



## **Analisa Swot Pada Kafe Kantin Batas Kota Jalan Takengon-Bireuen Kabupaten Aceh Tengah**

Syahidin<sup>1</sup>, Ridha Yuniara<sup>2</sup>.

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Gajah Putih, Blang Bebangka Kecamatan Pegasing, 24560, Aceh Tengah

[syahidin161@gmail.com](mailto:syahidin161@gmail.com)

**Abstrak :** Penulis melakukan penelitian ini pada Kafe Kantin Batas Kota Jalan Takengon-Bireuen Kampung Paya Tumpi Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan juga untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat dipakai perusahaan. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats*). Adapun yang dimaksud dengan analisa ini adalah untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dalam iklim persaingan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis yang sama. Lokasi penelitian ini pada Kafe Kantin Batas Kota Jalan Takengon-Bireuen Kampung Paya Tumpi Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah. Objek penelitian adalah Analisa SWOT. Sementara yang menjadi Informan dalam penelitian ini yaitu pemilik dan karyawan pada Kantin batas Kota. Dan untuk metode analisa data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif yaitu metode observasi dan metode wawancara.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah dengan menggunakan matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan tersebut. Matrik dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi. Dengan menggunakan analisa SWOT dapat diperoleh hasil bahwa perusahaan dapat mengambil alternatif strategi ST, WT, SO dan WO. Berdasarkan semua analisa tersebut di atas menunjukkan hasil pembobotan faktor internal dan faktor eksternal pada Kantin batas Kota dapat dilihat dari total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar (0,68), sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar (0,49) menunjukkan bahwa posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha Kantin Batas Kota berada pada kuadran I, dimana posisi ini sebuah perusahaan maupun Perdagangan memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang.

*Kata kunci : Analisa SWOT, Manajemen Strategi, Lingkungan Internal, Lingkungan Eksternal.*

### **Pendahuluan**

Usaha jasa makanan merupakan suatu usaha yang memiliki peran dalam perekonomian, dalam penyediaan sumber kebutuhan akan konsumsi. Beberapa diantaranya berkembang secara pesat, di lain sisi ada yang mengalami keterpurukan di akibatkan oleh beberapa sebab yang mengakibatkan produksi dalam suatu usaha ini menjadi menurun. Sering kali usaha ini menjadi minat dari berbagai pengusaha untuk mendirikan secara bersaing dan berkembang hingga menjamur di berbagai tempat, dan menyebabkan usaha yang sudah lama berdiri kehilangan pamor akibat pesaing-pesaing baru. Kantin batas kota merupakan sebuah usaha yang akan dibahas dalam hal

ini, kantin yang terletak di jalan Takengon-Bireun Kampung Paya tumpi Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah ini merupakan sebuah usaha jasa yang bergerak di bidang kuliner yang menyajikan menu makanan dan minuman yang memiliki ciri khas utama yaitu masakan khas daerah gayo. Sudah berdiri sekitar dua puluh satu tahun dan sudah banyak mendapatkan penghargaan dari berbagai event-event tertentu, dan juga usaha ini merupakan usaha yang memiliki izin usaha berupa SIUP, SITU, dan HO. Hingga kini kantin batas kota masih beroperasi, menyediakan beberapa jenis makanan yang dimasak langsung ketika pelanggan memesan, bahkan sering memenuhi pesanan di berbagai acara-acara tertentu, seperti penyediaan catering hingga membuatnya banyak diketahui oleh konsumen. Kantin batas kota kini memiliki beberapa orang karyawan, yang bertugas meracik bahan makanan, memasak, hingga menyajikan kepada pelanggan. Seperti yang dibahas pada alinea pertama, sebagai usaha yang sudah berdiri sekian lama ini sudah mulai mengalami penyusutan dari segi produksi, tidak halnya seperti sedia kala yang mana usaha ini memiliki banyak pengunjung dan pesanan diakibatkan maraknya persaingan yang timbul. Pada saat ini para pesaing mulai mendominasi pelanggan di usahanya dengan memampang kelebihan berupa desain tempat yang lebih menarik dan menu-menu andalan baru yang mulai muncul serta berbagai tehnik promosi yang unik. Bukan hanya dari kafe-kafe biasa, hingga bahkan salah satu raksasa pemegang posisi di pasar dunia kuliner internasional, mulai mengoperasikan salah satu cabangnya di daerah Takengon Aceh Tengah, sebut saja KFC (Kentucky Fried Chicken), yang bahkan berjarak tidak terlalu jauh dari lokasi Kantin Batas Kota, hal ini bisa saja mengakibatkan para konsumen mulai beralih ke gerai-gerai kuliner pesaing yang lebih mengedepankan citra merk.

Usaha ini setiap hari nya semakin terlihat sepi pelanggan, yang hingga menyebabkan beberapa tenaga kerja di dalam usaha ini tidak banyak melakukan apa apa alias menganggur tanpa pekerjaan, bahkan beberapa kali pemilik usaha melakukan pengurangan tenaga kerja, dikarenakan tidak banyak hal yang dilakukan dalam usaha tersebut. Jenis makanan yang disediakan memang berupa beberapa makanan khas daerah yang masih di pertahankan dalam usaha jasa ini , berbeda dengan para pesaing baru yang timbul, mereka para pesaing lebih meningkatkan jumlah menu menu baru dalam daftar nya dan sering kali memadukannya dengan berbagai strategi yang unik , baik itu berupa promosi dan pemasarannya. Tidak seperti usaha Kantin Batas Kota ini yang hanya terpaku pada beberapa menu menu lama, meskipun masih ada peminatnya, namun kebanyakan konsumen telah beralih dan berubah sesuai zamannya. Untuk meningkatkan kembali jumlah produksi pada usaha ini tidaklah mudah dikarenakan perusahaan harus memiliki strategi bersaing yang tepat dalam usahanya mencapai keunggulan kompetitif. Situasi perkembangan zaman yang selalu berubah-ubah dapat menjadikan peluang peningkatan usaha atau bahkan menjadi ancaman bagi perusahaan. Salah satu upaya untuk mengetahui strategi yang tepat bagi perusahaan adalah dengan analisa SWOT. Analisa SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Secara umum, penentuan strategi yang tepat bagi perusahaan dimulai dengan mengenali *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) serta memahami *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) pada perusahaan. Dengan demikian, perusahaan mampu bersaing dan mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

## **Kerangka Teori**

### **Pengertian Strategi**

Suatu perusahaan bisa dikatakan berhasil apabila dapat mengembangkan dan menjalankan strategi untuk mengatasi berbagai ancaman dan meraih peluang yang ada. Proses analisa, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi dilingkungan perusahaan. David Huger dan Thomas Wheelen mengatakan strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan konperhensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Huger, dkk (2011 : 16). Pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, Rangkuti (2011 : 22). Seiring berkembangnya jaman konsep strategi terus menerus lahir dari tahun ke tahun dengan tujuan sebagai landasan kinerja yang harus ada dalam sebuah perusahaan atau lembaga. Agar memperjelas pengertian strategi marilah kita melihat konsep strategi.

Menurut Chandler dalam Rangkuti (2011 : 28) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi Chandler ini di tulis pada tahun 1962. Andrews dalam Rangkuti (2011 : 34) Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

### **Pengertian Analisa SWOT**

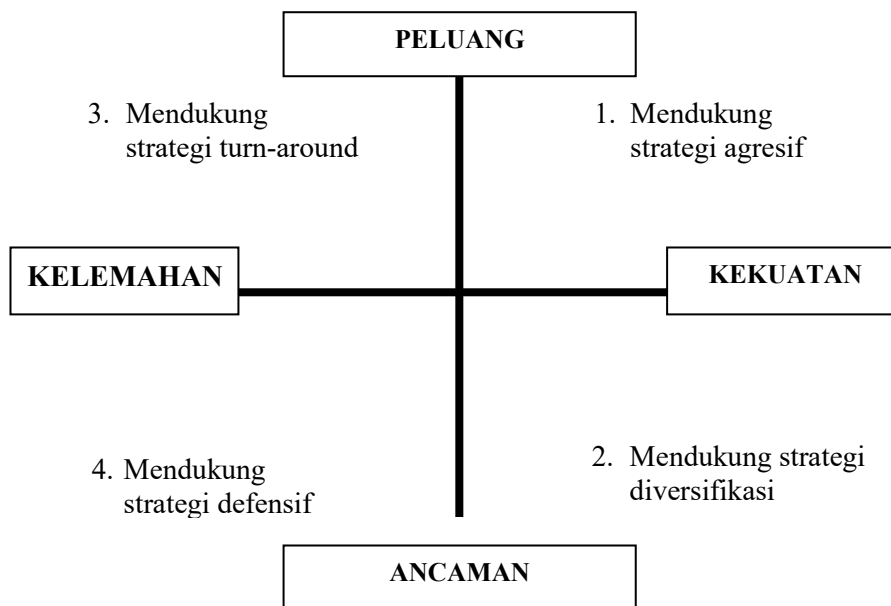
Agar pembuatan suatu strategi atau perencanaan pengembangan suatu lembaga maupun perusahaan menjadi lebih spesifik dan terperinci maka kita harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal. Hal ini sejalan dengan metode analisa yang kita kenal sebagai analisa SWOT yang didalamnya terdapat variabel-variabel untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kelemahan-kelemahan internal. Untuk mengetahui keadaan internal dan keadaan eksternal perlu kita melakukan analisa yang mendalam jadi marilah kita bahas terlebih dahulu mengenai analisa. Analisa SWOT menurut Rangkuti (2011 : 198) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*Oppurtunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Analisa SWOT (*SWOT analysa*) merupakan teknik historis yang terkenal dimana analisa ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif di turunkan dari "kesesuaian" yang baik antar sumberdaya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Robinson (2011 : 200).

Menurut Musa, dkk (2011 : 16) SWOT adalah kerangka kerja bagi manajer karena kesederhanannya, proses penyajiannya, dan dapat dianggap memberikan refleksi esensi atau penyusunan strategi, yaitu mempersatukan peluang dan ancaman dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Fokus mendasar pertama dalam analisa SWOT yaitu peluang (situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan) dan ancaman (situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan). Fokus dasar kedua adalah identifikasi kekuatan (sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan

pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan) dan kelemahan (keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang menghambat kinerja perusahaan).

### Diagram Analisa SWOT

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisa SWOT Rangkuti (2011 : 136). Seperti yang telah di kemukakan oleh para ahli analisa SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*) Rangkuti (2011 : 143). Sebagai kerangka analisa yang nantinya digunakan sebagai pertimbangan data internal dan eksternal maka dibutuhkanlah diagram sebagai peta analisa yang menghimpun variabel-variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Seperti pada diagram berikut ini :



**Gambar 1.**  
**Diagram SWOT (Rangkuti 2011 : 149)**

*Kuadran 1* : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

*Kuadran 2* : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi inversifikasi (produk/jasa).

*Kuadran 3* : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matriks. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan

dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri *microcomputer*.

*Kuadran 4* : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan internal.

Salah satu metode atau alat analisa yang digunakan untuk menyusun deskripsi tentang faktor-faktor strategi perusahaan adalah Matrik SWOT. Matrik ini dinilai mampu menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan harus disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks kini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategik. Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Salah satu modal dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah Matriks SWOT (Rangkuti, 2011 : 31).

### **Matrik TOWS atau SWOT**

Untuk menyusun peta strategi maka harus disusun melalui matriks yang dikenal dengan nama matriks SWOT. Matrik ini berfungsi untuk menentukan faktor-faktor internal dan faktor eksternal hal ini di sampaikan juga oleh David,dkk (2011 : 194) Suatu cara untuk menyimpulkan faktor-faktor strategis sebuah perusahaan adalah mengkombinasikan faktor strategis eksternal EFAS (*Eksternal Strategic factor Analysis Summary*) dengan faktor strategis internal IFAS (*Internal Strategic factor Analysis Summary*) ke sebuah ringkasan analisis faktor-faktor strategis SFAS (*Strategic Factor Analysis Summary*). Setelah mengkombinasikan faktor internal dan faktor eksternal setelah itu perusahaan akan menemukan strategi mengatasi kelemahan dan memperkecil ancaman. SFAS mengharuskan para manajer strategi memadatkan faktor-faktor tersebut sehingga kurang dari 10 faktor, David, dkk (2011 : 194). Hal ini disebabkan karena SFAS hanya berisi faktor-faktor yang paling penting dan juga menyediakan basis bagi perusahaan strategi David, dkk (2011 : 194).

Untuk mencocokkan faktor-faktor yang dimiliki dalam penelitian ini digunakan cara pengelompokkan kedalam empat kategori dengan konsep modern berorientasi pada *Strenght, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) yang menghasilkan faktor-faktor pendorong, harus menyelaraskan aktifitas internalnya dengan realitas eksternalnya agar dapat mencapai tujuan dengan yang ditetapkan. Kotler dan Keller (2013 : 15) dan kemudian digunakan untuk membantu mengembangkan 4 (empat) tipe strategi yaitu : Kotler dan Keller (2013 : 16)

SO = kekuatan dan kelemahan ( *Strenght – Opportunities* )

WO = kelemahan dan peluang ( *Weaknesses – Opportunities* )

ST = kekuatan dan ancaman ( *Strenght – Threats* )

WT = kelemahan dan ancaman ( *Weaknesses – Threats* )

Berikut adalah penjelasan matriks SWOT menurut Rangkuti (2011:31) Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah Matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, dan matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Berikut marilah kita melihat matriks SWOT dengan seksama.

**Tabel 1.**  
**Matriks SWOT**

<b>Internal</b>	<b>Strength (S)</b> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<b>Weaknesses (W)</b> Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b>Eksternal</b>		
<b>Opportunities (O)</b> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<b>Strategi (SO)</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi (WO)</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>Strategi (ST)</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan ancaman	<b>Strategi (WT)</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindarkan ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti (2011 : 31), SWOT Performance Balance.

Analisa strategi pemanfaatan faktor internal terhadap eksternal perusahaan baik secara mikro maupun secara makro dalam pemanfaatan kekuatan terhadap peluang dan ancaman serta mengantisipasi kelemahan dan ancaman sehingga strategi yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut : Rangkuti (2011: 31-32 )

- Strategi S-O, strategi ini dibuat berdasarkan keinginan rencana perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Strategi S-T, strategi ini menggunakan kekuatan yang dialami perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- Strategi W-O, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi W-T, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### **Hipotesa**

- Diduga usaha Kantin Batas Kota memiliki kekuatan (*Strength*).
- Diduga usaha Kantin Batas Kota memiliki kelemahan (*Weaknesses*).
- Diduga usaha Kantin Batas Kota memiliki peluang (*Opportunities*).
- Diduga usaha Kantin Batas Kota memiliki ancaman (*Threats*).

### **Metode Penelitian**

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah hal-hal yang tercakup dalam ilmu Manajemen Strategi yang di terapkan saat melakukan analisa pada usaha Kantin Batas Kota. Lokasi dalam penelitian ini adalah pada usaha Kantin Batas Kota Jalan Takengon-Bireun Kampung Paya Tumpi Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah, dan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*).

### **Teknik Analisa Data**

Metode analisa data dengan menggunakan analisa kualitatif deskriptif melalui proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisa, yaitu:

- e. Tahap pengumpulan data (evaluasi faktor eksternal dan internal)
- f. Analisa (Matriks SWOT, Matriks Internal Eksternal)
- g. Tahap Rancangan pengembangan.

Tahap pengumpulan data adalah tahap yang pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan analisa dimana tahap ini data dibagi menjadi dua bagian yaitu data internal dan data eksternal.

Tahap analisa adalah setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi, yaitu Matrik TOWS atau Matrik SWOT dan Matrik Internal Eksternal kemudian dari hasil yang ada maka ditentukan pengambilan keputusan yang tepat.

Matriks SWOT adalah alat untuk mencocokkan faktor-faktor yang akan membantu mengembangkan 4 tipe strategi yaitu: SO (kekuatan-peluang atau *Strength-opportunities*), WO (kelemahan-peluang atau *weakness-opportunities*), ST (kekuatan-ancaman atau *Strength-Threats*), dan WT (kelemahan-ancaman atau *weakness-threats*). Matrik SWOT juga menggambarkan berbagai alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan, yaitu:

- a. Strategi SO (*Strength-opportunities*), adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan menggunakan atau memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan peluang yang ada.
- b. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), adalah strategi yang digunakan perusahaan yang seoptimal mungkin meminimalisir kelemahan yang ada untuk memanfaatkan berbagai peluang.
- c. Strategi ST (*Strength-Threats*) adalah strategi yang digunakan perusahaan dengan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan untuk mengurangi berbagai ancaman yang mungkin melingkupi perusahaan.
- d. Strategi WT (*Weakness-Threats*), adalah strategi untuk mengurangi kelemahan guna meminimalisir ancaman yang dapat merugikan perusahaan.

Sebuah penelitian yang menunjukkan bahwa kinerja penjualan perusahaan hasil dari strategi pemasaran perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisa SWOT. Analisa SWOT membandingkan antara faktor internal dan eksternal.

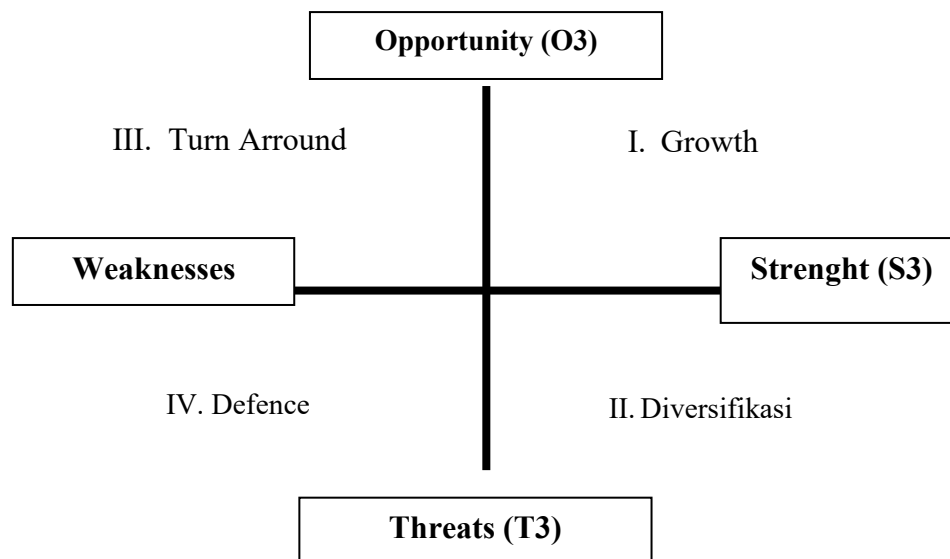
Faktor Strategi	Bobot	Rating	Nilai
<b>Internal :</b>			
Strenght (S)	S1 (0,0-1,0)	W1 (0,0-1,0)	S2 (1-4) W2 (1-4)
Weakness (W)			S1 x S2 = S3 W1 x W2 = W3
<b>Total</b>	<b>1,0</b>		
<b>Eksternal :</b>			
Opportunity	O1 (0,0-1,0)	T1 (0,0-1,0)	O2 (1-4) T2 (1-4)
Threats			O1 x O2 = O3 T1 x T2 = T3
<b>Total</b>	<b>1,0</b>		

Keterangan :

- a. Bobot dari internal dan eksternal antara 0,0 sampai dengan 1,0
- b. Rating dari internal dan eksternal antara 1 sampai 4

c. Nilai dari internal dan eksternal adalah hasil perkalian antara bobot dengan rating.

### DIAGRAM ANALISA SWOT



**Kuadran I :** Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

**Kuadran II :** Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

**Kuadran III :** Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik (*Turn AroundStrategy*).

**Kuadran IV :** Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Harus segera mencari Strategi Bertahan (*DefensifStrategy*).

Analisa Data Dengan menggunakan teknik Freddy yang Lebih dikenal dengan Teknik Analisa SWOT, analisa ini dibagi atas empat dasar yaitu:

- Strength, adalah suatu situasi dan kondisi yang merupakan kekuatan atau situasi yang menguntungkan bagi Kantin Batas Kota.
- Weakness, adalah suatu situasi dan kondisi yang merupakan kelemahan dari Kantin Batas Kota.
- Opportunity, adalah suatu situasi dan kondisi yang merupakan Peluang bagi Kantin Batas Kota.
- Threat, adalah suatu situasi dan kondisi yang merupakan ancaman dari Kantin Batas Kota.

**Hasil Penelitian  
Pembahasan  
Analisis**

Adapun analisa strategi faktor internal dan eksternal pada Kantin Batas Kota dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengantisipasi kelemahan dan ancaman, sehingga strategi yang dilakukan dapat dilihat dari hasil Matrik SWOT ini sendiri, yang diharapkan dapat memberikan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh pihak manajemen perusahaan agar tujuan awal dari organisasi tercapai dan kegiatan pemasaran perusahaan dapat memberi hasil yang maksimal.

**Matriks SWOT Kantin Batas Kota**

Untuk menyusun peta strategi maka harus disusun melalui matriks yang dikenal dengan nama matriks SWOT. Matrik ini berfungsi untuk menentukan faktor-faktor internal dan faktor eksternal dengan menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, dan matriks ini dapat menghasilkan empat tipe kemungkinan alternatif strategis. Berikut marilah kita melihat matriks SWOT pada Kantin Batas Kota.

**Tabel. 2  
Matriks SWOT Kantin Batas Kota**

	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
<b>Internal</b>	a. Harga yang Terjangkau b. Sudah memiliki izin usaha dari dinas terkait c. Tersedianya Tempat usaha yang strategis d. Memiliki pelanggan tetap e. Ketersediaan bahan baku	a. Reputasi mulai pudar b. Kapasitas produksi kurang c. produk kurang inovatif d. Evaluasi karyawan kurang efektif e. Masih kurang dalam Promosi
	<b>Strategi (SO)</b>	<b>Strategi (WO)</b>
<b>Peluang (O)</b>	a. Memanfaatkan tempat yang strategis untuk menarik minat wisatawan b. Memanfaatkan jumlah bahan baku untuk diversifikasi produk c. Memanfaatkan Tenaga kerja yang tersedia untuk penyediaan Bahan baku dalam meningkatkan penjualan d. Memanfaatkan pelanggan tetap untuk menginformasikan produk lewat media sosial e. Memanfaatkan izin usaha untuk meyakinkan masyarakat tentang keberadaan usaha ini.	a. Meningkatkan jumlah promosi lewat media sosial. b. Melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan untuk meningkatkan kapasitas produk c. Melakukan diversifikasi produk dan menambah inovasi. d. Mengenalkan kembali merk usaha atau nama usaha pada sebagian besar masyarakat dan wisatawan e. Memanfaatkan jumlah penduduk untuk mempromosikan produk

Ancaman (T)	Strategi (ST)s	Strategi (WT)
a. Munculnya usaha sejenis / pesaing baru	a. Mempertahankan pelanggan tetap dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.	a. Menambah jumlah inovasi produk untuk meyeimbangi perubahan selera konsumen.
b. Efektifitas pesaing	b. Mempertahankan harga yang terjangkau guna menyesuaikan dengan kondisi ekonomi yang terjadi	b. Meningkatkan jumlah promosi untuk bersaing.
c. Perubahan selera konsumen.	c. Memanfaatkan bahan baku memenuhi konsumen	c. Mengevaluasi kinerja karyawan agar lebih efektif dibanding pesaing.
d. inflasi	d. Menjadikan area strategis untuk mengimbangi kerja pesaing.	d. Mempertahankan kapasitas produksi dengan harga terjangkau saat terjadi inflasi.
e. kemungkinan kehilangan pelanggan tetap	e. Memanfaatkan jumlah bahan baku untuk dapat mempertahankan harga yang lebih terjangkau dari pesaing.	e. Memperbaiki reputasi untuk mempertahankan pelanggan tetap.

Hasil dari analisa di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut dapat dirumuskan menjadi empat alternatif sebagai berikut :

### **Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)**

Kekuatan dan peluang yang dimiliki merupakan dua hal utama yang sangat menguntungkan bagi suatu kegiatan dalam perusahaan, dimana hal tersebut dapat menjadikan kelangsungan perusahaan atau bertahan dalam segala kegiatan yang dilakukan guna untuk mendapatkan keuntungan seperti yang diharapkan. Adapun strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan Kantin Batas Kota adalah sebagai berikut :

a. Memanfaatkan tempat yang strategis untuk menarik minat wisatawan.

Lokasi atau tempat dalam sebuah usaha merupakan suatu hal yang paling penting , dikarenakan hal ini lah yang akan pertama kali dilihat oleh konsumen di karenakan adanya banya k pertimbangan antara jarak dan kondisi tempat. Lokasi atau tempat juga merupakan bagian dari identitas suatu usaha, seperti di Kantin Batas Kota yang memiliki tempat yang cukup strategis , berada di area perlintasan utama saat memasuki kota Takengon , akan membuat para wisatawan yang datang dapat dengan mudah menemukan area ini untuk dikunjungi.

b. Memanfaatkan jumlah bahan baku untuk diversifikasi produk.

Ketersediaan bahan baku yang cukup , bukan hanya sekedar dijadikan sebagai stok , tapi juga akan di manfaatkan lebih, guna mendiversifikasi atau memvariasikan olahan menu makanan dan minuman yang disediakan di Kantin Batas Kota agar menu tidak terlalu monoton dan membuat para konsumen tidak akan bosan untuk menikmatinya.

c. Memanfaatkan Tenaga kerja yang tersedia untuk penyediaan Bahan baku dalam meningkatkan penjualan.

Tenaga kerja berperan penting dalam perkembangan suatu usaha seperti halnya melakukan pelayanan dan penyajian produk yang di suguhkan. Ketersediaan bahan baku merupakan hal yang mudah di Kantin batas Kota ini , namun bahan baku tidak mungkin akan datang dengan sendirinya apa bila tidak di cari , ini merupakan salah satu tugas dari tenaga kerja untuk membantu memperoleh bahan baku demi kebutuhan usaha maupun lebih untuk meningkatkan jumlah penjualan. Dalam hal ini tenaga kerja di tambahkan dalam bidang penyediaan bahan baku.

d. Memanfaatkan pelanggan tetap untuk menginformasikan produk lewat media social.

Teknologi pada saat ini merupakan suatu hal yang lumrah dan bukan tidak mungkin lagi bahwa setiap kalangan sudah mengenal berbagai hal tentang teknologi. Salah satunya adalah teknologi komunikasi saat ini berupa smartphone android yang sudah mendukung fitur multimedia dan internet. Pelanggan tetap merupakan sarana yang tepat untuk menginformasikan Kantin Batas Kota kepada dunia luas menggunakan teknologi komunikasi saat ini. Dikarenakan pelanggan tetap sudah mengetahui kelebihan dari usaha ini dan sudah menjadi pelanggan sejak lama bahkan rutin memesan sehingga dikatakan pelanggan tetap , hal ini sangat penting di karenakan informasi baik akan menyebar sebagai promosi oleh pelanggan yang sudah memiliki kepercayaan melalui media komunikasi kepada kerabat kerabat mereka di berbagai jaringan.

e. Memanfaatkan izin usaha untuk meyakinkan masyarakat tentang keberadaan usaha ini.

Pertumbuhan jumlah penduduk yang kian berkembang merupakan sebuah peluang baik bagi perusahaan untuk meningkatkan angka penjualannya. jumlah penduduk yang berkembang tak jarang disertai juga oleh isu yang kian merambat , salah satunya merupakan isu tentang keburukan suatu usaha . hal ini bisa saja menimpa Kantin Batas Kota , oleh karena itu perlu di buat izin usaha . izin usaha merupakan keputusan resmi oleh instansi pemerintah agar usaha dapat berjalan dengan baik dan tanpa ada gangguan . izin usaha dapat di dimanfaatkan untuk memberitahukan pada masyarakat konsumen bahwa usaha ini merupakan usaha yang berdiri secara resmi dan legal . izin usaha juga dapat membantu usaha Kantin Batas Kota untuk meyakinkan para wisatawan.

### **Stretegi S-T (*Strength-Threats*)**

Dengan kekuatan yang dimiliki oleh Kantin Batas Kota maka perusahaan dapat melakukan pencegahan terhadap datangnya ancaman pada perusahaan. Yaitu dengan cara :

a. Mempertahankan pelanggan tetap dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

Pelanggan tetap merupakan pelanggan yang sudah memiliki kepercayaan terhadap usaha yang kita jalankan, seperti pada Kantin Batas Kota pelanggan tetap juga mempunyai kemungkinan untuk meninggalkan Kantin Batas Kota dan berpindah kepada tempat lain . pelanggan tetap merupakan harapan yang patut dipertahankan . lantas bagaimana untuk mempertahankannya ? . salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pada makanan yang di hasilkan oleh Kantin Batas Kota, juga meningkatkan kualitas pelayanan terhadap mereka , agar mereka semakin percaya dan mengurangi kemungkinan mereka akan berpindah.

- b. Mempertahankan harga yang terjangkau guna menyesuaikan dengan kondisi ekonomi yang terjadi

Kondisi perekonomian merupakan suatu hal yang dinamis dan selalu berubah dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, menyebabkan dampak yang dirasakan. Salah satu faktor yakni inflasi, adalah kenaikan harga barang secara menyeluruh dalam jangka waktu yang lama. Hal ini menyebabkan masyarakat akan kesulitan untuk memperoleh kebutuhan yang mereka cari, bahkan dapat berdampak kepada hal-hal lainnya. Seperti pada Kantin Batas Kota kenaikan harga bisa saja terjadi akibat harga bahan baku yang meningkat hal ini lah yang harus menjadi pertimbangan bagi pemilik usaha Kantin Batas kota yaitu dilakukan cara dengan menyesuaikan porsi dan harga makanan dengan modal yang dimiliki konsumen, guna untuk meningkatkan jumlah produksi.

- c. Memanfaatkan jumlah bahan baku untuk memenuhi selera konsumen

Ketersediaan bahan baku yang mudah didapat bisa digunakan untuk mencegah ancaman yang akan datang. Salah satu ancaman tersebut berupa perubahan selera konsumen, yakni perubahan yang sering terjadi akibat perubahan masa. Dengan memanfaatkan bahan baku dengan sebaik mungkin dapat menciptakan varian menu yang searah dengan arah perubahan masa dan selera konsumen.

- d. Menjadikan area yang strategis untuk mengimbangi efektifitas kerja pesaing.

Area yang strategis hanya akan menjadi sebuah area biasa jika tidak diolah dengan baik. Area strategis juga merupakan kekuatan yang penting dimiliki oleh suatu usaha. Pasalnya jika dikelola dengan sedikit inovasi akan dapat menjadi area yang produktif, dan menghasilkan inovasi-inovasi baru, guna menjadi lebih efektif, untuk mengimbangi efektifitas kinerja pesaing.

- e. Memanfaatkan jumlah bahan baku untuk dapat tetap mempertahankan harga yang lebih terjangkau dari pesaing.

Selain dipergunakan untuk menambah varian dalam daftar menu di Kantin Batas Kota, ketersediaan bahan baku yang mudah didapat juga dapat mengimbangi produksi dengan harga terjangkau. Hal ini dapat dilakukan dengan tetap menghasilkan masakan dengan kualitas dan harga yang dapat dijangkau oleh berbagai kalangan dikarenakan bahan baku kebanyakan mudah didapat dan dihasilkan dari lahan sendiri.

### **Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)**

Dari kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan seperti uraian di atas dapat dibenahi dengan mempertimbangkan hal-hal yang merubahnya menjadi peluang dengan melaksanakan beberapa pembenahan yaitu:

- a. Meningkatkan jumlah promosi lewat media sosial.

Promosi perlu dilakukan untuk memperkenalkan suatu usaha kepada khalayak umum. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari media cetak, radio hingga media visual elektronik, seperti iklan televisi dan media sosial. Di era saat ini bukanlah hal yang sulit untuk mengakses berbagai belahan dunia, bahkan hanya dengan beberapa kali usap, kita dapat menjelajahi berbagai hal yang tersebar di dalam dunia maya. Maka dari itu promosi akan dengan mudah dilakukan dengan berbagai cara.

- b. Melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan untuk meningkatkan kapasitas produk

Melakukan evaluasi sangat perlu dilakukan terutama pada kinerja karyawan untuk dapat menghasilkan efektifitas kerja yang diharapkan, bahkan untuk dapat meningkatkan kapasitas produksi. Melakukan evaluasi dapat dilakukan dengan

pemantauan atau pendisiplinan tenaga kerja untuk mendapatkan hasil maksimal dan produktif.

c. Melakukan diversifikasi produk dan menambah inovasi.

Mendiversifikasi atau penganekaragaman produk (bidang usaha) atau lokasi suatu perusahaan, dilakukan untuk memaksimalkan agar arus kas perusahaan stabil, atau juga memberikan inovasi baru agar usaha ini dapat terus maju mengikuti arus perkembangan zaman.

d. Mengenalkan kembali merk usaha atau nama usaha pada sebagian besar masyarakat dan wisatawan

Reputasi merupakan suatu hal penting yang tertanam di dalam benak konsumen, juga merupakan pandangan atau penilaian konsumen terhadap usaha ini, semakin buruknya atau semakin pudarnya reputasi suatu usaha akan menimbulkan kesan buruk suatu usaha dalam benak konsumen. Maka dari itu perlu dilakukan pengenalan kembali merk atau nama usaha Kantin Batas Kota ini guna mempromosikan kembali dengan cara tertentu agar dapat berkembang kembali.

e. Memanfaatkan jumlah penduduk untuk mempromosikan produk

Penduduk yang jumlahnya terus meningkat setiap tahunnya merupakan sebuah peluang yang dapat di manfaatkan untuk mengatasi keterpurukan suatu usaha, yaitu dengan cara promosi yang dapat dilakukan dengan berbagai cara. Ini merupakan peluang utama yang dimanfaatkan oleh beberapa usaha untuk dapat meningkatkan kapasitas produksi usaha mereka, begitu pula jika ini dilakukan di Kantin Batas Kota.

### **Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)**

Kelemahan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat dijadikan peluang untuk kedepannya, dengan menerapkan strategi-strategi seperti berikut ini :

a. Menambah jumlah inovasi produk untuk meyeimbangi perubahan selera konsumen.

Mengikuti arus perkembangan zaman dengan menyediakan produk makanan yang dapat disesuaikan dengan zaman yang semakin maju, dengan menambah beberapa inovasi agar sesuai dengan selera para konsumen yang juga ikut berubah mengikuti perkembangan. Hal ini dilakukan demi mempertahankan pelanggan, bahkan untuk menarik pelanggan terutama bagi wisatawan.

b. Meningkatkan jumlah promosi untuk bersaing.

Promosi harus ditingkatkan kedepannya agar memiliki banyak peluang untuk dapat bersaing dengan pesaing-pesaing baru yang lebih maju. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, apalagi di zaman digital ini tidak sulit hal nya untuk membuat beberapa kata kata dan gambar yang menarik untuk menggaet para konsumen, disebarkan contoh nya seperti di media sosial.

c. Mengevaluasi kinerja karyawan agar lebih efektif dibanding pesaing.

Evaluasi yang perlu dilakukan dengan memperhatikan kelemahan dan keunggulan para karyawan agar dapat ditempatkan sesuai dengan posisi mereka yang tepat, hal ini bertujuan agar setiap pekerjaan para karyawan berjalan sesuai keahlian mereka masing masing, seperti di bagian mengolah bahan baku mentah, memasak, hingga penyajian sangat perlu di perhatikan di Kantin Batas Kota, dan akan menghasilkan proses kerja yang efektif, bahkan dapat mengungguli efektifitas di tempat pesaing.

d. Mempertahankan kapasitas produksi dengan harga terjangkau saat terjadi inflasi.

Sebelum meningkatkan kapasitas produksi hendaknya mempertahankan kapasitas produksi merupakan cara awal yang dirasa lebih baik, terutama disaat terjadinya inflasi, memang hal ini kemungkinan dapat diatasi dengan ketersediaan

bahan baku yang mudah didapat dan sebagiannya di dapat dari hasil panen perkebunan sendiri, namun alangkah baiknya menggunakan cara bertahap agar semua proses produksi dapat dilakukan dengan dengan seimbang dan memenuhi kebutuhan setiap pihak.

e. Memperbaiki reputasi untuk mempertahankan pelanggan tetap.

Reputasi yang mulai pudar merupakan kelemahan yang kemungkinan menimbulkan ancaman dan berdampak pada kemerosotan pada Kantin Batas Kota. Sangat perlu diperhatikan terlebih lagi ada kaitannya dengan pelanggan tetap. Memperbaiki reputasi sama halnya dengan membangun kembali Kantin Batas Kota ini meskipun terlihat sepele, namun reputasi yang mulai pudar, bisa menjadi semakin buruk bahkan berkembang menjadi isu-isu negatif, yang dapat menjatuhkan nama Kantin Batas Kota ke posisi yang bahkan jauh lebih buruk. Dengan mengenalkan kembali, setidaknya dengan melakukan promosi, melakukan desain dengan gaya baru, atau pun menambah varian di dalam daftar menu, dapat membantu Kantin Batas Kota untuk dapat bangkit kembali ke arah persaingan yang lebih kompetitif, untuk dapat meningkatkan jumlah produksi.

Adapun analisa strategi TOWS atau SWOT faktor internal dan eksternal pada Kantin Batas Kota didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Kantin Batas Kota

### Identifikasi Faktor Internal

Yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan yang mempengaruhi perkembangan industri perusahaan.

**Tabel 3.**

#### **IFAS ( Internal Factor Analysa Summary)**

<b>Faktor-faktor Internal</b>	<b>Strategi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>	<b>Komentar</b>
<b>Kekuatan:</b>					
- Harga Terjangkau	yang	0,09	4	0,36	- Mampu menyesuaikan harga di pasaran
- Sudah memiliki izin usaha dari dinas terkait		0,13	3	0,39	- Adanya dukungan dari pemerintah daerah
- Tersedianya Tempat usaha yang strategis		0,13	3	0,39	- Dapat dengan mudah dilihat oleh pelanggan
- Memiliki pelanggan tetap		0,10	2	0,20	- Mampu mempertahankan reputasi di mata konsumen
- Ketersediaan bahan baku		0,11	2	0,22	- Mampu memenuhi permintaan konsumen
<b>Sub Total</b>		<b>0,56</b>		<b>1,56</b>	

<b>Kelemahan:</b>					
- Reputasi pudar	mulai	0,09	3	0,27	- Pelanggan jarang berkunjung
- Kapasitas produksi kurang	produksi	0,08	2	0,16	- Jumlah produksi dalam kapasitas sebatas pelanggan tetap.
- produk inovatif	kurang	0,09	2	0,18	- Masih menyediakan varian produk menu seperti biasa.
- Evaluasi karyawan kurang efektif	karyawan	0,09	1	0,09	- Kapasitas kerja karyawan menurun.
- Masih kurang dalam Promosi		0,09	2	0,18	- Promosi yang terbatas
<b>Sub Total</b>		<b>0,44</b>		<b>0,88</b>	
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2,44</b>	

Sumber : Pengolahan data internal Kantin Batas Kota, 2018.

Dari analisa tabel 3 diatas, menunjukkan total yang diperoleh tabel IFAS yaitu sebesar 2,44 dengan skor kekuatan 1,56 dan skor kelemahan sebesar 0,88. Hal ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki oleh penjualan makanan Kantin batas Kota lebih besar dari faktor kelemahan. Oleh karena itu Kantin Batas Kota dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan untuk lebih meningkatkan usaha ke depan. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan usaha Kantin Batas Kota, di peroleh hasil pengurangan antara faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yaitu :  $1,56 - 0,88 = 0,68$  yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 0,68.

### Identifikasi Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka faktor eksternal atau faktor yang berasal dari luar lingkungan perusahaan berupa peluang dan ancaman perusahaan yang mempengaruhi perkembangan industri Kantin Batas Kota adalah:

**Tabel 4.**  
**EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)**

<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>	<b>Komentar</b>
<b>Peluang:</b>				
- Media sosial dan iklan	0,10	4	0,40	- Tersedianya pasar untuk memasarkan produk
- Peningkatan Jumlah Penduduk	0,13	2	0,26	- Pertumbuhan penduduk meningkat maka permintaan meningkat
- Memiliki tenaga kerja	0,10	2	0,20	- Ketenaga kerjaan yang memadai
- Banyak wisatawan dari luar daerah	0,11	3	0,33	- Munculnya sasaran konsumen baru

- Diversifikasi produk (menganekaragamkan variasi produk)	0,10	2	0,20	- Banyaknya permintaan varian produk
<b>Sub Total</b>	<b>0,54</b>		<b>1,39</b>	
<b>Ancaman:</b>				
- Munculnya usaha sejenis / pesaing baru	0,08	2	0,16	- Meningkatnya kesadaran berwirausaha
- Efektifitas pesaing	0,08	3	0,24	- Berpengaruh terhadap pendapatan usaha.
- Perubahan selera konsumen.	0,10	2	0,20	- Beralih ke usaha dan produk lain
- Inflasi	0,10	1	0,10	- Berpengaruh terhadap minat konsumen
- kemungkinan kehilangan pelanggan tetap	0,10	2	0,20	- Beralih ke usaha lain yang memiliki daya tarik baru
<b>Sub Total</b>	<b>0,46</b>		<b>0,90</b>	
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,29</b>	

Sumber : Pengolahan data eksternal Kantin Batas Kota, 2018.

Tabel 4 di atas menunjukkan total skor yang diperoleh tabel EFAS yaitu sebesar 2,29 dengan skor peluang 1,39 dan skor ancaman sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh Kantin Batas Kota lebih besar dari pada faktor ancaman. Oleh karena itu Kantin Batas Kota dapat lebih meningkatkan usahanya ke depan. Dari hasil perhitungan nilai rating dan bobot faktor eksternal strategi pengembangan usaha Kantin Batas Kota diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yaitu :  $1,39 - 0,90 = 0,49$  yang dijadikan sebagai sumbu Y, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 0,49.

#### Diagram SWOT Kantin Batas Kota

Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan faktor eksternal pada Kantin Batas Kota dapat disimpulkan total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar (0,68), sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar (0,49) seperti tersaji pada tabel 5 berikut.

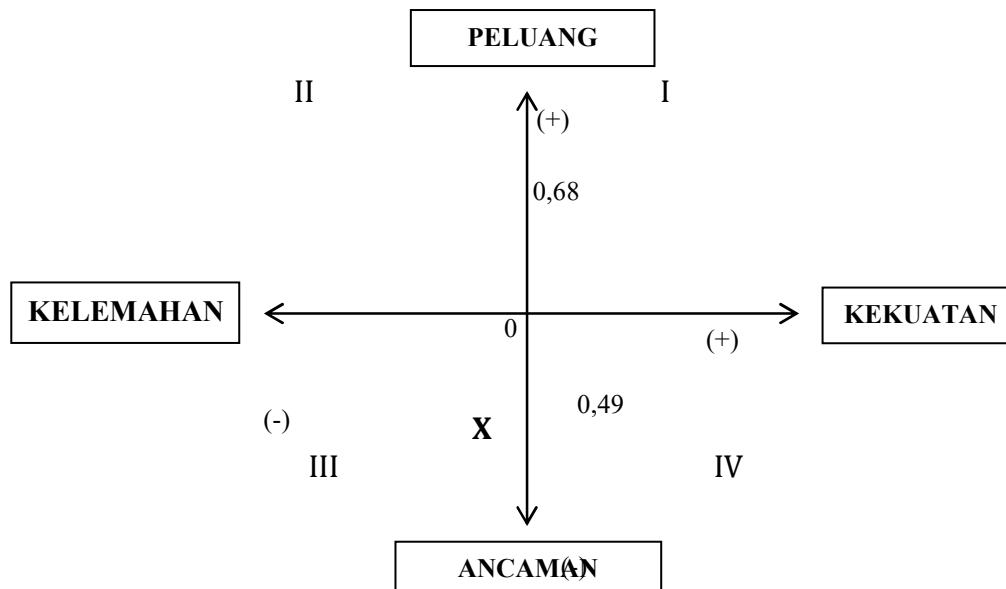
**Tabel 5.**

#### ***Hasil Skoring Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Usaha Kantin Batas Kota.***

<b>Kriteria</b>	<b>Koordinat</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Faktor Internal</b>		
- Kekuatan	0,68	Sumbu X
- Kelemahan		
<b>Faktor Eksternal</b>		
- Peluang	0,49	Sumbu Y
- Ancaman		

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2017.

## Diagram SWOT



**Gambar 2.**

***Diagram SWOT Hasil Pengolahan Data Internal dan Eksternal Kantin Batas Kota, 2018***

Dari gambar diagram SWOT di atas, menunjukkan bahwa posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha Kantin Batas Kota berada pada kuadran I, dimana posisi ini sebuah perusahaan maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang. Sehingga Kantin Batas Kota merupakan perusahaan yang kuat dan mempunyai peluang besar untuk mampu bersaing dengan usaha lainnya.

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada Kantin Batas Kota Jalan Takengon-Bireun Kampung Paya Tumpi Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah dapat dikemukakan hal-hal yang menyangkut perkembangan usaha kedepannya, Strategi yang lebih baik, dan perolehan keuntungan yang lebih maksimal :

- a. Adapun faktor internal pada Kantin Batas Kota adalah merupakan kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan. Diantara kekuatan perusahaan meliputi : Harga yang Terjangkau, Sudah memiliki izin usaha dari dinas terkait, Tersedianya Tempat usaha yang strategis, Memiliki pelanggan tetap, dan Ketersediaan bahan baku. Sedangkan kelemahan perusahaannya yaitu : Reputasi mulai pudar, Kapasitas produksi kurang, produk kurang inovatif, Evaluasi karyawan kurang efektif, dan Masih kurang dalam Promosi.
- b. Selanjutnya hasil dari faktor eksternal Kantin Batas Kota yaitu peluang dan ancaman yang berasal dari luar lingkungan perusahaan. Adapun peluang Kantin Batas Kota meliputi : Media sosial dan iklan, Peningkatan Jumlah Penduduk, Memiliki tenaga kerja, Banyak wisatawan dari luar daerah, dan Diversifikasi produk (menganekaragamkan variasi produk). Sementara ancaman Kantin Batas Kota meliputi : Munculnya usaha sejenis/pesaing baru, Efektifitas pesaing, Perubahan selera konsumen, Inflasi, dan kemungkinan kehilangan pelanggan tetap.
- c. Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan faktor eksternal pada Kantin Batas Kota dapat disimpulkan total skor yang diperoleh dari pengurangan total

faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar (0,68), sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar (0,49) menunjukkan bahwa posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha Kantin Batas Kota berada pada kuadran I, dimana posisi ini sebuah perusahaan maupun perdagangan memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang.

## Referensi

- Aaker, David dan Erich Joachimsthaler. (2000), "Brand Leadership". New York: The Free Press.
- Abdullah, Rahman Bin, Mushaireen Musa, Harnizam Zahari, Razman Rahman, dan Khazainah Khalid. (2011). A Model of Employee Satisfaction: Gender Differences in Cooperative Extension. *International Journal of Business and Social Science*, 2(3), 147-155.
- Ramadhan, M., & Syahidin, S. (2020). Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Dan Dana Perimbangan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 2(2), 01-10.
- Nurrachmi, I., Maharani, D., Syahidin, S., Maulana, W., Nurhayati, Y., Sugiarto, M., ... & Yusdita, E. E. (2021). KEWIRAUSAHAAN POLA PIKIR, PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN.
- Rusli, R., & Syahidin, S. (2021). KARAKTERISTIK PETERNAK DAN STRATEGI PENGEMBANGAN TERNAK KERBAU GAYO SISTEM PERUWEREN. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan*, 9(2), 81-89.
- Saputra, M., Na'im, Z., Nugroho, P., Maula, I., Budianingsih, Y., Hadiningrum, L. P., & Ahyar, D. B. (2022). *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Robinson. Joan . M. (2014). Buku Ajar Visual Nursing : Jilid satu. Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Syahidin, S., & Erma, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi Di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 76-88.
- Syahidin, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Cabai Merah Di Kecamatan Rusip Antara Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 51-64.
- Syahidin, S. (2020). Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) Terhadap Kemiskinan di Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 2(1), 1-15.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Syahidin, S., & Ramadhan, M. (2022). Prospek Pengembangan Usaha Alwa Kangen Water Di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 43-53.

- Syahidin, S., Syafii, M., & Sirojuzilam, S. (2022). Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja, Motivasi Kerja, Kompensasi terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Aceh Tengah dan Kabupaten Bener Meriah dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(5), 1610-1617.
- Syahidin, Syahidin, dkk. *PENGANTAR EKONOMI MIKRO*. Diedit oleh Mukhtadi, Mukhtadi, Widina Bhakti Persada, 2022.
- Teniro, A., & Zainudin, Z. (2022). Optimalisasi Pengolahan Biji Kopi Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Petani. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 1(3), 24-28.
- Thomas L . Wheelen and J. David Hunger, *Management and Business Policy Toward Global Sustainability*, Thirteenth Edition, America: publishing as Prentice Hall, 2012.
- Yuniara, R., Syahidin, S., & Mulyadi, T. (2021). Pengaruh Pelatihan Masyarakat Kampung Terhadap Peningkatan Kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) Kampung Atu Lintang Kecamatan Atu Lintang. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 89-102.