doi.org/10.2307/3121684>
- David, F. R. (2005). Manajemen Strategi. Salemba Empat.
- DP, R. (2016). Kajian Keberhasilan Program Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Umkh) Pangan Direktorat Surveilans dan Penyuluhan Keamanan Pangan dalam Penerapan Prinsip Keamanan Pangan.
- Denkin, N. K. (n.d.). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. <http://mudjiarahardjo.com/artikel/270.html?task=view>
- Ferrel, O. , & D, H. (Eds.). (2005). Marketing Strategy. Thomson Corporation.
- Freddy, R. (2013). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, R. W. dan R. J. E. (2007). BISNIS (Delapam). Erlangga. Harnanto. (2019). Dasar Dasar Akuntansi (2nd ed.). Andi.
- Helaluddin & Hengki Wijaya. (2019). Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray Makassar.
- Helmet, D. (2012). Tentang Kenyataan. Rumah Makna. <http://iinxsolihin16.blogspot.com/2012/07/definisi-sukses-dalam-kehidupan.html#.US1hMdnXinA>
- Madura, J. (2001). Pengantar Bisnis Buku 2. Salemba Empat.
- Michael, A. H., & Dkk (Eds.). (1997). Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan Globalisasi. Erlangga.
- Moleong, L. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya. Mudrajad Kuncoro. (2005). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Erlangga.
- Naisbit, J. (1994). “Global Paradox”The Bigger the World Economy, The More powerful it’s Smallest Players. William Morrow and Company Inc.
- Nayla, A. (Ed.). (2014). Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba. Laksana. Noor, F. H. (Ed.). (2013). Ekonomi Manajerial. Rajawali Pers.
- Philip, K., & Kevin, L. K. (Eds.). (2009). “Manajemen Pemasaran.” Index.

- Pradistya, R. M. (2021). Teknik Triangulasi dalam Pengolahan Data Kualitatif. Dqlab.Id. <https://dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif>
- Riyanti, B. P. dwi (Ed.). (2003). Kewirausahaan dari sudut pandang psikologi kepribadian. Grasindo.
- R.Terry, G. dan L. W. R. (2010). Dasar-Dasar Manajemen. Bumi Aksara.
- Rudi, T. M. (2013). Pedoman penyusunan Standard operating prosedur (2013th ed.). Maiesta.
- Soekartawi. (2012). No TitleFaktor-faktor Produksi. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). ALFABETA.
- Sugiyono, P. "Dr. (2016). metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Cv.
- Sujuti, J. (1997). Penelitian Tentang Kewirausahaan Dalam Rangka Pengembangan Disiplin Ilmu Kewirausahaan (Makalah Se). IKOPIN.
- Sulistiyastut, D. R. (2004). DINAMIKA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001. Ekonomi Pembangunan, 143– 164.
- Sunyoto, D. (2015). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Center for Academic Publishing Service.
- Suryana (Ed.). (2013). Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Salemba Empat.
- Suryana, Y. dan K. B. (2011). Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Kencana.
- Suryana Yuyus, dan K. B. (2013). Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses. Kencana.
- Suyatno (Ed.). (2010). Pengaruh Aspek Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Industri Makanan Bersekala Kecil di Surakarta.
- Tohar, M. (2000). Membuka usaha kecil. Kanisius.
- Willis, R. (Ed.). (2013). Analisis swot industri anyaman pandan sakayan kampung lubuk sariak nagari kambang utara kecamatan lengayang kabupaten pesisir selatan.
- Yuswanto, M. I., & Widjajakusuma, M. K. (Eds.). (2003). Manajemen Strategis Perspektif Syariah. Khairul Bayaa.