

**IDENTIFIKASI PELUANG PENGEMBANGAN USAHA PECEL LELE DI  
BANDAR LAMPUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**DIO FEBRIAN PRATAMA  
NPM 1816051062**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

## **ABSTRAK**

### **IDENTIFIKASI PELUANG PENGEMBANGAN USAHA PECEL LELE DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Dio Febrian Pratama**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan usaha pada usaha pecel lele di Kota Bandar Lampung dengan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam. Data diambil dengan teknik *snowball sampling* dan analisis data dilakukan dengan bantuan matriks evaluasi faktor internal (IFE), evaluasi faktor eksternal (EFE), dan matriks SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kondisi usaha pecel lele di Kota Bandar Lampung berada pada kuadran II yaitu strategi diversifikasi. Rumusan strategi pada usaha pecel lele di Bandar Lampung didasari pada strategi ST, yaitu memanfaatkan kekuatan untuk memimalkan dan menghadapi ancaman.

**Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Analisis Lingkungan Internal, Analisis Lingkungan Eksternal, Analisis SWOT**

## **ABSTRACT**

### **STRATEGY ANALYSIS OF CATFISH PECCEL BUSINESS DEVELOPMENT IN BANDAR LAMPUNG CITY**

**By**

**DIO FEBRIAN PRATAMA**

*This study aims to determine alternative business development strategies in the catfish pecel business in Bandar Lampung City by analyzing the internal environment and the external environment. This type of research uses a qualitative approach. Data collection was done by observation, documentation and in-depth interviews. The data was taken by snowball sampling technique and data analysis was carried out with the help of the internal factor evaluation matrix (IFE), external factor evaluation (EFE), and the SWOT matrix. Based on the results of the study, it can be concluded that the condition of the catfish pecel business in Bandar Lampung City is in quadrant II, namely the diversification strategy. The formulation of the strategy for the catfish pecel business in Bandar Lampung is based on the ST strategy, which is to utilize strengths to minimize and deal with threats.*

***Key words: Business Development Strategy, Internal Environmental Analysis, External Environmental Analysis, SWOT Analysis***

**IDENTIFIKASI PELUANG PENGEMBANGAN USAHA PECEL LELE DI  
BANDAR LAMPUNG**

Oleh  
**DIO FEBRIAN PRATAMA**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar**

**SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**Pada**

**Program Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

Judul Skripsi : **IDENTIFIKASI PELUANG PENGEMBANGAN USAHA  
PECEL LELE DI BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Dio Febrian Pratama**


Nomor Pokok Mahasiswa : **1816051062**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. Komisi Pembimbing

  
**Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.**  
NIP 19740918 200112 1 001

  
**Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si.**  
NIK 231704 850404 201

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

  
**Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.**  
NIP 19740918 200112 1 001

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.**

**Sekretaris : Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si.**

**Penguji : Deddy Aprilani., S.A.N., M.A.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**  
**NIP 19610807 198703 2 001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Agustus 2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 22 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Dio Febrian Pratama  
NPM. 1816051062

## RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap peneliti Dio Febrian Pratama, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 27 Februari 1999, anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Niksen dan Ibu Darriyah. Pendidikan formal yang pernah peneliti tempuh dan selesaikan adalah pendidikan di Taman Kanak-Kanak Kartika II-6 pada tahun 2005, Sekolah

Dasar Negeri (SDN) 1 Langkapura pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 14 Bandar Lampung pada tahun 2014, dan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 4 pada tahun 2017.

Pada tahun 2018 peneliti melanjutkan pendidikan pada Universitas Lampung, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama menjadi mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, peneliti sempat aktif dalam beberapa kegiatan di jurusan sebagai Kepala Bidang (KABID) Data Informasi dan Konsultasi Akademik (DIKA) HMJ ILMU ADMINISTRASI BISNIS periode 2020, Penulis telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Langkapura Baru, Kecamatan Langkapura pada tahun 2021, Penulis juga telah menyelesaikan masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) sekaligus bekerja di CV. Lamtoro Nusantara, Penulis Juga terdaftar sebagai mahasiswa penerima Beasiswa Bank Indonesia (BI) serta tergabung pada Komunitas Penerima Beasiswa Generasi Baru Indonesia (GenBI) pada tahun 2021-2022.



## MOTTO

*“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan  
menguji kekuatan akarnya”*

(Ali bin Abi Thalib)

*“Start now. Start where you are. Start with fear. Start with pain. Start with  
doubt. Start with hand shaking. Start with voice trembling; but Start. Start  
and don't stop. Start where you are, with what you have. Just Start!”*

(Unknown Person)

*“Jangan pernah membunuh mimpimu, karena sekeras-kerasnya kau pukul  
dan sedalam-dalamnya kau kubur, dia hanya akan pingsan dan bangkit di  
usia tua dalam bentuk penyesalan. Jadi kejarlah mimpimu sesusah, sejauh  
dan setinggi apapun itu”*

(Pandji Pragiwaksono)

## **PERSEMBAHAN**

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkat rahmat, dan hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan,

Dengan kerendahan hati dan ketulusan, kupersembahkan skripsi ini kepada:

### **Papa Niksen (Alm) dan Mama Darriyah**

Tulisan ini sebagai wujud tanda terima kasih dan kewajibanku sebagai seorang anak. Terima kasih atas doa, kasih sayang, kesabaran dan dukungan yang telah diberikan hingga saat ini.

### **Saya Sendiri**

Tulisan ini sebagai apresiasi kepada diri saya sendiri yang telah berada di fase ini dengan melewati seluruh hambatan. Terima kasih telah tumbuh lagi saat patah dan bangkit lagi saat jatuh. Selamat berproses lagi dan temukan jalan lainnya.

serta

**Almamater Universitas Lampung**

## SANWACANA

Puji syukur yang tak terhingga peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, ridho dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Identifikasi Peluang Pengembangan Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung**”. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW atas kebenaran firman dan cahaya penerang zaman yang dibawa oleh-Nya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Peneliti mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak saat menyusun skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas karunia, berkah, kuasa dan petunjuk yang selama ini diberikan dalam hidup ini. Nabi Muhammad SAW atas syafaatnya kepada umat manusia hingga akhir zaman.
2. Kedua orang tua tercinta Papa dan Mama. Ma terimakasih ya sudah membesarkan abang dengan segala perjuangan dan pengorbanan selama ini. Terimakasih sudah selalu ada dan mengusahakan segala hal hingga abang bisa sampai ketahap ini. Abang tau pasti berat untuk membesarkan 2 anak laki-laki tanpa seorang ayah yang membimbing. Mama pasti sering kecewa, sedih, kesal ataupun marah sama abang tapi liat ma sekarang mama udah bisa sedikit lega dan berikan sebagian beban mama ke abang. Lihat ma sekarang, mama berhasil membesarkan salah satu anak jagoan mama sampai ketahap ini sendirian. Terimakasih atas segala perjuangan mama, waktunya untuk abang yang berusaha membahagiakan mama. Sehat terus ya mama, semoga allah melindungi kita semua, memberikan umur yang panjang, kesehatan, rezeki untuk kita semua. Selanjutnya untuk papa, Pa terimakasih ya sudah membesarkan abang meskipun akhirnya papa pergi duluan dan gak bisa ngeliat abang. Jujur, berat rasanya untuk menjadi dewasa tanpa seorang ayah. Tanpa seorang yang membimbing, menjelaskan

cara menjadi laki-laki sejati yang bertanggung jawab seperti papa, cara untuk menjadi seseorang yang nantinya akan menjadi tulang punggung, cara menjadi kepala keluarga sebaik papa. Abang memang laki-laki, tapi ternyata berat untuk menjadi seorang laki-laki setangguh papa. Abang gak tau gimana caranya, udah gak ada orang yang bisa abang jadiin tumpuan dan sandara dari kerasnya hidup. Cuma ada mama dan bagaimanapun mama tidak setangguh papa meskipun beliau berusaha semaksimal mungkin. Tapi gapapa kok pa, walaupun banyak rintangan, beban, akhirnya abang pelan-pelan mengerti untuk menjadi seorang laki-laki seperti papa berkat mama dan orang-orang baik disekitar abang. Terimakasih atas pelajaran singkat yang papa berikan dulu meskipun abang sangat ingin untuk papa berdiri di depan GSG, menunggu abang keluar dan mengatakan “ini anak laki-laki papa”. Papa, semoga papa selalu diberikan tempat terbaik disisi Allah SWT.

3. Adikku Vio Dwi Chandra, terimakasih sudah menjadi adik yang baik. meskipun kamu kadang melakukan hal-hal yang membuat marah, tapi abang sadar mungkin memang aku yang salah tidak mendidikmu dengan baik. meskipun demikian, kamu udah menjadi seorang adik yang baik, yang selalu berusaha dengan segala keterbatasan. Berat mungkin bagimu untuk tumbuh tanpa seorang ayah dan hanya mengandalkan bimbingan seorang abang yang masih jauh dari kata baik. tapi lihat kamu sekarang, kamu sudah mejadi adik laki-laki yang dewasa tampan dan dapat di banggakan.
4. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si selaku Wakil Dekan Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

8. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung dan pembimbing utama skripsi peneliti. Terima kasih atas kesabaran, dukungan dan waktu yang telah bapak berikan dalam membimbing peneliti. Terima kasih atas arahan serta masukan yang bapak berikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Semoga Pak Ali selalu diberi kesehatan dan kemudahan.
9. Bapak Dr. K. Bagus. W., S.Sos., M.A.B selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Yang telah banyak membantu, mengarahkan peneliti serta berkontribusi kepada jurusan tercinta. Semoga bapak senantiasa diberikan kesehatan dan berada pada lindungan-Nya.
10. Ibu Hani Damayanti Aprilia., S.A.B., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu peneliti dari awal hingga akhir. Terima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing peneliti dan berdiskusi disela waktu sibuk. Terima kasih atas kesabaran, saran, masukan serta momen kebersamaan yang ibu berikan karena berkat Yunda peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah menjadi tempat berk kesah tentang skripsi dan masalah hidup yang peneliti rasakan. Semoga ibu selalu diberi kesehatan dan kebahagiaan.
11. Bapak Deddy Aprilani., S.A.N.,M.A. selaku dosen pembahas yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan saran perbaikan membangun yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi. Semoga kebaikan Bapak Deddy dibalas oleh Allah S.W.T.
12. Ibu Medya Destalia, S.A.B., M.A.B yang telah membimbing saya dari awal perkuliahan hingga akhir dalam setiap urusan perkuliahan. Semoga ibu selalu diberi kesehatan.
13. Terimakasih kepada seluruh jajaran dosen dan staf administrasi FISIP Universitas Lampung terutama jurusan Ilmu Administrasi Bisnis atas kebaikan dan ilmu-ilmu yang bermanfaat.
14. Terimakasih kepada keluarga besar Bapak Daud dan Ibu Hamdanah telah menjadi keluarga yang hangat bagi peneliti. Menerima, mengarahkan,

membantu dan menjadi bagian dari setiap cerita hidup peneliti. Semoga keluarga selalu sehat dan berada pada lindungan-Nya.

15. Terimakasih kepada keluarga besar Bapak Tjong Kai Fuk (Jujung) dan Ibu Erlin telah menjadi keluarga yang hangat bagi peneliti. Menerima, mengarahkan, membantu dan menjadi bagian dari setiap cerita hidup peneliti. Semoga keluarga selalu sehat dan berada pada lindungan-Nya.
16. Kepada Bapak Totok (Om Totok) terimakasih selama ini sudah menjadi individu yang selalu membimbing, mengarahkan, dan membantu penelitin dalam segala hal. Dari dulu Om Totok sudah berusaha yang terbaik hingga peneliti dapat mencapai tahap ini. Terimakasih Om atas segala yang telah om curahkan kepada peneliti, dan maaf jika peneliti memiliki salah ataupun kekurangan. Terkadang, harapan Om Totok dan bimbingan yang diberikan menyadarkan peneliti arti dari seorang Ayah. Om selalu memberikan yang terbaik agar peneliti menjadi seseorang yang berguna, menjadi versi terbaik sebagai individu. Terimakasih. Peneliti hanya dapat mendoakan semoga Om Totok selalu diberikan kesehatan, kelancaran dan kemudahan dalam segala urusan.
17. Terimakasih kepada Angraeny Levy Fadillah (Anggi) yang telah menjadi seseorang yang selalu mensupport, membantu, *take action*, memberi masukan, menemani, menghibur, selalu sabar dan selalu hadir disaat peneliti membutuhkan motivasi serta bantuan. Terimakasih sudah menjadi salah satu individu yang selalu ada di segala keadaan. Terimakasih berkat kamu, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dan pendidikan sarjana dengan baik. mungkin banyak ucapan terimakasih yang akan memenuhi lembar ini, maka akan peneliti singkat dengan doa, semoga Angraeny selalu diberikan kesehatan, kesabaran, kesuksesan, dan pundak yang kuat bagi seorang anak maupun individu di dunia sosial bermasyarakat. Semoga Angraeny selalu dalam lindungan-Nya.
18. Terimakasih kepada Ibu Nurul (Mba Nurul). Terimakasih sudah menjadi sosok seorang kaka perempuan yang sebelumnya tidak peneliti dapatkan. Terimakasih atas segala arahan, masukan, nasihan, waktu serta bantuan yang sudah Mba nurul berikan kepada Dio. Terimakasih sudah menjadi

sosok yang cukup penting bagi perkembangan dan hidup seorang Dio meskipun mungkin Mba Nurul pernah marah, kesel, ataupun kecewa atas tingkah laku yang Dio Lakukan. Tetapi semoga hubungan kita akan selalu terjaga. Dio doakan semoga Mba Nurul diberikan kesehatan, kelancaran dan kemudahan dalam menjalankan segala urusannya. Semoga cepet segera mendapatkan Jodoh yang terbaik. Terimakasih Mba Nurul.

19. Terimakasih Kepada Kawan-kawanku entah disebutnya apa karena punya banyak grup WhatsApp dengan isi anggota yang sama. Yang selalu kumpul hanya saat perayaan Ulang Tahun. Dona, Ima, Mute, dan personil tambahan yang hanya ada bergantung dari jodoh salah satu anggota dan yang selalu saya harapkan. Terimakasih sudah menjadi teman dan mewarnai dunia kampus meskipun dengan warna-warna yang berbeda. Terimakasih atas cerita, masukan, dan toleransi yang diberikan kepada peneliti. Peneliti hanya dapat mendoakan semoga kalian selalu diberikan kesehatan, kelancaran dan perlindungan-Nya. Pesen satu buat kalian, jangan mager! Ayo kejar topi togamu dan mari berproses bersama kembali di jenjang berikutnya.
20. Terimakasih kepada Ica dan Bintang sudah menjadi partner GenBI kabur-kaburan. Terutama Ica, sebagai sekretaris bidang, teman penerima beasiswa, teman kampus yang dapat diandalkan dan teman cerita meskipun banyak anda yang bercerita dibandingkan saya. terimakasih atas segala arahan dan bantuan yang telah diberikan kepada peneliti. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan, kelancaran dan perlindungan-Nya.
21. Kepada teman-teman HMJ Ilmu Administrasi Bisnis (Power Rangers) terimakasih telah menunjukkan arti kebersamaan dan perjuangan. Terimakasih telah menemani peneliti dalam berproses dan memberikan dukungan. Terimakasih kepada ketumku Indah, Sekumku Dwiki, Bendumku Dinda, dan jajaran Kepala Bidang dan Sekretaris Bidang (Ica, Totok, Diah, Witri, Sonya, Tesa, salsa, Ijal, Iza, Aldy, dan Caca) terimakasih atas segala pengalaman yang diberikan. Semoga Power Ranger dapat berubah dan melakukan metamorfosis menjadi individu terbaik versi dirinya masing-masing. Terimakasih dan doa yang terbaik untuk kalian.

22. Terimakasih kepada seluruh teman-teman angkatan 2018 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Sudah menjadi bagian dari peneliti berproses dan memberikan pelajaran yang cukup berarti bagi peneliti.
23. Terimakasih kepada teman-teman SMA yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah menjadi bagian dari peneliti berproses meskipun sudah lama tidak bertemu.
24. Terimakasih kepada seluruh Karyawan dan orang-orang yang ada dan pernah bekerja di CV.Lamtoro Nusantara yang telah memberikan pengalaman dan pelajaran bagi peneliti akan dunia kerja. Semoga kalian selalu dalam lindungan-Nya.
25. Terimakasih kepada tim KKN Kelurahan Langkapura Baru yang telah memberikan momen kebersamaan dan menjadi bagian dari proses perkuliahan.
26. Terimakasih untuk pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti. Terimakasih atas doa dan dukungannya hingga saat ini. Semoga Allah S.W.T membalas kebaikan kalian.
27. *Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.* Terimakasih kepada diri sendiri karena telah melakukan yang terbaik selama ini, meskipun mungkin terkadang merasa berat, capek dan ingin menyerah, terimakasih sudah percaya bahwa tubuh ini mampu membawa semua beban berat itu.

Bandar Lampung, 02 Agustus 2022  
Peneliti,

Dio Febrian Pratama



## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Strategi.....	9
2.1.1 Manajemen Strategi .....	12
2.2 Pengembangan Usaha.....	15
2.3 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) .....	15
2.4 Analisis Lingkungan.....	17
2.4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	18
2.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	19
2.5 Analisis <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT) .....	19
2.6 Matriks SWOT .....	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	22
2.8 Kerangka Pemikiran .....	25
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	26
3.2 Lokasi Penelitian .....	26
3.3 Fokus Penelitian .....	27
3.4 Subjek Penelitian .....	27
3.5 Jenis Data.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6.1 Observasi.....	29
3.6.2 Wawancara.....	29
3.6.3 Dokumentasi .....	31
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	31
3.8 Teknik Analisis Data .....	32

<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.2 Sejarah Pertumbuhan Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung.....	40
4.3 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele H.Mas Yanto Lamongan .	41
4.4 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele Pondok Biru Bu Lia.....	42
4.5 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele Bengkel Perut Mas Edi....	43
4.6 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele GE-MOL 99.....	44
4.7 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele Mas Roni .....	45
4.8 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele Mas Yanto .....	46
4.9 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele Amar 94 .....	47
4.10 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele Bu Yayah .....	48
4.11 Sejarah Berdiri dan Profil Usaha Pecel Lele Si Kembar.....	49
4.12 Pembahasan .....	50
4.12.1 Identifikasi Faktor Internal Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung50	
4.12.1.1Faktor Kekuatan dan Kelemahan Usaha Pecel lele di Bandar Lampung.....	64
4.12.2 Identifikasi Faktor Eksternal Usaha Pecel Lele Di Bandar Lampung.....	67
4.12.2.1Faktor Peluang dan Ancaman Usaha Pecel lele di Bandar Lampung .....	75
4.13 Penyusunan Tabel Faktor Strategi.....	78
4.13.1 <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i> .....	78
4.13.2 <i>Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i> .....	79
4.14 Matriks SWOT .....	81
4.15 Posisi Usaha Pada Kuadran .....	88
<b>V.KESIMPULAN.....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Bagi Pelaku Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung .....	92
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran .....	25
Gambar 3.1 Diagram SWOT.....	35
Gambar 3. 2 Analisis Model Interaktif .....	37
Gambar 4.1 Usaha Pecel lele di Bandar Lampung .....	40
Gambar 4.2 Pecel Lele H.Mas Yanto Lamongan .....	41
Gambar 4.3 Pecel Lele Pondok Biru Bu Lia.....	42
Gambar 4.4 Wawancara Karyawan Usaha Pecel Lele Bengkel Perut Mas Edi.....	43
Gambar 4.5 Wawancara Pemilik Usaha Pecel Lele GE-MOL 99 .....	44
Gambar 4.6 Wawancara Pemilik Usaha Pecel Lele Mas Roni .....	45
Gambar 4.7 Pecel Lele Mas Yanto .....	46
Gambar 4.8 Pecel Lele Amar 94 .....	47
Gambar 4.9 Pecel Lele Bu Yayah.....	48
Gambar 4.10 Pecel Lele Si Kembar.....	49
Gambar 4.11 Daftar Menu Pecel Lele di Bandar Lampung.....	53
Gambar 4.12 Bentuk Promosi Berupa Banner .....	55
Gambar 4.13 Bentuk Promosi Pecel Lele dengan Media Sosial Instagram.....	55
Gambar 4.14 Tampilan fisik produk Pecel Lele .....	57
Gambar 4.15 Proses Produksi Pecel Lele di Bandar Lampung .....	59
Gambar 4.16 Gambar Posisi Kuadran SWOT Pecel Lele di Bandar Lampung.....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2018-2019.....	2
Tabel 1.2 Data UMKM di Kota Bandar Lampung .....	3
Tabel 1.3 Jumlah Rumah Makan Per-Kecamatan di Bandar Lampung.....	4
Tabel 1.4 Daftar Contoh Nama Rumah Makan Pecel Lele di Bandar Lampung.....	5
Tabel 1.5 Rata-Rata Omzet Rumah Makan Pecel Lele di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Jenis Bangunan Usaha .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1 Lokasi Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Daftar Tempat dan Waktu Observasi Penelitian.....	29
Tabel 3.3 Daftar Informan Kunci.....	30
Tabel 3.4 Daftar Informan Pendukung.....	31
Tabel 3.5 Matriks IFE .....	34
Tabel 3.6 Matriks EFE .....	35
Tabel 3.7 Matriks SWOT.....	36
Tabel 4.1 Pertumbuhan Penduduk Provinsi Lampung 2017-2021 .....	39
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk berdasarkan Jenis Pekerjaan di Kota Bandar Lampung Tahun 2021 .....	39
Tabel 4.3 Lokasi dan Jam Operasional Pecel Lele RM. H. Mas Yanto Lamongan.	42
Tabel 4.4 Aspek pemasaran psaha pecel lele di Bandar Lampung .....	50
Tabel 4.5 Aspek Produksi Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung .....	58
Tabel 4.6 Aspek Sumber Daya Manusia (SDM) Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung.....	60
Tabel 4.7 Aspek Keuangan Usaha Pecel Lele Di Bandar Lampung.....	62
Tabel 4.8 Aspek Manajemen Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung.....	63
Tabel 4.9 Kekuatan ( <i>Strengths</i> ) Pecel Lele di Bandar Lampung.....	64

Tabel 4.10 Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) Pecel Lele di Bandar Lampung .....	66
Tabel 4.11 Aspek Ekonomi Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung .....	68
Tabel 4.12 Aspek politik usaha pecel lele di Bandar Lampung.....	70
Tabel 4.13 Aspek Kompetitif usaha pecel lele di Bandar Lampung.....	71
Tabel 4.14 Aspek teknologi usaha pecel lele di Bandar Lampung .....	72
Tabel 4.15 Aspek sosial budaya usaha pecel lele di Bandar Lampung .....	73
Tabel 4.16 Peluang ( <i>Opportunities</i> ) Pecel Lele di Bandar Lampung .....	75
Tabel 4.17 Ancaman ( <i>Threats</i> ) Pecel Lele di Bandar Lampung.....	76
Tabel 4.18 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) Pecel Lele di Bandar Lampung.....	78
Tabel 4.19 <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE) Pecel Lele di Bandar Lampung ...	79
Tabel 4.20 Matriks SWOT Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung .....	81

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan diberlakukannya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) pada tahun 2015, Negara anggota ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) akan menghadapi tantangan yang lebih besar (Slamet, 2016:132). Aliran barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja akan bebas masuk ke setiap negara di Asia Tenggara. Negara-negara khususnya di ASEAN akan berlomba-lomba untuk bisa memanfaatkan peluang sekaligus ancaman yang diberikan oleh MEA. Indonesia yang juga tergabung dalam anggota ASEAN, akan menghadapi tantangan yang besar dalam perekonomian. Pandemi covid-19 yang terjadi di seluruh dunia termasuk di Indonesia juga turut menambah ancaman bagi perekonomian. Situasi ini menuntut pelaku usaha terutama bisnis kecil dan menengah (UMKM) untuk bisa menghadapi ancaman sekaligus membantu perekonomian negara.

Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan sektor yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Usaha kecil dan menengah (UMKM) berperan penting dalam penyediaan lapangan pekerjaan, memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, meratakan peningkatan pendapatan serta meningkatkan daya saing dan daya tahan ekonomi nasional (Setyawati, 2009:28). Perkembangan dan kontribusi yang diberikan Usaha kecil dan menengah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2018-2019

No	Indikator	Satuan	Jumlah Tahun 2018	Jumlah Tahun 2019	Perkembangan 2018-2019 (%)
UMKM	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	(Unit)	64.2 juta	65.5 juta	1,98%
	Tenaga Kerja UMKM	(Orang)	116.9 juta	119.6 juta	2,3%
	PDB atas dasar harga berlaku UMKM	(Rp. Miliar)	9.062 Miliar	9.580 Miliar	5,72%
Usaha Besar (UB)	Usaha Besar (UB)	(Unit)	5,5 Ribu	5,6 Ribu	1,58%
	Tenaga Kerja UB	(Orang)	3,6 Juta	3,8 Juta	5,15%
	PDB atas dasar harga berlaku UB	(Rp. Miliar)	5.776 Miliar	6.251 Miliar	8,83%

Sumber : *Kementerian Koperasi dan UKM (2019)*

UMKM di Indonesia telah berkontribusi sebesar 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atas harga berlaku. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2019), UMKM juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja di mana UMKM berkontribusi sebesar 119,6 juta atau 96,92% dari total serapan tenaga kerja nasional. Besaran kontribusi ini, menunjukkan bahwa UMKM memiliki kemampuan dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Negara bisa disebut sebagai negara yang makmur jika jumlah pengusaha mencapai 2% dari total penduduk di negara tersebut (Hutagalung, 2019:302). Dengan alasan itu, UMKM menjadi sektor yang berperan penting untuk kemajuan dan pertahanan dari ancaman perekonomian yang dihadapi Indonesia.

Pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) terus mengalami peningkatan tidak hanya secara nasional, tetapi juga di daerah-daerah khususnya Kota Bandar Lampung. Pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung terbilang cukup banyak. Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan sektor yang sangat penting tidak hanya dalam pembangunan ekonomi nasional tetapi juga kontribusi dalam perekonomian daerah. Karena hal itu, di Kota Bandar Lampung usaha kecil dan menengah (UMKM) menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh pemerintah setempat.

Tabel 1.2 Data UMKM di Kota Bandar Lampung

No	Kecamatan	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah UMKM (Unit)
1	Tanjung Karang Pusat	1.760	890	342	2.992
2	Tanjung Karang Timur	1.199	709	245	2.153
3	Tanjung Karang Barat	994	776	238	2.008
4	Kedaton	1.172	836	309	2.317
5	Rajabasa	1.369	714	270	2.358
6	Tanjung Senang	1.186	784	325	2.295
7	Sukarame	1.418	912	267	2.597
8	Sukabumi	1.180	672	315	2.167
9	Panjang	1.191	917	268	2.376
10	Teluk Betung Selatan	1.309	795	236	2.340
11	Teluk Betung Barat	1.316	653	220	2.189
12	Teluk Betung Utara	1.166	635	291	2.092
13	Kemiling	1.670	846	232	2.746
14	Teluk Betung Timur	1.098	788	301	2.187
15	Enggal	1.249	942	237	2.428
16	Bumi Waras	1.224	678	270	2.172
17	Way Halim	1.162	682	266	2.110
18	Kedamaian	1.209	729	284	2.222
19	Labuhan Ratu	1.351	828	257	2.436
20	Langkapura	1.162	719	261	2.142
Jumlah		25.385	15.505	5.434	46.324

Sumber : Dinas Koprasi dan UKM Kota Bandar Lampung (2018)

Banyaknya UMKM di Bandar Lampung membuat pemerintah mengambil tindakan dalam mendukung kemajuan pelaku usaha. Hal itu dilakukan mengingat UMKM merupakan sektor penting dalam mendukung kemajuan daerah. Pelaku usaha juga harus mampu mengetahui peluang yang diberikan sehingga optimalisasi pengembangan usaha melalui manajemen strategi dapat tercapai secara maksimal. Usaha bisnis kecil dan menengah (UMKM) memiliki banyak sub sektor diantaranya adalah sub sektor kerajinan, sub sektor musik, sub sektor radio, sub sektor arsitektur, sub sektor penerbitan, sub sektor percetakan, periklanan, serta sub sektor kuliner.

Industri kuliner merupakan sub sektor yang banyak diminati para pelaku usaha terutama dalam usaha kuliner rumah makan. Alasan industri kuliner terutama rumah makan diminati oleh para pelaku usaha karena dianggap bahwa sub sektor ini tidak akan pernah mati dan akan selalu memiliki konsumen. Tingginya minat pelaku usaha dalam menjalankan usaha rumah makan dapat dilihat dari data tabel 1.3 berikut ini.



Tabel 1.3 Jumlah Rumah Makan Per-Kecamatan di Bandar Lampung

Kecamatan	Jumlah Rumah Makan
Teluk Betung Barat	2
Teluk Betung Timur	6
Teluk Betung Selatan	25
Bumi Waras	15
Panjang	25
Tanjung Karang Timur	26
Kedamaian	61
Teluk Betung Utara	55
Tanjung Krangg Pusat	65
Enggal	118
Tanjung Karang Barat	26
Kemiling	38
Langkapura	5
Kedaton	54
Rajabasa	52
Tanjung Senang	11
Labuhan Ratu	32
Sukarame	25
Sukabumi	11
Wayhalim	71
Total	723

Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Industri kuliner rumah makan menjanjikan keuntungan yang berlimpah apabila para pelaku usaha dapat mengelola usahanya dengan manajemen yang baik. Kemudahan dalam mengelola usaha rumah makan membuat usaha jenis ini bisa dijumpai di mana saja. Di Kota Bandar Lampung banyak usaha rumah makan yang dijalankan para pelaku usaha dan jenis rumah makan yang banyak dipilih salah satunya adalah rumah makan pecel lele. Usaha rumah makan pecel lele telah menjamur dan hampir dapat ditemui di setiap sudut Kota Bandar Lampung mulai dari pusat kota, dekat perkantoran hingga daerah sekitar kampus.

Jenis usaha pecel lele ini dapat dengan mudah dijumpai dengan berbagai macam keunikan, bentuk dan jenis bangunan mulai dari berbentuk tenda (tidak permanen), bangunan semi permanen, hingga ruko (permanen). Banyaknya usaha pecel lele di Bandar Lampung dan tempat usaha yang terkadang pindah maupun tutup terutama pada usaha dengan jenis bangunan semi permanen dan juga tidak permanen membuat data pasti jumlah usaha pecel lele di Kota Bandar Lampung

tidak didapat. Akan tetapi, peneliti mendapati beberapa usaha pecel lele di Bandar Lampung yang masih berdiri hingga saat ini berdasarkan hasil observasi. Berikut 9 contoh nama usaha pecel lele yang sudah lama berdiri dan ada sampai saat ini di Kota Bandar Lampung.

Tabel 1.4 Daftar Nama Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung

Jenis Bangunan	Nama Usaha Pecel Lele	Lokasi
Permanen/Ruko	WR Pecel Lele HJ Ibu Gendut	Jl. Ki Maja, Wayhalim
	RM H.Mas Yanto Lamongan	Jl. Ki Maja, Wayhalim
	Pecel Lele Murah Hati	Jl. Jend. Suprpto, Tj. Karang
Semi Permanen	Pecel lele Bengkel Perut	Jl. Imam Bonjol, Langkapura
	Pecel lele Lesehan Bude Tris	Jl. Saburai, Sukarame
	Pecel Lele Laskar Putra	Jl. Teuku Cik Ditiro, Kemiling
Tidak Permanen/Tenda	Pecel Lele Bangkit Santoro	Jl. Pulau Legundi, Sukarame
	Pecel Lele Mbak Parmi	Jl. Teuku Cik Ditiro, Kemiling
	Pecel Lele Pondok Biru Ibu Lia	Jl. Imam Bonjol, Langkapura

Sumber : Data Penelitian (2021)

Banyaknya usaha pecel lele di Bandar Lampung dikarenakan usaha ini merupakan salah satu bidang usaha yang digemari pelaku usaha. Mengingat bahwa kebutuhan primer yang harus terpenuhi salah satunya adalah pangan membuat pelaku usaha banyak memilih jenis usaha ini karena dinilai sangat menjanjikan. Modal yang dibutuhkan dalam membangun usaha pecel lele terbilang cukup sedikit jika dibandingkan dengan usaha jenis lainnya. Alasan pelaku usaha menjalankan usaha pecel lele dikarenakan modal yang terbilang sedikit berkisar 14 juta sampai dengan 60 juta (Jannah, 2019:16).

Kebutuhan dalam membangun usaha pecel lele tidak memerlukan banyak persiapan. Pelaku usaha tidak memerlukan perlengkapan dan kebutuhan yang banyak dalam membangun usaha pecel lele di Bandar Lampung. Biasanya, usaha pecel lele juga hanya memerlukan tenda dan berlokasi di pekarangan ruko sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk sewa tempat ataupun ruko. Berdasarkan hasil observasi, dengan modal yang sedikit, usaha pecel lele mampu mendatangkan omzet mencapai 20 juta hingga lebih dari 30 juta perbulan.

Tabel 1.5 Rata-Rata Omzet Usaha Pecel Lele di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Jenis Bangunan Usaha

Jenis Bangunan	Rata-Rata Penjualan /Tahun	Rata-Rata Penjualan/Bulan (Rp)
Permanen/Ruko	460.000.000	38.333.333
Semi Permanen	350.000.000	29.166.667
Tidak Permanen	280.000.000	23.333.333

Sumber : Data Penelitian (2022)

Meskipun telah mendapatkan omzet yang cukup besar, rata-rata penjualan usaha pecel lele di Bandar Lampung mengalami pasang surut. Menurut pelaku usaha, hal ini dikarenakan usaha pecel lele cenderung tidak mengalami peningkatan dalam hal pengembangan usaha serta diperparah dengan banyaknya pesaing. Ancaman persaingan yang dialami pelaku usaha tidak hanya yang berada pada usaha sejenis tetapi juga dari jenis rumah makan lainnya. Kemudahan membangun usaha serta keuntungan yang di janjikan membuat banyaknya pesaing dalam bisnis ini. Situasi ini menuntut para pelaku usaha untuk meningkatkan kapabilitas agar bisa bertahan dalam persaingan. Meninjau secara singkat dari penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa perencanaan dan pembuatan alternatif strategi akan membantu suatu organisasi maupun usaha dalam melakukan pengembangan usaha. Peningkatan kapabilitas dalam usaha dapat dilakukan melalui perencanaan strategi yang tidak hanya berfokus pada pertahanan bisnis, tetapi juga dalam pengembangan bisnis.

Strategi merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu (Rangkuti, 2006:03). Sedangkan Menurut Chandler (2011:3), strategi merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut dan prioritas alokasi sumber daya. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah taktik dan rencana berskala besar yang dilakukan organisasi agar dapat berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dan berorientasi pada jangkauan masa depan. Alasan tersebut memungkinkan organisasi untuk dapat bersaing berfokus pada optimalisasi pencapaian tujuan sasaran organisasi yang bersangkutan. Menentukan strategi dan pandangan masa depan akan membuat perusahaan mampu bertahan dan terhindar dari kegagalan bisnis.

Pelaku usaha harus mampu memikirkan rencana tentang bisnis yang dijalankannya. Dalam bisnis secara umum, terdapat beberapa aspek kegagalan yang dipandang melalui empat sudut pandang yaitu pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan (Hidayat & Ghina, 2015:6). Selain hal tersebut, kegagalan dalam usaha juga disebabkan oleh faktor eksternal dan internal seperti tidak kompeten dalam manajerial, kurangnya pengalaman dalam kemampuan teknik, kurang dapat mengendalikan keuangan, lokasi yang kurang memadai, serta gagal dalam perencanaan (Fatoki, 2014:924).

Pelaku usaha dituntut untuk mampu mengerti setiap tantangan dan kemampuan yang ada di dalam bisnis yang dijalankan. Pelaku usaha harus bisa membuat strategi agar usahanya terhindar dari kegagalan. Dalam perumusan strategi, pelaku usaha harus mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dapat diperoleh dengan cara mengidentifikasi profil kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) (Suci, 2015:41). Mengetahui dan memanfaatkan setiap kondisi baik lingkungan eksternal maupun internal akan membuat suatu usaha tidak hanya terhindar dari kegagalan dalam bisnis tetapi juga mampu membuat usaha berkembang.

Menurut (Amalia, 2012:2), Pengembangan usaha merupakan upaya yang dilakukan oleh suatu lembaga penghasil barang atau jasa demi menghadapi persaingan. Oleh karena itu Memanfaatkan peluang yang diberikan dan memaksimalkan kekuatan internal dalam perusahaan maka sebuah usaha akan mampu melakukan pengembangan bisnis demi memenuhi permintaan konsumen.

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan, untuk itu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Peluang Pengembangan Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apasaja Faktor Internal Dan Eksternal Pengembangan Usaha Pecel Lele Di Bandar Lampung ?
2. Apasaja Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Yang Dapat Diterapkan Pada Usaha Pecel Lele Di Bandar Lampung ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui Apa Saja Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Pecel Lele Di Bandar Lampung.
2. Mengetahui Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Yang Dapat Diterapkan Pada Usaha Pecel Lele Di Bandar Lampung.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil yang di peroleh melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

### **a. Manfaat Teoretis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refrensi tambahan dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang berkaitan dengan strategi peluang pengembangan usaha.

### **b. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran bagi pelaku usaha pecel lele di Bandar Lampung dalam melakukan pengembangan usaha.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Strategi

Strategi merupakan alat yang bersumber dari evaluasi dan pemikiran dengan ruang lingkup yang menyeluruh untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut dan prioritas alokasi sumber daya (Chandler, 2011:03). Sedangkan Menurut Stephani, Strategi merupakan serangkaian kegiatan berfikir yang menyeluruh dengan lingkup serta cakupan bidang yang kompleks, luas dan saling terkait antara komponennya (Rangkuti, 2016:03). Perusahaan memerlukan suatu pemikiran secara menyeluruh dengan mempertimbangkan seluruh bidang untuk menciptakan strategi dalam mencapai tujuannya.

Memahami keseluruhan konsep strategi yang berkaitan akan menentukan suksesnya suatu strategi. Menurut Rangkuti (2016:05) konsep-konsep strategi yang berkaitan adalah sebagai berikut :

1. *Distianctive Competance*: suatu tindakan yang diambil oleh perusahaan agar mampu melakukan kegiatan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. *Distianctive competance* dalam organisasi meliputi :
  - a. Keahlian tenaga kerja
  - b. Kemampuan sumber daya
2. *Competitive Advantage*: suatu pengembangan kegiatan spesifik yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh *Competitive advantage* meliputi :

- a. *Cost leadership*
- b. Diferensiasi
- c. Fokus

Strategi adalah taktik dan rencana berskala besar yang dilakukan organisasi agar dapat berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dan berorientasi dengan jangkauan masa depan yang telah ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan untuk organisasi dapat bersaing yang semuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dengan sasaran organisasi yang bersangkutan. Rudianto (2013:05), menjelaskan bahwa definisi strategi dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, yaitu :

1. (*Intends to do*) suatu perspektif yang organisasi ingin lakukan, strategi didefinisikan sebagai program implementasi dari misi organisasi yang ditentukan untuk mencapai tujuan. Makna yang terdandung dalam strategi ini adalah mengharuskan manajer untuk dapat memainkan perannya secara aktif, sadar serta rasional dalam merumuskan strategi di dalam organisasi dengan melihat lingkungan yang turbulen dan dinamis.
2. (*Eventually does*) suatu perspektif yang akhirnya dilakukan oleh organisasi, strategi didefinisikan sebagai respon organisasi terhadap lingkungan secara terus menerus. Pandangan ini diterapkan para manajer yang bersifat reaktif, di mana para manajer hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang pasif dan bergerak manakala dibutuhkan.

Strategi yang baik adalah perencanaan yang telah melalui pemikiran berdasarkan keadaan yang dialami perusahaan. Dengan begitu perusahaan harus menciptakan strategi yang baik dan efektif. Seperti menurut Susilawati (2016:354) faktor-faktor pendukung didalam strategi yang baik adalah sebagai berikut :

1. Terdapat koordinasi antar tim kerja
2. Strategi yang memiliki tema
3. Efisiensi dalam pendanaan
4. Mengidentifikasi faktor pendukung yang masih sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional
5. Memiliki taktik agar tujuan tercapai secara efektif

Mengamati kondisi lingkungan sekitar dan selalu adaptif terhadap peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan organisasi merupakan keharusan yang perlu di perhatikan oleh seluruh warga organisasi terutama para pemegang kepentingan karena strategi terdapat pada berbagai tingkatan organisasi. Menurut Sumarsan (2013:60), terdapat tingkatan strategi, yaitu :

1. Strategi Korporat, suatu pernyataan yang berfokus pada pertumbuhan perusahaan dan tujuan jangka panjangnya. Strategi korporasi menentukan bentuk kegiatan bisnis dalam sebuah organisasi, melihat kepentingan dan keperluan untuk perusahaan dapat berintegrasi dengan perusahaan lain serta bagaimana perusahaan berhubungan langsung dengan masyarakat.
2. Strategi Bisnis, pernyataan rinci definisi, misi, tujuan unit bisnis perisapan yang digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis selalu memperhatikan pesaing di suatu pasar dengan melihat berbagai aspek seperti keuntungan, peluang, manfaat, dan sumber daya yang dapat digunakan untuk mencapai posisi kompetitif yang diinginkan.
3. Strategi Oprasional, suatu pernyataan rinci yang digunakan untuk tujuan jangka pendek dalam suatu unit bisnisnya. Strategi oprasional akan memperhatikan bagaimana masing-masing unit bisnis dalam organisasi dapat dirangkai bersama dan membentuk *strategic architecture*.

Terjadinya kecepatan inovasi dalam lingkungan dan perubahan pola masyarakat sebagai konsumen dan calon konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Dengan mengetahui kompetensi inti akan mampu membuat organisasi bertahan dan berkembang dalam bisnisnya. Juliansyah (2017:22) menjelaskan bahwa terdapat tujuh aturan dasar dalam merumuskan strategi menurut Goldworthy dan Ashley, yaitu :

1. Strategi harus mampus menjelaskan dan menginterpretasikan masa depan, tidak hanya masa sekarang.
2. Arah dari strategi harus bisa menentukan rencana bukan sebaliknya.
3. Strategi tidak semata-mata mempertimbangkan dan berorientasi pada keuntungan tetapi juga harus befokus pada keunggulan kompetitif.
4. Strategi harus diaplikasikan dari atas ke bawah.
5. Strategi harus berorientasi eksternal



6. Strategi harus fleksibel
7. Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang.

### **2.1.1 Manajemen Strategi**

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang diperlukan suatu perusahaan untuk mencapai daya saing strategis. Menurut Wheelen dan Hunger manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan manajerial dan kegiatan-kegiatan yang akan menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang (Wheelen dan Hunger, 2012:53). Sedangkan menurut Rangkuti manajemen strategi merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen yang berorientasi terhadap pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi penetapan harga, strategi pengembangan produk, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya (Rangkuti, 2016:07).

Dari definisi manajemen strategi menurut para ahli seperti di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan yang diambil perusahaan dengan tujuan pengembangan perusahaan. Manajemen strategi menjadi penentu arah dan cakupan organisasi yang ideal untuk jangka waktu yang lebih panjang, dengan menyerusakan sumber daya dan lingkungan yang dinamis. Pihak manajerial serta para pemegang wewenang diuntut untuk mampu menentukan arah suatu organisasi kedepan sesuai dengan tujuan organisasi. Menurut Suwandiyanto (2010:02), terdapat empat tujuan manajemen strategi, yaitu :

1. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan  
 Dalam hal ini, manajer harus mampu menagrahkan semua pihak ke tujuan organisasi. Karena arah yang jelas ini akan dijadikan sebagai landasan untuk pengendalian dan evaluasi keberhasilan dari tujuan organisasi.
2. Membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak  
 Organisasi harus membantu mempertemukan kebutuhan berbagai pihak seperti pemasok, pemegang saham, karyawan, pihak perbankan, dan masyarakat luas yang memegang peran terhadap kesuksesan perusahaan.
3. Mengantisipasi setiap perubahan kembali secara merata

Manajemen strategi memungkinkan untuk mengantisipasi setiap perubahan dan mengambil tindakan pengendalian senciptakan pemahaman kontribusi yang baik.

4. Berhubungan dengan efisiensi dan efektifitas

Manajemen strategi akan berfokus tidak hanya kepada kemampuan atas kepentingan efisiensi, akan tetapi akan menciptakan suatu pekerjaan secara lebih efektif.

Pihak manajerial perusahaan perlunya pandangan tentang strategi manajemen yang di ambil agar perusahaan yang dijalankan memiliki kapabilitas dalam persaingan dan mencapai tujuan perusahaan. Dalam menciptakan strategi yang baik perusahaan harus memperhatikan elemen dan tahapan yang ada dalam manajemen strategi. Menurut David (2011:06), menjelaskan bahwa manajemen strategi terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

1. Perumusan Strategi (*Strategi formulation*)

Yaitu tahap awal pada manajemen strategi yang mencakup pengembangan visi dan misi perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam perusahaan, mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada di luar perusahaan, menentukan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi prioritas untuk mencapai tujuan.

2. Implementasi Strategi (*Strategi Implemented*)

Tahap selanjutnya setelah perumusan strategi yang telah di tetapkan adalah implementasi strategi. Pada tahap ini memerlukan pengembangan strategi pendukung dari budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mempersiapkan budget, perencanaan ulang dalam usaha pemasaran yang dilakukan, mengembangkan sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan atas kinerja di dalam organsiasi. Penerapan strategi ini memerlukan keputusan dari pihak yang berwenang dan menetapkan keputusan dalam menyusun kebijakan, tujuan tahunan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang di rumuskan dapat dilaksanakan secara efektif.

3. Evaluasi Strategi (*Strategi Evaluation*)

Tahap terakhir dalam manajemen strategi adalah evalusai strategi. Dalam

evaluasi strategi akan memungkinkan manajer untuk tahu kapan strategi tertentu tidak bekerja dengan baik menggunakan alat evaluasi strategi untuk memperoleh informasi. Penilaian terhadap kinerja strategi dapat dilakukan melalui tiga aktivitas penilaian mendasar yaitu :

- a) Peninjauan ulang faktor internal dan eksternal yang menjadi landasan strategi.
- b) Pengukuran kinerja.
- c) Pengambilan langkah korektif.

Wheelen dan Hunger (2012:63), menjelaskan bahwa manajemen strategi memiliki empat tahapan, yaitu :

1. Pemindaian lingkungan (*Environmental scanning*)  
Yaitu pemantauan, evaluasi, dan penyebaran informasi dari lingkungan yang ada di perusahaan baik lingkungan eksternal perusahaan maupun lingkungan internal perusahaan kepada orang-orang kunci di dalam perusahaan.
2. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)  
Yaitu pengembangan rencana jangka panjang dalam mengelola peluang dan ancaman lingkungan yang efektif dengan memanfaatkan dan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan perusahaan. hal ini termasuk mendefinisikan misi perusahaan, penentuan tujuan yang ingin di capai, pengembangan strategi dan menetapkan pedoman kebijakan.
3. Implementasi Strategi (*Strategi Implementation*)  
Yaitu porses penerapan strategi melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses implementasi strategi dapat melibatkan keseluruhan budaya, struktur, atau manajemen dari seluruh organisasi.
4. Evaluasi dan kontrol (*Evaluasi and Control*)  
Yaitu proses pemantauan seluruh hasil kerja dan kegiatan di perusahaan sehingga kinerja aktual dapat dibandingkan dengan harapan dan tujuan yang diinginkan. Evaluasi dan kontrol merupakan elemen manajemen strategi terakhir yang di terapkan dengan demikian perusahaan akan mampu memproses dan memulai lagi seluruh strategi.

Dari penjelasan para ahli dapat disimpulkan bahwa tahapan manajemen strategi terdiri dari pemindaian lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan kontrol. Tahapan dari manajemen strategi perlu dilakukan secara terus menerus untuk memastikan bahwa strategi yang telah di terapkan apakah sudah sesuai dan perlunya pembaharuan strategi kembali karena terjadinya kesalahan dalam proses perancangan strategi.

## **2.2 Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha merupakan langkah yang harus ditempuh dan tanggung jawab setiap pengusaha dalam melihat pandangan masa depan, inovasi dan kreatifitas. Strategi pengembangan usaha berawal dari sekedar alat untuk mencapai tujuan yang akhirnya berkembang menjadi alat untuk menciptakan keunggulan bersaing (Rangkuti, 2016:13). Pengembangan usaha merupakan respon langsung dari tindakan-tindakan terhadap kekuatan internal dan eksternal yang disebut kompetensi inti dalam memberikan kontribusi secara optimal kepada perusahaan atau unit usaha. Menurut Rangkuti (2016:14), ada tiga kriteria yang harus dimiliki perusahaan untuk memperoleh kompetensi inti, yaitu:

1. *Customer Perceived Value* (nilai bagi pelanggan)  
Yaitu keterampilan yang dimiliki perusahaan dalam memberikan manfaat yang fundamental kepada pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.
2. *Competitor Differentiation* (diferensiasi bersaing)  
Yaitu kemampuan yang unik yang dimiliki oleh perusahaan dan berbeda dari para pesaing sejenis.
3. *Extendability* (dapat diperluas)  
Selain memiliki *customer perceived* dan *competitor differentiation* perusahaan juga harus memiliki pandangan kedepan dan fleksibilitas dalam memperluas dengan menyesuaikan keinginan konsumen dimasa depan.

## **2.3 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)**

UMKM merupakan usaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Berdasarkan pasal 2 UU No. 20 Tahun 2008 tentang Asas dan Tujuan, UMKM bertujuan untuk menumbuhkan dan

mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Definisi UMKM juga diatur dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM, di mana terdapat beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan UMKM. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UU No. 2 Tahun 2008 juga menggolongkan UMKM berdasarkan jumlah aset dan juga omset yang dimiliki oleh sebuah usaha dengan uraian kriteria sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari

Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut: a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Badan Pusat Statistik dan beberapa lembaga pemerintah lainnya menndefinisikan UMKM tidak hanya melalui kriteria moneter tetapi menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran skala usaha. Menurut (BPS, 2013) Usaha Mikro Indonesia (UMI) adalah unit usaha dengan jumlah pekerja mencapai 4 orang; Usaha Kecil (UK) adalah unit usaha dengan jumlah pekerja antara 5 hingga 19 orang; Usaha Menengah (UM) adalah unit usaha dengan jumlah pekerja antara 20 hingga 99 orang; dan Usaha Besar (UB) memiliki pekerja diatas 99 orang.

#### **2.4 Analisis Lingkungan**

Analisis lingkungan sangat penting dengan mempertimbangkan lingkungan internal dan lingkungan eksternal dengan harapan strategi dapat diadaptasi sesuai dengan lingkungannya (Suci, 2015:5). Dalam menghadapi persaingan, sebuah organisasi harus mampu bertahan dan beradaptasi pada lingkungan yang dinamis. Analisis lingkungan dilakukan dengan tujuan mengidentifikasi faktor strategis, elemen, dan internal dengan tujuan menentukan strategi dimasa depan (Wheelen dan Hunger, 2012:64). Dalam meningkatkan kemampuan bersaing dalam dunia bisnis, perlunya analisis lingkungan baik internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Kegiatan paling penting dalam proses analisis adalah dengan cara memahami keseluruhan informasi yang terdapat pada kasus tertentu, menganalisis situasi, serta memutuskan tindakan selanjutnya dalam pemecahan masalah (Rangkuti, 2016:15).

### 2.4.1 Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan situasi yang ada di dalam perusahaan meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) perusahaan didalam oprasional maupun managerial (Suci, 2015:33). Dengan analisis lingkungan internal, perusahaan maupun pihak manajemen akan mampu mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan untuk menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang dinamis. Menurut Suci (2015:34), terdapat faktor-faktor internal yang perlu diperhatikan dalam identifikasi dan evaluasi, yaitu :

1. Pemasaran

Aspek pemasaran adalah serangkaian proses mulai dari penentuan hingga penciptaan yang bertujuan dalam pemenuhan keinginan dalam kebutuhan pelanggan atas produk atau jasa.

2. Produksi

Aktivitas produksi merupakan gambaran dari kekuatan perusahaan dan sumberdaya perusahaan dalam aktivitas-aktivitas penciptaan produk maupun jasa.

3. Personalia/Sumber Daya Manusia

Pesonalia atau sumber daya manusia meruakan faktor lingkungan internal yang menggambarkan kesehatan dalam manajemen sumber daya perusahaan. Apabila perusahaan memiliki sumberdaya manusia yang baik dengan kapabilitas, keunggulan bersaing, dan manajemen yang baik maka perusahaan dapat bekerja dengan baik.

4. Keuangan

Sistem keuangan didalam perusahaan menjadi kunci penting bagi perusahaan dalam manajemen keuangan dan menarik para investor. Penetapan sistem keuangan menjadi kekuatan dan kelemahan dan faktor penting dalam penentuan formulasi strategi secara efektif.

5. Manajemen

Manajemen perusahaan menggambarkan kekuatan yang dimiliki internal. Manajemen yang baik artinya perusahaan baik dalam hal pengorganisasian dan klasifikasi kegiatan sehingga pencapaian tujuan organisasi dapat berjalan efektif dan efisien.

### 2.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan situasi yang ada di luar perusahaan meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*). Menurut Rangkuti (2016:26) sebelum menetapkan strategi, perlunya menganalisa lingkungan eksternal perusahaan untuk mengetahui berbagai peluang dan ancaman yang ada di mana hal ini harus di monitor karena akan mempengaruhi perusahaan yang akan datang. Menurut Suci (2015:25), terdapat faktor-faktor eksternal yang perlu diperhatikan dalam identifikasi dan evaluasi, yaitu :

1. Ekonomi

Ekonomi merupakan faktor yang berkaitan dengan aktifitas manusia berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi.

2. Politik

Kemampuan eksternal politik dalam mempengaruhi kinerja baik atau buruk dalam perusahaan melalui hukum dan undang-undang di wilayah tertentu.

3. Kompetitif

Kemampuan dalam memperoleh keunggulan bersaing melalui karakteristik dan kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan pada industry dan pasar yang sejenis.

4. Teknologi

Perkembangan teknologi menjadi faktor yang mempengaruhi kondisi eksternal perusahaan. Teknologi meliputi sarana dan prasarana dalam penyediaan kebutuhan manusia.

5. Sosial Budaya

Cara bagaimana para individu saling berhubungan satu sama lain adalah hubungan sosial. Hidup yang berkembang dan dimiliki kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi.

### 2.5 Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT)

SWOT merupakan akronim dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam merumuskan suatu strategi perusahaan. analisis ini didasarkan pada pemikiran di mana perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*)



dan peluang (*opportunity*), namun tetap memperhatikan dan meminimalkan kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threats*). SWOT merupakan alat untuk menyusun faktor-faktor strategis di mana matriks SWOT akan menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman yang ada di luar perusahaan dapat di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam perusahaan (Rangkuti, 2016:19).

Sedangkan menurut Suci SWOT adalah akronim dari lingkungan internal *strengts* dan *weakness* yang dihadapi perusahaan serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* (Suci, 2015:41). SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam merumuskan strategi perusahaan di mana analisis yang digunakan akan dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun tetap memperhatikan dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Sependapat dengan Rangkuti bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara tersusun dan sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2016:19).

## 2.6 Matriks SWOT

Matriks SWOT berfungsi untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal perusahaan diantisipasi dengan memanfaatkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki internal. Matriks yang digunakan dalam Analisis SWOT adalah matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan Matriks TOWS.

### 1. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matriks IFE bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal untuk mengetahui berbagai kemungkinan Kekuatan dan Kelemahan dan diidentifikasi untuk kemudian dirumuskan kedalam kerangka *Strength* dan *Weakness* (Rangkuti, 2016:26). Data yang diperoleh dari informasi internal dapat digali dari beberapa pendekatan meliputi aspek manajemen, keuangan, sistem informasi dan produksi, sumber daya manusia, serta pemasaran.

### 2. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

Matriks EFE bertujuan untuk menganalisis lingkungan eksternal untuk

mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman dan diidentifikasi untuk kemudian dirumuskan kedalam kerangka *opportunity* dan *threats* (Rangkuti, 2016:24). Data yang diperoleh dari informasi eksternal dapat dilakukan dengan pendekatan ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, politik, demografi, teknologi, pemerintah, hukum, dan persaingan dalam industri.

### 3. Matriks SWOT

Dalam menyelesaikan masalah perumusan strategi strategi perlu dilakukan melalui analisis SWOT. Menurut Suci (2015:41) analisis SWOT akan membantu dalam mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan startegi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada kemampuan memaksimalkan kekuatan (*stength*) dan peluang (*opportunity*), dengan bersamaan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treats*). Tahap-tahap yang akan dilakukan dalam menggunakan matrik SWOT adalah sebagai berikut :

1. Membuat daftar peluang yang ada pada eksternal perusahaan
2. Membuat daftar ancaman yang ada pada eksternal perusahaan
3. Membuat daftar kekuatan kunci yang ada pada internal perusahaan
4. embuat daftar kelemahan kunci yang ada pada internal perusahaan

Menurut Suci (2015), akan terdapat empat set kemungkinan alternatif strategi yang dihasilkan oleh matriks SWOT, yaitu :

#### a) Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang ada di dalam perusahaan serta memanfaatkan peluang yang diberikan oleh lingkungan di luar perusahaan.

#### b) Strategi WO

Strategi ini dibuat berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada di luar perusahaan untuk meminimalkan kelemahan yang ada di dalam perusahaan.

#### c) Strategi ST

Stratgei ini dibuat dengan memaksimalkan kekuatan yang ada di dalam perusahaan untuk digunakan dalam mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada di luar perusahaan.

d) Strategi WT

Strategi ini digunakan dalam upaya meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada di dalam perusahaan sekaligus menghindari ancaman-ancaman yang ada di luar perusahaan.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan tabel penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

<b>Keterangan</b>	<b>Saifuddin Zuhri (2013)</b>
<b>Judul Penelitian</b>	Analisis Pengembangan Usaha Kecil <i>Home</i> Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
<b>Hasil Pnelitian</b>	Hasil penelitian ini didapat bahwa Strategi SO adalah: Memproduksi sangkar ayam lebih banyak dan khusus untuk dipasarkan ke daerah yang belum pernah dimasuki produk dan memaksimalkan produksi sangkar ayam saat musim kemarau. Strtagei ST asalah: memperhalus rautan bambu pada sangkar ayam untuk membuat hasil produksi lebih menarik. Strategi ST adalah: memaksimalkan pemasaran dengan memasuki daerah yang belum pernah dimasuki produk sangkar dari desa Kebomlati kabupaten Tuban. Strategi WT adalah: mempertahankan kepercayaan pelanggan melalui karakteristik dan kualitas produk. Untuk mengatasi kelemahan (weaknesses), maka yang harus dilakukan pelaku usaha kecil home industri sangkar ayam di desa Kebomlati Tuban adalah dengan menyiasati keterbatasan tenaga kerja dengan alat-alat moderen mulai produksi – distribusi – pemasaran sehingga akan lebih efektif dan efisien, pemberian pelatihan khusus terhadap SDM yang kurang terampil meliputi perencanaan dan pengorganisasian yang mendorong produktifitas, dan harus lebih termotivasi dengan usaha yang ditekuni sehingga dapat memfokuskan diri untuk mengembangkan usahanya dengan maksimal.
<b>Keterangan</b>	<b>Hany Setyorini, Mas’ud Effendi, dan Imam Santoso (2016)</b>
<b>Judul Penelitian</b>	Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang)

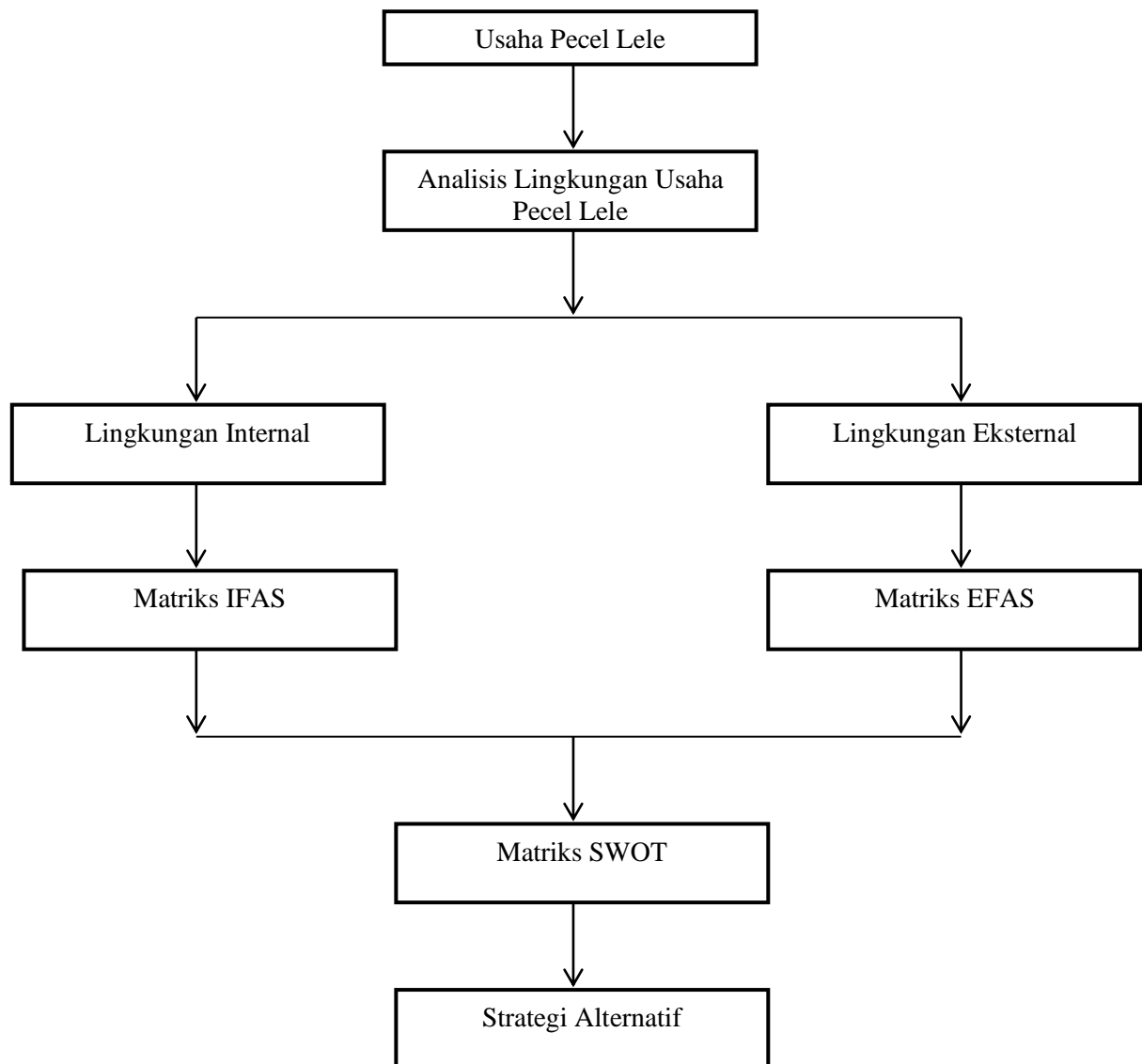
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
<b>Hasil Pnelitian</b>	<p>Hasil penelitian mendapatkan bahwa alternbatif strategi yang didapatkan dari pengolahan data menggunakan QSPM (<i>Quantitave Strategy Planning Matrix</i>) yaitu mempertahankan citra atau image perusahaan, meningkatkan fasilitas yang ada di restoran, mempertahankan kualitas pelayanan produk untuk menarik konsumen, meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama, memberikan layanan <i>delivery order</i>, memanfaatkan kemajuan teknologi untuk pemasaran, melayani pangsa pasar menengah ke bawah dengan menyiapkan paket khusus dan menjaga hubungan baik dengan pemasok.</p> <p>Hasil prioritas utama dari analisis tersebut yaitu mempertahankan citra atau <i>image</i> perusahaan dengan TAS 6.906.</p>
<b>Keterangan</b>	<b>Md. Sanaul Haque Mondal (2017)</b>
<b>Judul Penelitian</b>	<i>SWOT Analysis And Strategies To Develop Sustainable Tourism In Bangladesh</i>
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
<b>Hasil Pnelitian</b>	<p>Hasil penelitian menggunakan analisis SWOT memberikan gambaran kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang. Berdasarkan kelemahan dan ancaman didapatkan bahwa strategi WT untuk mengembangkan industri pariwisata di masa depan secara berkelanjutan. Di mana kelemahan saat ini seperti keselamatan dan keamanan, model bisnis, infrastruktur yang buruk, investasi yang lemah, kurangnya partisipasi masyarakat lokal, dan ancaman dari ketidakstabilan politik, ekosistem alam yang rapuh, degradasi lingkungan alam. Perlunya perencanaan yang tepat sehingga semua pemangku kepentingan terkait pariwisata akan mendapatkan hasil optimal manfaat dari ekonomi pariwisata, kebijakan yang ketat memastikan keberlanjutan alam dan mendidik masyarakat tentang pembangunan pariwisata yang berkelanjutan untuk menari wisatawan.</p>
<b>Keterangan</b>	<b>Midtakhurrizal Kurniawan dan Novi Haryanti (2017)</b>
<b>Judul Penelitian</b>	Analisis Strtagei Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
<b>Hasil Pnelitian</b>	<p>Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kondisi UKM minuman sari buah sirsak berada pada kondisi lemah dan tidak strategis. Strategi yang paling cocok diterapkan adalah <i>damage control</i> (mengendalikan kerugian). Selain itu strategi defensif dinilai cocok dengan menerapkan pengendalian kinerja internal. Strategi ini dijalankan terus</p>

	menerus dengan disertai pembenahan diri.
<b>Keterangan</b>	<b>A Zulkarnain, D Wahyuningtias dan T S Sputranto (2018)</b>
<b>Judul Penelitian</b>	<i>Analysis of IFE,EFE And QSPM Matrix on business development strategy</i>
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
<b>Hasil Pnelitian</b>	Hasil penelitian didapatkan bahwa alternatif strategi yang di hasilkan melalui analisis SWOT dengan memperhatikan visi, misi, tujuan dan sasaran perusahaan kue Danti's Deli yaitu meningkatkan gungsi pemasaran, meningkatkan kemitraan dengan toko kue di wilayah Jakarta, Menciptaan variasi produk baru, teknologi produksi, penambahan modal, dan membuat outlet menggunakan merek sendiri. Prioritas strategi yang dihasilkan adalah: (1) diversifikasi varian produk, (2) meningkatkan fungsi pemasaran, (3) kemitraan dengan toko kue di Jakarta, (4) Perbaikan peralatan, dan (5) membuka outlet dengan merek sendiri.
<b>Keterangan</b>	<b>Yani Subaktilah, Nita Kuswardani, dan Sih Yuwanti (2018)</b>
<b>Judul Penelitian</b>	Analisis SWOT: Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
<b>Hasil Pnelitian</b>	Hasil penelitian didapatkan bahwa faktor-faktor yang berperan dalam keberhasilan usaha gula merah tebu UKM Bumi Asih terdiri dari faktor internal dan eksternal. Kedua faktor ini perlu menjadi fokus utama bagi perusahaan agar dapat terus bertahan dalam persaingan. Skor analisis faktor eksternal sebesar 2,812 dan hasil skor analisis faktor internal sebesar 3,0315. Kedua skor tersebut di atas 2,5 yang berarti perusahaan memiliki kemampuan di atas rata-rata untuk bisa memanfaatkan kekuatan dan peluang dalam menghadapi ancaman dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2022)

## 2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan paparan pada teori di atas, maka dapat dijelaskan kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran  
 Sumber : Hasil Olahan Penulis (2022)

Keterangan :

—————> = Menunjukkan Hubungan

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang berasal dari masalah sosial (Creswell, 2014:04). Penelitian jenis ini akan menghasilkan temuan tidak berdasarkan prosedur, biasanya merujuk pada perilaku, emosi, gerakan sosial, fenomena interaksi budaya, fungsi organisasi.

Penelitian kualitatif menekankan kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu (Siyoto, 2015:11). Metode ini dipilih karena dianggap tepat guna mendalami permasalahan sehingga pemecahannya cocok dengan kaidah-kaidah keilmuan serta tujuan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilaksanakan, terutama adalah proses menangkap fenomena atau kejadian sebenarnya terjadi dari objek penelitian serta mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Dalam penelitian ini lokasi penelitian pada usaha pecel lele di Kota Bandar Lampung. Adapun tempat usaha pecel lele Bandar Lampung yang menjadi tempat penelitian dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Lokasi Penelitian

No	Nama Tempat Usaha	Lokasi Usaha
1	Pecel Lele Pondok Biru Bu Lia	Jl. Imam Bonjol No. 215, Langkapura, Bandar Lampung.
2	Pecel Lele Bengkel Perut Mas Edi	Jl. Soekardi Hamdani No.12, Kedaton, Bandar Lampung
3	Pecel Lele GE-MOL 99	Jl. Teuku Umar No.1, Kedaton, Bandar Lampung
4	Pecel Lele Mas Roni	Jl. Teuku Umar No.37 C, Kedaton, Bandar Lampung
5	Pecel Lele Mas Yanto	Jl. Urip Sumoharjo No.20b, Way Halim Permai, Bandar Lampung
6	Pecel Lele Amar 94	Jl. Kartini, Tj. Karang, Bandar Lampung (Depan Mall Kartini Bandar Lampung)
7	Pecel Lele Bu Yayah	Jl. Kartini, Tj. Karang, Bandar Lampung (Samping Hotel Horison Lampung)
8	Pecel Lele Si Kembar	Jl. ZA. Pagar Alam, Gedong Meneng, Bandar Lampung
9	RM. H. Mas Yanto Lamongan 1	Jl. Ki Maja No.89, Way Halim Permai, Bandar Lampung

*Sumber : Data Penelitian (2022)*

### 3.3 Fokus Penelitian

Dalam penelitian, peneliti diharuskan memberikan batasan masalah yang akan diteliti. Dalam menentukan fokus penelitian lebih disarankan dalam kebaruan informasi yang akan diperoleh, hal ini dimaksud untuk membatasi studi kualitatif dan penelitian guna memilih data yang relevan (Moleong, 2005:95).

Dalam penelitian ini memfokuskan pada identifikasi faktor internal dan faktor eksternal dari usaha pecel lele yang ada di Kota Bandar Lampung guna menganalisis strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha.

### 3.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang berperan sebagai memberikan informasi secara aktual mengenai data yang diinginkan oleh peneliti. Subjek penelitian akan membantu peneliti untuk mengkonfirmasi pertanyaan penelitian dan meningkatkan pemahaman fenomena yang sedang diteliti (Creswell, 2014:19). Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini, responden ataupun subjek riset, yakni orang yang memberi data tentang informasi yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Ada pula subjek dalam penelitian ini merupakan informan kunci yaitu pemilik maupun karyawan dari



usaha pecel lele di Bandar Lampung dan informan tambahan merupakan konsumen dan supplier dalam bisnis dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Pemilik atau karyawan usaha Pecel Lele

Pemilik atau karyawan usaha pecel lele sebagai informan kunci, sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengungkap faktor internal dan eksternal dalam usaha pecel lele di Bandar Lampung di mana kriteria informan yaitu sudah menjalankan usaha pecel lele lebih dari 5 tahun di Bandar Lampung.

2. *Supplier*

*Supplier* yang menjadi mitra atau penyuplai bahan baku berupa ikan atau ayam kepada pelaku usaha pecel lele di Bandar Lampung dengan kriteria sudah menjadi mitra usaha dan telah menjalankan usaha yang dijalankan lebih dari 3 tahun.

3. Konsumen

Konsumen berperan sebagai informan penelitian bertujuan untuk menggali informasi dari sudut pandang yang berbeda dalam melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada usaha. Kriteria informan yaitu telah melakukan pembelian lebih dari 10 kali pada usaha pecel lele.

Dalam penelitian, peneliti menggunakan *snowball sampling* di mana teknik ini akan menentukan *sampel* yang terlibat mula-mula jumlahnya kecil dan kemudian membesar berdasarkan penelusuran dari *sampel* yang telah dilakukan sebelumnya (Siyoto, 2015:66).

### 3.5 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari pelaku yang terlibat langsung dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Data primer merupakan data yang berbentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, perilaku, dan gerak-gerik yang dilakukan subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini yaitu informan (subjek penelitian) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti (Siyoto, 2015:28).

Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder dalam upaya mendapatkan data penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari

dokumen (tabel, notulen rapat, catatan, dll), foto-foto, rekaman, film, video, benda-benda, dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer (Siyoto, 2015:28).

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.6.1 Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan di lokasi penelitian. Observasi dapat diartikan sebagai pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan melibatkan indera untuk mendapatkan data (Siyoto, 2015:81). Sehingga dapat disimpulkan bahwa observasi merupakan pengamatan langsung dengan melibatkan indra baik dari penglihatan, pendengaran, penciuman, perabaan dan jika diperlukan dengan menggunakan pengecap. Menurut Siyoto (2015:81), instrumen yang dapat digunakan dalam observasi dapat berupa :

1. Pedoman Pengamatan
2. Tes
3. Kuesioner
4. Rekaman gambar
5. Rekaman suara

Sehingga peneliti memilih observasi partisipasi dalam pengumpulan data karena peneliti akan mendapatkan informasi lebih detail dan lebih mendalam mengenai lingkungan eksternal dan internal perusahaan dalam melakukan pengamatan langsung di lapangan. Adapun tempat dan waktu observasi yang telah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Daftar Tempat dan Waktu Observasi Penelitian

No	Tempat	Waktu Observasi
1	Pemilik Pecel Lele Pondok Biru Bu Lia	08 November 2021
2	Karyawan Pecel Lele Bengkel Perut Mas Edi	04 Desember 2021
3	Karyawan RM. H. Mas Yanto Lamongan	06 Desember 2021 dan 27 Desember 2022

*Sumber : Data Penelitian (2022)*

#### 3.6.2 Wawancara

Wawancara mendalam (*In-depth Interview*) digunakan untuk menentukan letak permasalahan dengan lebih luas dan terbuka. Wawancara dilakukan dengan

meminta pendapat pihak terkait mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara memungkinkan peneliti mendapatkan jumlah data yang banyak dan relevan (Jonathan, 2006:225). Adapun subjek dalam penelitian ini sebagai informan yang telah peneliti wawancara adalah sebagai berikut : Ada pula subjek dalam penelitian ini merupakan informan kunci yaitu pemilik maupun karyawan dari usaha pecel lele di Bandar Lampung dan informan tambahan atau pendukung merupakan konsumen dan supplier dalam bisnis dengan ketentuan sebagai berikut:

#### **A. Informan Kunci (Pemilik atau Karyawan pada Usaha Pecel Lele)**

Pemilik atau karyawan usaha pecel lele sebagai informan kunci, sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengungkap faktor internal dan eksternal dalam usaha pecel lele di Bandar Lampung di mana kriteria informan yaitu sudah menjalankan usaha pecel lele lebih dari 5 tahun di Bandar Lampung.

Tabel 3.3 Daftar Informan Kunci

No	Nama	Usia	Keterangan	Waktu
1	Darriyah	42	Pemilik Pecel Lele Pondok Biru Bu Lia	9 Maret 2022, 19.00 WIB
2	Agus	37	Karyawan Pecel Lele Bengkel Perut Mas Edi	9 Maret 2022, 14.00 WIB
3	Ari	43	Pemilik Pecel Lele GE-MOL 99	25 April 2022, 19.00 WIB
4	Saroni	47	Pemilik Pecel Lele Mas Roni	25 April 2022, 20.00 WIB
5	Havid	25	Karyawan Pecel Lele Mas Yanto	25 April 2022, 21.00 WIB
6	Rayadi	21	Karyawan Pecel Lele Amar 94	27 April 2022, 19.00 WIB
7	Yayah	41	Pemilik Pecel Lele Bu Yayah	27 April 2022, 20.00 WIB
8	Agus K	51	Pemilik Pecel Lele Si Kembar	27 April 2022, 21.00 WIB
9	Dimas	20	Karyawan RM. H. Mas Yanto Lamongan	04 Juni 2022, 18.00 WIB

Sumber : Data Penelitian (2022)

#### **B. Informan Pendukung (Konsumen dan Supplier)**

Pada penelitian ini, peneliti mengambil informan pendukung Konsumen dan Supplier dengan tujuan menggali informasi dari sudut pandang yang berbeda dalam melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada usaha. Kriteria informan konsumen yaitu telah melakukan pembelian lebih dari 10 kali pada usaha pecel lele, dan kriteria informan *Supplier* adalah mitra atau penyuplai

bahan baku berupa ikan atau ayam kepada pelaku usaha pecel lele di Bandar Lampung serta sudah menjadi mitra usaha dan telah menjalankan usaha yang dijalankan lebih dari 3 tahun.

Tabel 3.4 Daftar Informan Pendukung

No	Nama	Usia	Keterangan	Waktu
1	vynda	24	Konsumen	9 Maret 2022, 19.30 WIB
2	Bayu	22	Konsumen	9 Maret 2022, 20.00 WIB
3	Arrovy	18	Konsumen	25 Maret 2022, 19.00 WIB
4	Anggraeny	23	Konsumen	04 Juni 2022, 20.00 WIB
5	Alkapi	55	Konsumen	28 April 2022, 19.00
6	Abroka	52	Pengelola (Supplier) peternakan Ikan Nila dan Lele Jl. Pagar Alam I, Kecamatan Kedaton, Bandar Lampung.	13 Maret 2022, 15.00 WIB
7	Ali	39	Pemilik (Supplier) peternakan ayam, ikan lele, ikan nila, ikan mas daerah Tanjung Bintang	12 Maret 2022, 14.00 WIB
8	Saiman	42	Pemilik (Supplier) peternakan Ikan Lele Jl. Pagar Alam, Segalamider, Bandar Lampung	19 April 2022, 14.00 WIB
9	Iwan	47	Pemilik (Supplier) peternakan Ayam potong Jl. Sultan Badarudin, Gedong Air, Bandar Lampung	18 April 2022, 14.00 WIB

Sumber : Data Penelitian (2022)

### 3.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengambilan data menggunakan sebuah catatan bisa berupa tulisan, gambar dan karya-karya monumental. Dokumentasi akan membuat hasil penelitian dari wawancara dan observasi dapat lebih di percaya dengan didukung dokumen-dokumen yang lengkap dari hasil dokumnetasi (Sugiyono, 2013:193)

### 3.7 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data (validitas) merupakan teknik untuk menguji keabsahan data yang diperoleh di mana data yang di ambil dan dijadikan acuan harus sesuai dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Teknik keabsahan data dapat berupa Keajegan, Triangulasi, dan *Member Check*.

### 1. Keajegan (ketekunan pengamatan)

Ketekunan pengamatan bermaksud menentukan ciri dan unsur yang ada pada situasi yang relevan dengan menggunakan masalah atau isu baru yang sedang di cari dan memuaskan hal tersebut secara rinci (Moleong, 2014:330).

### 2. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik memeriksa data dari sumber dan menggunakannya untuk membangun fakta sesuai dengan tema penelitian yang didapat melalui berbagai sumber meliputi observasi, wawancara, dan analisis dokumen (Creswell, 2014:201).

### 3. *Member Check*

*Member check* merupakan proses pengecekan data dengan cara dialog berkelanjutan pada pemberi data (informan) untuk memastikan seberapa jauh keakuratan data dalam penelitian (Creswell, 2014:201-202).

Keabsahan data (validitas) kualitatif merupakan teknik memeriksa keakuratan data yang ditemukan di lapangan dengan menggunakan prosedur yang telah ditetapkan di mana validitas dalam penelitian menunjukkan keakuratan data dari sudut pandang peneliti, partisipan, dan pembaca (Creswell, 2014:201). Peneliti menggunakan teknik keabsahan data berupa triangulasi dikarenakan sesuai dengan penelitian.

## **3.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola, katagori dan satuan uraian dasar sehingga tema dan rumusan hipotesis kerja dapat ditemukan sesuai dengan data yang diperoleh (Siyoto, 2015:109). Dengan mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan dan dokumentasi akan mendapatkan data yang baik.

Kegiatan analisis data pada penelitian kualitatif akan dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga data menjadi jenuh (Sugiyono, 2012:430). Kegiatan dalam analisis data pada penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dengan analisis data menggunakan analisis SWOT, dan penarikan kesimpulan.

## 1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan tertulis di lapangan (Miles dan Hubberman, 2014:16). Reduksi data akan dilakukan secara berkelanjutan dan terus-menerus selama penelitian berlangsung. Selama proses pengumpulan data, reduksi data akan berlangsung dan berguna dalam menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memilih hal yang pokok dan membuang hal yang tidak perlu serta mengorganisasi data sehingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi untuk memudahkan peneliti.

## 2. Penyajian data

Penyajian data akan memudahkan peneliti dalam memahami hal yang sedang terjadi dan merencanakan kegiatan selanjutnya. Membatasi penyajian sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang menghasilkan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Miles dan Hubberman, 2014:17). Hasil penyajian data kemudian diidentifikasi dan di analisis untuk dikembangkan agar mendapatkan alternatif strategi melalui analisis SWOT. Aktifitas dalam analisis data , yaitu matriks IFE, matiks EFE, dan matriks SWOT.

### A. *Internal Factor Evaluation (IFE)*

Matriks IFE bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal untuk mengetahui berbagai kemungkinan Kekuatan dan Kelemahan. Menurut Menurut Rangkuti (2016:27) untuk membuat tabel IFE (*Internal Factor Evaluation*) harus ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pada kolom 1 (*Internal Factors*) tentukan faktor yang menjadi kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*weakness*)
2. Pada kolom 2 (*Weight/Bobot*), berikan bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) di mana pembobotan didasarkan pada kemungkinan faktor yang ada pada posisi strategis perusahaan saat ini.
3. Pada kolom 3 (*Rating/Peringkat*), Berikanlah *Rating* untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 1,0 (buruk) sampai 4,0 (sangat baik) yang didasarkan pada para manajer saat ini terhadap faktor yang dianalisis.
4. Pada kolom 4 (*Weighted score/nilai timbang*), kalikan bobot pada kolom 2

dengan rating yang ada pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasil berupa skor pembobotan mulai dari 1,0 (sangat buruk) sampai 4,0 (sangat bagus)

5. Terakhir, jumlahkan masing-masing nilai pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan. Nilai total ini akan menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi pada faktor-faktor internalnya.

Tabel 3.5 Matriks IFE

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot X Rating)
<b>Kekuatan :</b>			
1.			
2.			
<b>Kelemahan :</b>			
1.			
2.			
<b>TOTAL</b>			

Sumber : Rangkuti (2016)

#### B. Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Matriks EFE bertujuan untuk menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Menurut Menurut Rangkuti (2016:26) untuk membuat tabel EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) harus ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pada kolom 1 (*Eksternal Factors*) tentukan faktor yang menjadi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*)
2. Pada kolom 2 (*Weight/Bobot*), berikan bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) di mana pembobotan didasarkan pada kemungkinan faktor yang ada pada posisi strategis perusahaan saat ini.
3. Pada kolom 3 (*Rating/Peringkat*), Berikanlah *Rating* untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 1,0 (buruk) sampai 4,0 (sangat baik) yang didasarkan pada para manajer saat ini terhadap faktor yang dianalisis.
4. Pada kolom 4 (*Weighted score/nilai timbang*), kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating yang ada pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasil berupa skor pembobotan mulai dari 1,0 (sangat buruk) sampai 4,0 (sangat bagus)

5. Terakhir, jumlahkan masing-masing nilai pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan. Nilai total ini akan menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi pada faktor-faktor eksternalnya.

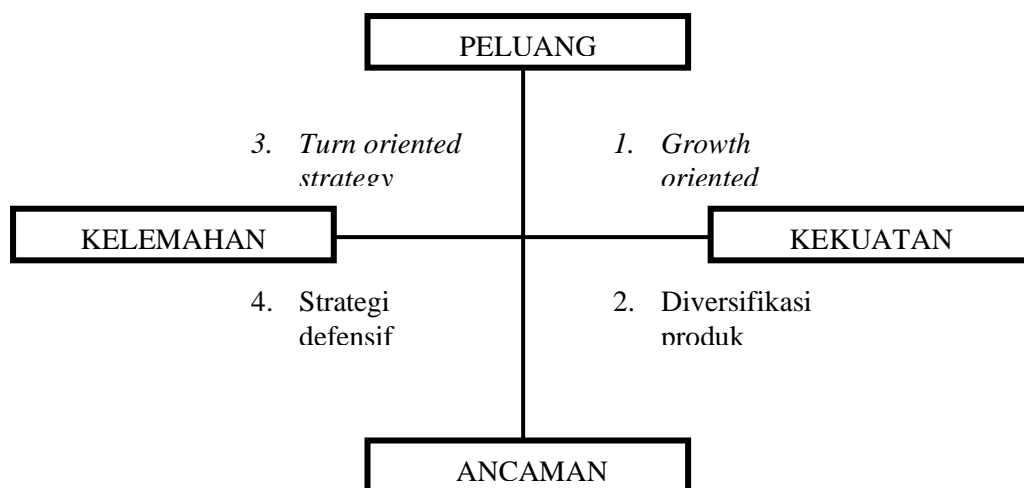
Tabel 3.6 Matriks EFE

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot X Rating)
<b>Peluang :</b>			
1.			
2.			
<b>Ancaman:</b>			
1.			
2.			
<b>TOTAL</b>			

Sumber : Rangkuti (2016)

### C. Matriks SWOT

Dalam menyelesaikan masalah strategi pengembangan usaha bisnis pecele perlu dilakukan melalui analisis SWOT. Menurut Suci (2015:41) analisis SWOT akan membantu dalam mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada kemampuan memaksimalkan kekuatan (*stength*) dan peluang (*opportunity*), dengan bersamaan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treats*).



Gambar 3.1 Diagram SWOT

Sumber : Suci (2015)

Kuadran 1 : Pada kuadran ini, perusahaan memiliki situasi yang paling menguntungkan di mana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga



dapat memanfaatkan kondisi yang ada. Strategi yang cocok ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*)

Kuadran 2 : Pada kuadran ini, perusahaan menghadapi ancaman tetapi masih memiliki kekuatan yang ada di dalam perusahaan. strategi yang tepat untuk digunakan pada kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi.

Kuadran 3 : Pada kuadran ini, perusahaan dihadapkan pada peluang yang sangat besar, tetapi memiliki kendala kelemahan internal. Dengan kondisi tersebut, strategi yang tepat di gunakan oleh perusahaan adalah *turn oriented strategy* dengan cara meminimalkan kelemahan sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik

Kuadran 4 : pada kuadran ini, perusahaan dihadapkan pada situasi yang kurang menguntungkan dengan ancaman dan kelemahan internal. Sehingga strategi yang tepat pada kuadran ini adalah strategi defensif (Suci, 2015:43).

Tabel 3.7 Matriks SWOT

<b>IFE</b>	<b>STRENGTH (S)</b> • Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESSES (W)</b> • Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>EFE</b>		
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> • Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	<b>STRATEGI SO</b> Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang
<b>TREATHS (T)</b> • Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI ST</b> Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman eksternal	<b>STRATEGI WT</b> Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Suci (2015)

Menurut Suci (2015), terdapat empat set kemungkinan alternatif strategi yang dihasilkan oleh matriks SWOT, yaitu :

#### 1. Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang ada di dalam perusahaan serta memanfaatkan peluang yang diberikan oleh lingkungan di luar perusahaan.

## 2. Strategi WO

Strategi ini dibuat berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada di luar perusahaan untuk meminimalkan kelemahan yang ada di dalam perusahaan.

## 3. Strategi ST

Strategi ini dibuat dengan memaksimalkan kekuatan yang ada di dalam perusahaan untuk digunakan dalam mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada di luar perusahaan.

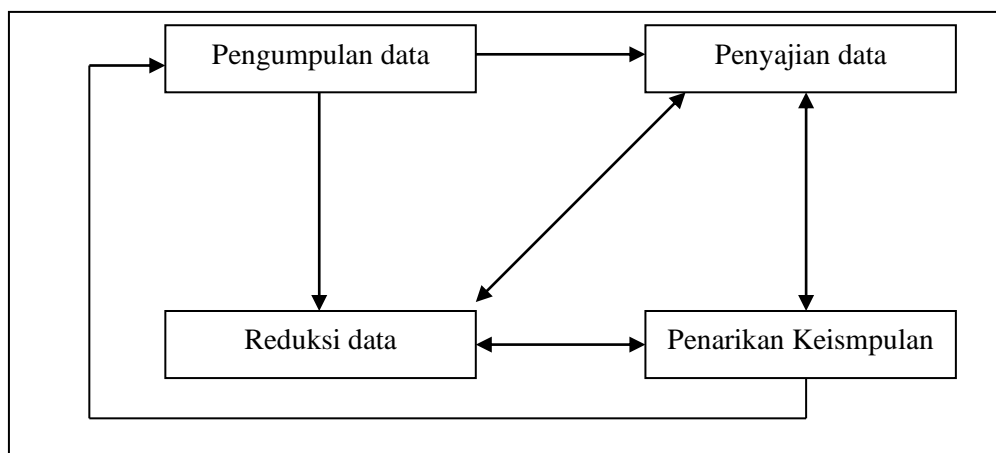
## 4. Strategi WT

Strategi ini digunakan dalam upaya meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada di dalam perusahaan sekaligus menghindari ancaman eksternal perusahaan.

## 3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan dari konfigurasi utuh di mana kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung (Miles dan Hubberman, 2014:19). Dalam penelitian-penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengambil intisari dari hasil observasi dan wawancara.

Berikut merupakan gambar analisis data model interaktif menurut Miles dan Hubberman (2014:20) :



Gambar 3. 2 Analisis Model Interaktif  
 Sumber : Miles dan Hubberman (2014)

## V. KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian identifikasi peluang pengembangan usaha pecel lele di Bandar Lampung, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal usaha pecel lele di Bandar Lampung, yaitu :

#### A. Kekuatan (*Strengths*)

- 1) Menggunakan Bahan baku yang baik
- 2) Ketersediaan bahan baku cukup
- 3) Harga produk terjangkau
- 4) Kelezatan dan citarasa terjaga
- 5) Modal usaha sendiri
- 6) Diminati semua kalangan
- 7) Lokasi usaha strategis

#### B. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Produksi yang masih menggunakan alat sederhana
- 2) Promosi yang belum optimal
- 3) Belum bermitra dengan layanan ojek online
- 4) Varian produk yang sedikit dan Kurangnya inovasi
- 5) Pelayanan yang kurang optimal
- 6) Kebersihan tempat usaha yang kurang terjaga
- 7) Pengorganisasian kerja kurang jelas
- 8) Pencatatan dan pengelolaan keuangan yang kurang baik

C. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Jenis usaha yang bukan musiman
- 2) Peralihan gaya hidup yang cenderung makan di luar
- 3) Bahan baku berlimpah dan mudah diperoleh
- 4) Ketersediaan tenaga kerja yang memadai
- 5) Banyaknya perusahaan yang dapat diajak bermitra
- 6) Perkembangan Teknologi yang semakin pesat
- 7) Biaya kredit usaha UMKM oleh pemerintah

D. Ancaman (*Threats*)

- 1) Kenaikan tarif BBM (Bahan Bakar Minyak)
- 2) Kenaikan harga dan kelangkaan minyak sawit
- 3) Kenaikan harga bahan baku
- 4) Persaingan usaha sejenis
- 5) Peningkatan persaingan dari jenis usaha substitusi
- 6) Perubahan selera konsumen
- 7) Banyaknya tindak Premanisme
- 8) Pandemi Covid-19

2. Hasil analisis SWOT pada usaha pecel lele di Bandar Lampung menghasilkan kondisi di mana usaha berada pada kuadran II yaitu strategi diversifikasi (*Diversification Strategy*). Rumusan strategi pada usaha pecel lele di Bandar Lampung didasari pada strategi ST, yaitu memanfaatkan kekuatan (*Strengths*) untuk menekan dan menghadapi ancaman (*Threats*) yang ada. Adapun Implementasi alternatif strategi usaha ini yaitu :

- A. Mempertahankan kerjasama yang baik dengan supplier.
- B. Melakukan diversifikasi produk untuk mempertahankan harga produk yang terjangkau.
- C. Melakukan penjualan secara online melalui media sosial ataupun bekerjasama dengan ojek online.
- D. Melakukan inovasi yang mengikuti zaman.
- E. Berkoordinasi dengan aparat setempat untuk menjaga keamanan dan kenyamanan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun saran sebagai berikut :

### 5.2.1 Bagi Pelaku Usaha Pecel Lele di Bandar Lampung

1. Usaha pecel lele di Bandar Lampung sebaiknya melakukan promosi yang lebih optimal baik secara online maupun offline seperti bermitra dengan ojek online dalam melakukan penjualan maupun promosi.
2. Pelaku usaha pecel lele di Bandar Lampung sebaiknya lebih memperhatikan kebersihan tempat usaha untuk memberikan rasa nyaman kepada konsumen.
3. Pelaku usaha pecel lele di Bandar Lampung sebaiknya melakukan pengelolaan keuangan dengan lebih optimal baik secara manual maupun dengan bantuan teknologi komputerisasi ataupun *smartphone*.
4. Pelaku usaha pecel lele di Bandar Lampung sebaiknya melakukan inovasi secara terus menerus, menciptakan produk baru seperti menambah varian sambal menyesuaikan dengan selera konsumen ataupun inovasi dalam penggunaan teknologi produksi yang mengikuti perkembangan zaman.
5. Pelaku usaha pecel lele di Bandar Lampung sebaiknya lebih memperhatikan pengorganisasian kerja seperti membuat pembagian tugas dan tanggung jawab karyawan.

### 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat melakukan penelitian secara lebih mendalam dan berkelanjutan. Mengambil topik dengan metode SWOT dan melakukan implementasi di industri kuliner dengan menggunakan strategi yang telah di dapat.
2. Penggunaan metode penelitian yang berbeda dalam menganalisis lebih disarankan untuk mendapatkan hasil mengenai strategi pengembangan usaha dari sudut pandang yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia,A., Wahyu Hidayat., & Agung Budiatmo. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 1(1), 1-12.
- BPKP. (2010). *Tentang Provinsi Lampung*. Diakses pada 28 oktober 2021 dari : <http://www.bpkp.go.id/lampung/konten/131/>.
- BPS Bandar Lampung. (2021). *Jumlah Penduduk di Provinsi Lampung* Diakses pada 17 Mei 2022 dari <https://lampung.bps.go.id/indicator/12/45/1/jumlah-penduduk.html>
- BPS Bandar Lampung. (2019). *Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun ke atas menurut status pekerjaan utama di Kota Bandar Lampung*. Diakses pada 28 oktober 2021 dari <https://bandarlampungkota.bps.go.id/statictable/2021/05/24/326/jumlah-penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-selama-seminggu-yang-lalu-menurut-status-pekerjaan-utama-dan-jenis-kelamin-di-kota-bandar-lampung-2020.html>
- BPS Bandar Lampung. (2019). *Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Bandar Lampung*. Diakses pada 28 oktober 2021 dari <https://bandarlampungkota.bps.go.id/statictable/2020/05/21/309/jumlah-rumah-makan-restoran-menurut-kecamatan-di-kota-bandar-lampung-2019.html>.
- Chandler. (2011). *Teknik dan Metode Penyusunan Manajemen*. Malang: PT AFJ Mobicons.
- Creswrll, J. W. (2014). *Research Design : Qualitative Quantitative And Mixed Methods*. Los Angles: Sage.
- David, Fred R. (2011). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dinas Koprasi Dan UKM Kota Bandar Lampung. (2018). Data UMKM Di Kota Bandar Lampung Bulan Desember Perkecamatan Tahun 2018. Diakses pada 4 januari 2022 dari <https://diskopukm.bandarlampungkota.go.id/wp-content/uploads/2020/02/Data-UMKM-Bandar-Lampung.pdf>

- Fatoki O. (2014). The Causes of the Failure of New Small and Medium Enterprises in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 5 (20), 922-927.
- Hafiluddin., Yudhita Pertiwitasari., & Selamat Budiarto. (2014). Analisis Kandungan Gizi Dan Bau Lumpur Ikan Bandeng (Chanos chanos) Dari Dua Lokasi Yang Berbeda. *Jurnal Kelautan*, Vol 7(1). 33-44.
- Hidayat, Aditya Wisnu dan Astri Ghina. (2015). Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Penyebab Kegagalan Usaha Pada Industri Tahu Di Kelurahan Citeurep Kota Cimahi (Studi Kasus Pada Usaha Tahu Kampung Sukaresmi Tahun 2014). *Jurnal Management*, Vol 2(1). 53-60.
- Hutagalung., Muhammad Abrar K., Rahma F., & Sri Rezeki W R. (2019). Generasi Muslim Milenial dan Wirausaha. Sindimas.
- Iswandi, Heri & Husin Murbarat. (2019). Analisis Interpretasi Pada Spanduk Pecel Lele Khas Lamongan. *Jurnal Ekspresi Seni*, Vol 21(1). 39-55.
- Jannah, Iklima R., Hariberta., & Yohanes Vyn Amzar. (2019). Analisis Sosial Ekonomi Usaha Dagang Kecil Pecel Lelel di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi. *Jurnal Perdagangan Industri & Moneter*, Vol 7(1). 13-26
- Jonathan, Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Juliansyah, Eris. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomi*, Vol 3(2). 19-37.
- Kementrian Koperasi dan UKM. (2019). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019. Diakses Pada 5 Januari 2022 dari [https://www.kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002\\_SANDINGAN\\_DATA\\_UMKM\\_2018-2019.pdf](https://www.kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002_SANDINGAN_DATA_UMKM_2018-2019.pdf)
- Kurniawan, M., & Novi Haryanti. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, Vol 6(2). 97-102.
- Laluyan, William H., & Liliana Dewi. Evaluasi Kegagalan Start Up Bisnis (Studi Kasus di Lahap). *Media Mahardhika*, Vol 18(2). 166-170.
- Meleong, Lexy J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung.
- Miles, B. Matthew., A. Michael Huberman., & Johnny Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook 3 Edition*. Los Angles: Saga

- Mondal, Md Sanaul H. (2017). SWOT Analysis And Strategies To Develop Sustainable Tourism In Bangladesh. *Journal Of Economics*, Vol 8(2). 159-167.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen, Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategi*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Selamet, Rachmat dkk. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indoneisa*, Vol 16(2).136-147.
- Setyawati, I. (2009). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perekonomian Nasional. *Jurnal Widya Ekonomi*, Vol 26(288). 24-28.
- Setyorini, H, Mas'ud Effendi., & Imam Santoro. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, Vol 5(1). 46-53.
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Stephani. (2005). *Manajemen Strategi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Subaktilah, Y, Nita Kuswardani., & Sih Yuwanti. (2018). Analisis SWOT: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, Vol 12(2). 107-115.
- Suci, Suci Puji. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Sumarsan, Thomas. (2013). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Indeks Puri Media
- Susilawati, H. Mappamiring., & Alimuddin Said. (2016). Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Bira Sebagai Sumber Unggulan Pendapatan Asli Di Daerah Kabupaten Bulu Kumba. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol 2(3). 351-366.
- Suwandiyanto, M. (2010). *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan*. Yogyakarta: Andi.
- Wheelen, Thomas L., & Hunger, J. David. (2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.



Zuhri, S. (2013). Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol 2(3). 46-65

Zulkarnain, A, D Wahyuningtias, dan T S Putranto. (2018). *Analysis Of IFE, EFE and QSPM Matriz On Business Development Strategy*. Earth and Environmental Science