

**FORMULASI STRATEGI PENINGKATAN USAHA
DAGANG SIDIMPUAN TERNAK DI KOTA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**RIZKI KHOIRUNNISYAH
NIM. 19 402 00257**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**FORMULASI STRATEGI PENINGKATAN USAHA
DAGANG SIDIMPUAN TERNAK DI KOTA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**RIZKI KHOIRUNNISYAH
NIM. 19 402 00257**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**FORMULASI STRATEGI PENINGKATAN USAHA
DAGANG SIDIMPUAN TERNAK DI KOTA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

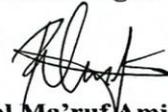
**RIZKI KHOIRUNNISYAH
NIM. 19 402 00257**

Pembimbing I


*Ace hasil
lanjut sidang
16-2-24.*

**Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP.197603242006042002**

Pembimbing II


**Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, MM
NIP.198111062015031001**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **RIZKI KHOIRUNNISYAH**

Padangsidempuan, 17 Januari 2024

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syahada Padangsidempuan

di-

Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **RIZKI KHOIRUNNISYAH** yang berjudul "*Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Sidempuan Ternak di Kota Padangsidempuan*", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikianlah kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 197603242006042002

Pembimbing II



Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, MM
NIP.198111062015031001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIZKI KHOIRUNNISYAH
NIM : 1940200257
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 23 Februari 2024

Saya yang Menyatakan



RIZKI KHOIRUNNISYAH
NIM . 1940200257

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN SYAHADA Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RIZKI KHOIRUNNISYAH
NIM : 1940200257
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syahada Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini UIN SYAHADA Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 23 Februari 2024
Saya yang menyatakan,



RIZKI KHOIRUNNISYAH
NIM. 1940200257



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

~~SYEKH ALI HAJAH AHMAD ABDARY PADANGSIDIMPUAN~~

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733

Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

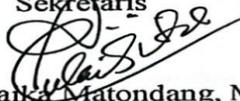
**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Rizki Khoirunnisyah
NIM : 19 402 00257
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan

Ketua

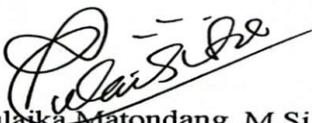

Dr. Rukiah, M.Si
NIDN. 2024037601

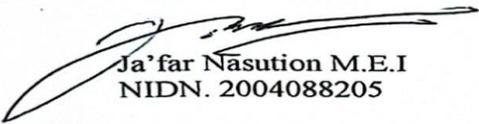
Sekretaris


Zulanka Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Anggota


Dr. Rukiah, M.Si
NIDN. 2024037601


Zulanka Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302


Ja'far Nasution M.E.I
NIDN. 2004088205


M. Fauzan, M.E.I
NIDN. 01014048904

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa / 05 Maret 2024
Pukul : 09.00 - Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 76,25 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,56
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Formulasi Strategi Usaha Dagang Sidempuan Ternak di Kota Padangsidempuan**
Nama : **Rizki Khoirunnisyah**
NIM : **19 402 00257**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, Agustus 2024
Dekan



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. †
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : Rizki Khoirunnisyah
NIM : 19 402 00257
JUDUL : FORMULASI STRATEGI PENINGKATAN USAHA DAGANG SIDIMPUAN TERNAK DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan merupakan salah satu usaha yang berkembang di dunia pakan ternak pengadaan asupan hewan peliharaan., Usaha Dagang Sidimpuan Ternak ini berdiri pada tahun 2019. Masalah dalam penelitian ini yaitu pendapatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan tidak stabil sehingga terjadinya fluktuasi dalam penjualan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak, hal ini diindikasikan karena tidak efektifnya bauran pemasaran Usaha Dagang Sidimpuan Ternak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan untuk meningkatkan usaha serta untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kualitatif. Subjek penelitian ini adalah pimpinan, manager, karyawan, dan konsumen. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian menggunakan analisis SWOT dengan uji IFAS dan EFAS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dilihat dari kekuatan produk yang ditawarkan jenis-jenis produk beragam yang mereka jual. Hal ini terlihat dari pembobotan IFAS dengan skor 0,8. Apabila dinilai dari segi kelemahan biaya operasional Usaha Dagang Sidimpuan Ternak tergolong tinggi. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang bagus akan memiliki harga jual yang tinggi pula. Dapat dilihat dari segi peluangnya mereka selalu melakukan inovasi dengan memfasilitasi dokter untuk konsultasi secara gratis masalah hewan peliharaan pelanggan. Meskipun terdapat peluang tetapi terdapat pula ancaman semakin banyak pesaing yang bergerak dibidang yang sama.. Oleh karena itu berdasarkan diagram analisis maka strategi agresif perlu diterapkan dalam Usaha Dagang Sidimpuan Ternak. Hal ini akan berimplikasi meningkatkan penjualan produk, menstabilkan penjualan produk dan menstabilkan pendapatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak. Maka pemilik harus lebih memanfaatkann peluang yang sebesar-besarnya.

Kata kunci: Analisis SWOT,Peningkatan usaha, Strategi

ABSTRACT

Name : Rizki Khoirunnisyah
Reg. Number : 19 402 00257
Thesis Title : FORMULATION OF BUSINESS IMPROVEMENT STRATEGIES CATTLE SIDIMPUAN TRADE IN THE CITY PADANGSIDIMPUAN

The Sidimpuan Livestock Trading Business of Padangsidimpuan City is one of the growing businesses in the world of animal feed for the procurement of pet intake., This Sidimpuan Livestock Trading Business was established in 2019. The problem in this study is that the income of the Sidimpuan Livestock Trading Business in Padangsidimpuan City is unstable so that there are fluctuations in the sales of the Sidimpuan Livestock Trading Business, this is indicated by the ineffectiveness of the marketing mix of the Sidimpuan Livestock Trading Business. This study aims to find out how the marketing strategy used by the Sidimpuan Livestock Trading Business of Padangsidimpuan City to increase business and to find out how the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Sidimpuan Livestock Trading Business of Padangsidimpuan City. The method used in this study is a qualitative method. The subjects of this research are leaders, managers, employees, and consumers. The data sources used are primary data and secondary data. The data collection method carried out is by observation, interview and documentation methods. Then using SWOT analysis with IFAS and EFAS tests. The results of this study show that judging from the strength of the products offered, the various types of products they sell. This can be seen from the weighting of IFAS with a score of 0.8. When assessed in terms of weaknesses, the operational costs of the Sidimpuan Livestock Trading Business are relatively high. This is because good product quality will have a high selling price as well. It can be seen in terms of opportunities that they always innovate by facilitating doctors to consult for free of charge on customers' pet problems. Although there are opportunities, there is also the threat of more and more competitors working in the same field. Therefore, based on the analysis diagram, aggressive strategies need to be applied in the Livestock Sidimpuan Trading Business. This will have implications for increasing product sales, stabilizing product sales and stabilizing the income of the Sidimpuan Livestock Trading Business. So the owner must make the most of the opportunity.

Keywords: SWOT analysis, Improvement efforts, Strategy

خلاصة البحث

الاسم : رزقي خير النيشة
رقم التسجيل : ٠٠٢٥٧ ٤٠٢ ١٩
عنوان البحث : صياغة إستراتيجيات لتحسين عمل تجارة سيديمبوان الماشية
في مدينة بادانج سيديمبوان

يعد عمل تجارة سيديمبوان الماشية في مدينة بادانج سيديمبوان إحدى الأعمال التي تتطور في عالم الأعلاف الحيوانية وتوفير الغذاء للحيوانات الأليفة. قد تأسست شركة سيديمبوان لتجارة الماشية في عام ٢٠١٩. أما المشكلة في هذا البحث هي أن دخل عمل تجارة سيديمبوان الماشية في مدينة بادانج سيديمبوان غير مستقرة، مما أدى إلى تقلبات في بيع أعمال تجارة الماشية في سيديمبوان، ويشير إلى ذلك بسبب عدم فعالية المزيج التسويقي لأعمال تجارة الماشية في سيديمبوان. يهدف هذا البحث إلى معرفة استراتيجيات التسويق التي يستخدمها عمل تجارة سيديمبوان الماشية في مدينة بادانج سيديمبوان لتحسين أعمالها ومعرفة نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لعمل تجارة سيديمبوان الماشية في مدينة بادانج سيديمبوان. كانت الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي الطريقة النوعية. وأما موضوعات البحث هي القادة والمدبرين والموظفين والمستهلكين. ومصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. وكانت طريقة جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. ثم استخدام تحليل سووت مع اختبار إيفاس وأفاس. وتظهر نتائج البحث أنه من حيث قوة المنتجات المعروضة، هناك أنواع مختلفة من المنتجات التي يبيعونها. ويمكن ملاحظة ذلك من خلال ترجيح إيفاس بدرجة ٠,٨. إذا تم تقييمها من منظور الضعف، فإن التكاليف التشغيلية لأعمال تجارة الماشية في سيديمبوان مرتفعة نسبياً. وذلك لأن جودة المنتج الجيدة سيكون لها أيضاً سعر بيع مرتفع. ويمكن ملاحظة أنه من حيث الفرص التي يتكرونها دائماً من خلال تسهيل استشارة الأطباء مجاناً بشأن مشاكل الحيوانات الأليفة للعملاء. على الرغم من وجود الفرص، إلا أن هناك أيضاً تهديداً يتمثل في وجود المزيد من المنافسين الذين يعملون في نفس المجال، لذلك، استناداً إلى مخطط التحليل، يجب تنفيذ الاستراتيجية القوية في أعمال تجارة ماشية سيديمبوان. سيكون لهذا آثار على زيادة مبيعات المنتجات واستقرار مبيعات المنتجات واستقرار دخل أعمال تجارة سيديمبوان الماشية في لذلك يجب على المالك الاستفادة الكاملة من الفرص.

الكلمات المفتاحية: تحليل سووت، تحسين الأعمال، الإستراتيجية

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian **“Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.a., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis cIslam UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan,

S.E., M.Si., wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, SE., M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita., M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Rini Hayati Lubis, M.P, Selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh civitas akademik UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Ibu Rukiah, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda ERWINSYAH LUBIS dan Ibunda SUNITA WARDAH AINI tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan moril dan materi serta do'a-do'a mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga Firdaus-Nya, serta kepada

kakak tercinta saya BUNGA SYAHRAINI Amd.Keb, dan adik tercinta saya ANANDA SRI MULYANI.

8. Teruntuk teman seperjuangan YayaK, Despi, Fau, Monang, Bang Jali, Gopal, Putri Nanta Azizi S.Pd, Puja Astuti S.Pd dan Dendi Syahputra yang sudah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
10. 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, for just being me at all times.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu 'alaikum warahmatullohi wabarokatuh

Padangsidempuan, Januari 2024

Peneliti

RIZKI KHOIRUNNISYAH

NIM. 19 402 00257

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titi di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	.'.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

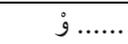
B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

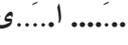
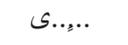
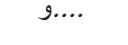
1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Matbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirnya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
PEDOMAN LITERASI ARAB-LATIN	
DAFTAR ISI DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Batasan Istilah.....	9
D. Perumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	39
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Subjek Penelitian.....	39
D. Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	42
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Deskripsi Data Penelitian.....	55
C. Pengolahan dan Analisis Data.....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peluang usaha adalah sebuah kesempatan untuk menjalankan sebuah kegiatan bisnis untuk mendapatkan *royalty* maupun keuntungan dengan cara strategi yang telah ditetapkan. Kesempatan usaha yang terbuka lebar ini tidak boleh dilewatkan oleh mereka yang memiliki jiwa berwirausaha. Seorang pengusaha baik pengusaha muda ataupun pengusaha itu harus memiliki sikap dan mental yang percaya diri. Perlu pemikiran yang matang bagi seorang pengusaha agar usahanya dapat berjalan dengan tepat sasaran. Dalam menilai peluang usaha, apakah cocok dengan keadaan kita atau tidak, tentu kita harus memperhatikan faktor internal dan juga eksternal.¹

Faktor internal bersumber dari individu itu sendiri misalnya bakat dan minat yang dimiliki oleh seseorang. Ketika memanfaatkan peluang usaha maka harus memperhatikan faktor internal yang dimiliki. Apakah pelaku usaha memiliki bakat dan minat untuk menjalankan kegiatan usaha yang telah dipilih. Di sisi lain, faktor eksternal ini datang dari luar diri misalnya lingkungan sekitar. Ketika akan memanfaatkan peluang usaha maka pelaku usaha harus memiliki daya analisa yang tinggi dalam memanfaatkan peluang usaha. Seseorang pengusaha yang cerdas adalah ia mampu melakukan inovasi dan kreativitas untuk kegiatan usahanya.²

¹Oemar Moechthar, *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum Dan Badan Usaha Di Indonesia* (Surabaya: Airlangga University Press, 2019), hlm.35.

²Fitri Yeni, "Strategi Pemasaran," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 1 (2019): hlm43, <http://repository.upiypk.ac.id/4661>.

Adanya inovasi dan kreativitas pelaku usaha dapat merubah gaya hidup masyarakat, terutama masyarakat perkotaan, yang kini memiliki hewan peliharaan guna membantu untuk memulihkan kesehatan dengan cara menerapkan hidup sehat seperti mengajak jalan-jalan ataupun bermain, menghadapi stress dengan menganggap hewan sebagai hiburan dan teman bermain, bersosialisasi dengan lingkungan dan orang-orang baru seperti saat memandikan hewan maupun membawanya berjalan-jalan.³

Oleh karena itu adanya perubahan gaya hidup masyarakat dalam memelihara hewan membuat *Petshop/Usaha Dagang Sidimpuan Ternak* memunculkan ide/kreatifitas untuk menciptakan produk yang lebih praktis guna memenuhi keinginan konsumen. Berdasarkan dorongan faktor gaya tersebut, maka yang memberikan prospek untuk dapat lebih maju adalah usaha pakan ternak. Usaha pakan ternak adalah usaha makanan/asupan yang dapat diberikan secara langsung pada ternak untuk dikonsumsi (baik berupa bahan organik maupun anorganik) yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup, pertumbuhan, reproduksi serta laktasi pada hewan.⁴

Saat ini, bisnis pakan ternak ini sudah banyak ditemui di berbagai daerah, karena itu dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat dan kondisi sosial yang terus berubah, menuntut setiap pemilik usaha harus selalu tanggap dan menyesuaikan diri dalam menghadapi persaingan. Mereka saling bersaing untuk menjadi yang terbaik. Tujuan bisnis untuk memaksimumkan keuntungan bagi

³Suparyanto R.W, *Kewirausahaan: Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.2.

⁴Thorik Gunara & Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad* (Bandung: Madani A Prima, 2019), hlm.3.

pemilik perusahaan dapat dicapai secara lebih baik. Mereka berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar selalu mendapatkan kepercayaan konsumen dan selalu menghasilkan produk yang sesuai selera dan kebutuhan konsumen, serta dengan kualitas yang terbaik.⁵ Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 254

أَنْ قَبْلِ مَنْ رَزَقْنَاكُمْ مِمَّا أَنْفَقُوا آمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
الظَّالِمُونَ هُمْ وَالْكَافِرُونَ شَفَاعَةٌ وَلَا
حُكْمَ وَلَا فِيهِ بَيْعَالِيَوْمَ يَأْتِنَا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafaat. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim.”*

Adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antar pengusaha pakan ternak, pemilik atau pengelola usaha tidak saja harus mampu menjual produk dan jasanya, tetapi juga harus mempunyai kemampuan untuk memasarkan usahanya, sehingga jumlah konsumen tidak menurun tetapi semakin meningkat. Pemilik/pengelola usaha pakan ternak ini harus dapat memahami kebutuhan dan perilaku masyarakat yang menjadi konsumen, selain itu mengetahui situasi dan kondisi internal perusahaannya, sehingga dapat merumuskan strategi peningkatan yang tepat untuk mempertahankan tingkat permintaan konsumen pada tingkat yang dapat memaksimalkan keuntungan.⁶ Dalam hal ini Usaha Dagang Ternak penting bagi masyarakat, salah satu upaya pemenuhan kebutuhan manusia akan protein hewani yang semakin meningkat.

⁵Arief Tribudiman, “Peran Pet Attachment Terhadap Kebahagiaan Pemilik Hewan Peliharaan Di Kota Banjarmasin,” *Jurnal Al-Husna* 1 (2021): hlm.60, <https://doi.org/10.18592/jah.v1i1.3509>.

⁶Dinas Kesehatan dan Peternakan Hewan, “Jenis Pakan Ternak Dan Jenis Pengolahannya,” accessed October 19, 2023, https://disnakkeswan.probolinggokab.go.id/front/beranda/detail_berita/173/show.

Hal ini disebabkan oleh peningkatan pendapatan perkapita penduduk serta ilmu pengetahuan yang semakin meningkat akan pemenuhan gizi tersebut. Jika fenomena ini tidak diimbangi dengan usaha dagang ternak maka kebutuhan masyarakat terhadap produk peternakan tersebut tidak terpenuhi, oleh karena itu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap produk peternakan maka usaha pakan ternak merupakan usaha yang potensial untuk dikembangkan.⁷ Fenomena ini dialami oleh Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dari awal buka sampai sekarang usaha tersebut menggunakan dokter hewan untuk mengkonsultasi pakan ternak milik hewan sementara, dalam mempromosi menggunakan sosial media.

Dimana Usaha Dagang Sidimpuan Ternak merupakan sebuah usaha yang fokus pada pakan ternak, yang dimiliki oleh Ibu Sri Milfa Nasution sebagai pemilik sekaligus pengelola. Berdasarkan wawancara kepada pemilik, usaha ini menjual segala produk dalam bidang peternakan contohnya (pur, pelet, jagung). Usaha Sidimpuan Ternak didirikan pada tanggal 17 Maret 2019 di Jl. Sisimangaraja no 110 Sitamiang. Usaha Dagang Sidimpuan Ternak ini buka setiap hari Senin sampai Minggu, mulai dari pukul 08.00 WIB dan tutup pada pukul 18.00 WIB. Setiap minggunya intensitas konsumen yang datang membeli kebutuhan.⁸

Hasil observasi dari penelitian menyatakan bahwa terjadi fluktuasi dalam penjualan Usaha Dagang Pakan Ternak. Namun, laba mempengaruhi peningkatan terhadap keberhasilan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak. Berikut hasil omset Usaha Dagang Sidimpuan Ternak.

⁷Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil* 6, no. 1 (2014): hlm.3, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>.

⁸Sri Milfa Nasution, Pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Padangsidimpuan, Tanggal 29 Agustus 2023, Pukul 10.00 WIB

**Tabel I.1 Pendapatan Omset Bulan Januari-Agustus Tahun 2023
(Usaha Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Padangsidimpuan)**

BULAN	OMSET
Januari	Rp 446.000.000,00
Februari	Rp 409. 000.000,00
Maret	Rp 439.000.000,00
April	Rp 415. 000.000,00
Mei	Rp 447. 000.000,00
Juni	Rp 424. 000.000,00
Juli	Rp 456. 000.000,00
Agustus	Rp 439. 000.000,00
TOTAL	Rp 3.475. 000.000,00
RATA-RATA	Rp 434.375.000,00

(Sumber: Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Padangsidimpuan)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa omset tertinggi dari Usaha Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Padangsidimpuan, terdapat pada bulan Juli Rp.456.000.000,00. Sedangkan untuk omset terendah terdapat dibulan Februari sebesar Rp.409.000.000,00. Total omset pada tahun 2023 sebesar Rp. 3.475. 000.000,00 dan untuk rata-rata perbulan pada 2023 yaitu Rp. 434.375.000,00. Omset pada Usaha Usaha Dagang Sidimpuan Ternak cenderung fluktuatif berkisar antara 10-15% untuk kenaikan maupun penurunan perbulannya, atau dengan kata lain omset akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebanyak 1-3%. Jadi dapat dikatakan peluang usaha Usaha Dagang Sidimpuan Ternak memiliki omset yang stabil dan rendah resiko.

Dalam situasi persaingan bisnis antar wirausaha dibidang pakan ternak, tidak dapat dipungkiri lagi dimana persaingan semakin ketat tentunya pihak-pihak yang bersaing. Dapat kita lihat dari fenomena Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan memiliki Strategi tersendiri untuk meningkatkan penjualan mereka dimana penjualan mereka naik turun akan tetapi bisa membuka

cabang Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan. Selama situasi persaingan bisnis antar wirausaha dibidang pakan ternak, tidak dipungkiri lagi persaingan semakin ketat dimana usaha pakan ternak sudah mulai banyak di Kota Padangsidimpuan tentunya pihak-pihak yang bersaing akan selalu memberikan pelayanan terbaik dan kualitas yang bagus bagi konsumen.

Hasil observasi peneliti kepada pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak yaitu peneliti melakukan wawancara dengan pemilik usaha. Yang dimana, Ibu Sri Milfa Nasution selaku manager menyampaikan bahwa terjadi peningkatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak karena mereka memenuhi kebutuhan konsumen, bisa dilihat dari segi pelayanan, kualitas barang, sehingga konsumen bisa memilih sesuai keinginan dan lokasi tempat berdirinya usaha ini memiliki letak yang strategis sehingga mudah untuk dijangkau.⁹

Menurut teori kurtz, strategi peningkatan terjadi apabila keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix produk, distribusi, promosi, dan harga.¹⁰ Begitupun Teori Griffin di dalam Hidayat berpendapat bahwa strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi, tidak hanya sekedar mencapai akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan kelangsungan organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.¹¹

⁹Sri Milfa Nasution, Pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak, Tanggal 30 Agustus 2023, Pukul 15.00 WIB

¹⁰Stanton William J & Yohanes Lamarto, *Prinsip Pemasaran Ahli Bahasa* (Jakarta: Erlangga, 1993), hlm.5.

¹¹Haris Yasin Limpo, "Analisis Strategi Pemasaran Pakan Ternak Ayam Petelur (Studi Kasus PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Makassar)" (Universitas Hasanuddin, 2008), hlm.13-14,

Menurut Hamel dan Prahalad di dalam Wibisono, menyatakan bahwa “strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi ini didalam bisnis yang dilakukan.¹²

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu oleh Adella dkk, strategi pemasaran yang dilakukan PT. Mabar FEED Indonesia belum tepat sehingga terjadinya penurunan volume penjualan perusahaan yaitu persepsi harga mahal untuk produk perusahaan dibandingkan kompetitor dan terbatasnya pilihan produk bagi konsumen.¹³ Sedangkan pada penelitian Arnita Damayanti dkk, menggunakan strategi perumbuhan dimana nilai-nilai untuk faktor internal 0,53 dan faktor eksternal sebesar 0,80.¹⁴

Adanya kesenjangan dari penelitian yang dilakukan oleh Febi Adella dkk, berdasarkan peta diagram SWOT berada pada posisi agresif yaitu kekuatan dan peluang lebih dominan dibanding dengan kelemahan dan ancaman, sehingga formulasi strategi pemasaran perlu disesuaikan dengan posisi tersebut. Sedangkan

<http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/7257/%0Ahttp://repository.unhas.ac.id/id/eprint/7257/2/haris-yasin-454-1-ps0463-1-2.pdf>.

¹²Fatma Setyaningsih, “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang,” *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 10, no. 1 (2021): hlm.223, <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>.

¹³Rahmat Hidayat, “Analisis Strategi Pemasaran” (Sultan Syarif Kasim Riau, 2013), hlm.23, [https://repository.uin-suska.ac.id/2742/4/BAB III.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/2742/4/BAB%20III.pdf).

¹⁴Cindy Setya Wibisono, “Strategi Bersaing” (Universitas Kristen Petra, 2017), hlm.5, <https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/mbis/2017/jiunkpe-is-s1-2017-31412165-39336-strategi-chapter2.pdf>.

kesenjangan pada penelitian Arnita Damayanti dkk, menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh dari diagram *cartesius* analisis swot menunjukkan bahwa strategi yang perlu dibuat mengarah pada strategi pertumbuhan, dimana nilai untuk faktor internal 0,53 dan faktor eksternal sebesar 0,80. Oleh karena itu, pada penelitian terdahulu masih terdapat kesenjangan karena tidak memberikan bukti penelitian yang relevan terhadap hasil penelitian.

Kebaruan dari penelitian ini, yaitu akan memberikan bukti penelitian yang relevan terhadap hasil agar terbentuk formulasi strategi yang tepat bagi usaha dagang ternak. Kemudian perusahaan harus berjuang keras untuk memenangkan pelanggan mereka melalui upaya pemasaran yang lebih baik dan dalam lanskap yang terus berubah di mana akan ditekan masalah pemasaran digital pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak. Pemasaran digital adalah hal yang paling penting, menguasai bidang ini dengan baik adalah suatu keharusan bagi semua penggemar pemasaran. Oleh karena itu penelitian ini berjudul **“Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini mencapai sasaran yang diinginkan dengan benar dan tepat serta menghindari meluasnya pembahasan, maka peneliti membatasi pembahasan dalam penelitian ini. Perlu merumuskan untuk melihat strategi yang bagaimana untuk meningkatkan di usaha pakan ternak khususnya di Kota Padangsidimpuan. Adapun analisis strategi yang digunakan analisis SWOT yaitu **“Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan**

menggunakan analisis SWOT, kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*oppurtunity*) dan ancaman (*threat*).

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman atau pemahaman yang berbeda terhadap istilah yang digunakan dalam pembahasan ini, maka diperlukan penjabaran maksud istilah dalam judul. Adapun penjelasan judul ini sebagai berikut:

1. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.¹⁵
Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana Usaha Dagang Sidimpun Ternak di Kota Padangsidimpun harus beroperasi untuk mencapai tujuan.
2. Peningkatan adalah proses, cara, perbuatan untuk menaikkan sesuatu untuk usaha kegiatan dalam memajukan ke arah yang lebih baik lagi daripada sebelumnya.¹⁶ Peningkatan adalah proses, cara, perbuatan untuk menaikkan sesuatu untuk usaha Sidimpun Ternak di Kota Padangsidimpun kegiatan dalam memajukan ke arah yang lebih baik lagi daripada sebelumnya.
3. Analisis SWOT adalah untuk menentukan tujuan usaha yang realistis sesuai dengan kondisi perusahaan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan,

¹⁵Febi Adella, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakan Ternak Pada PT. Mabar Feed Indonesia" 8, no. 1 (2023): hlm.48, <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jubisco/article/download/3601/2456>.

¹⁶Arnita Damayanthi Anwar, Ineke Nursih Widyantari, and David Oscar Simatupang Simatupang, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditi Kemiri Lokal," *Musamus Journal of Agribusiness* 2, no. 1 (2019): hlm.34, <https://doi.org/10.35724/mujagri.v2i01.2305>.

peluang serta ancaman yang ada di dalam suatu perusahaan.¹⁷ Analisis SWOT adalah untuk menentukan tujuan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan yang realistis sesuai dengan kondisi perusahaan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada di dalam suatu perusahaan.

4. Formulasi adalah proses penetapan sebuah rumusan yang dilakukan oleh organisasi, penetapan tujuan akhir yang ingin dicapai serta penetapan cara guna mencapai tujuan akhir tersebut.¹⁸ Formulasi adalah proses penetapan sebuah rumusan yang dilakukan oleh organisasi, penetapan tujuan akhir yang ingin dicapai Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan serta penetapan cara guna mencapai tujuan akhir tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan definisi operasional masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa sajakah yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan.
2. Strategi apakah yang paling sesuai untuk meningkatkan bisnis Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan?

¹⁷Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm.132.

¹⁸Adi D, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Surabaya: Fajar Mulya, 2001), hlm.47.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan latar belakang yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, untuk itu tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui strategi apa yang paling sesuai untuk meningkatkan bisnis Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menjadikan bahan referensi bagi masyarakat umum untuk membantu proses pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan khususnya terhadap ilmu Ekonomi Syariah serta dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.

b. Bagi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta dampak positif terhadap usaha Usaha Dagang Sidimpuan Ternak untuk meningkatkan strategi peningkatan yang digunakan. Selain itu, juga memberikan support kepada pengelola usaha Usaha Dagang Sidimpuan Ternak untuk lebih memperbaiki kualitas kepada pelanggan atau publik.

c. Bagi Program Studi Ekonomi Syariah

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi program studi, yaitu memberi informasi tambahan yang berguna bagi mahasiswa/i dalam melakukan penelitian

dengan maupun masalah yang sama sehingga mengembangkan penelitian pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya strategi peningkatan dalam keberhasilan usaha.
- b. Memenuhi salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan Proposal Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategos* dengan akar kata *stratos* dan *ag*. *Stratos* berarti militer dan *ag* berarti pemimpin. Pada awalnya strategi diartikan *generalship*, sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Secara umum, strategi sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan.¹

Ada beberapa defenisi strategi menurut para ahli, yaitu:

- a) Menurut Fred R. David dalam bukunya *Strategic Management concepts and cases* mendefenisikan strategi sebagai cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidisasi dan *joint venture*. Sedangkan manajemen strategis dapat didefenisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencaoi tujuannya.
- b) Menurut Morissey, strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus ditujuoleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai

¹Richard & Robinson, *Manajemen Stratgeik: Formulasi, Implementasi, Dan Pengendalian* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), hlm.53.

daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan.²

- c) Menurut Clausewitz, dalam buku Eddy Yunus, strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mrncapai tujuan. Strategi terdiri dariaktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
- d) Menurut Porter dalam buku Eddy Yunus, mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik, sedangkan Arthur A. J, dalam buku Eddy Yunus, mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).³

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan yang terdiri dari aktivitas-aktivitas penting untuk mencapai keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal perusahaann.

b. Fungsi Strategis

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat mengimplementasikan secara efektif. Ada fungsi dari strategi yaitu:

- a) Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengkomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa,

²Robinson, hlm.54.

³Muhadjir Anwar, *Manajemen Strategik* (Banyumas: Sasanti Institute, 2020), hlm.3.

bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas tersebut digunakan.

- b) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c) Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang baru.
- d) Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang. Khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan, yang penting dihasilkannya sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- e) Mengkordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktifitas perorganisasian kedepan. Strategi harus menyiapkan keputusan sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.

Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

Proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk

menciptakan dan menggunakan sumber daya, serta mengarahkan aktifitas pendukungnya.⁴

c. Strategi Tingkat Perusahaan

Strategi tingkat perusahaan dibagi menjadi beberapa bagian antara lain sebagai berikut:

- a) Strategi Pertumbuhan, yaitu strategi yang dirancang untuk mencapai pertumbuhan dalam penjualan, aktiva, laba atau kombinasi dari semuanya.
- b) Strategi Integrasi, yaitu strategi yang menyatukan beberapa tentang bisnis mulai dari hulu, jaringan pemasok hingga hilir, jaringan distributor serta horizontal ke arah pesaing.
- c) Strategi Diversifikasi, yaitu strategi pertumbuhan dimana perusahaan memperluas operasionalnya dengan berpindah ke industri yang berbeda atau menghasilkan produk yang berbeda/bervariasi.
- d) Strategi Berbenah Diri, yaitu yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembalikan perusahaan dari kondisi penurunan prestasi ke kondisi berlabar.⁵

Selain itu, terdapat juga strategi lain yaitu strategi bisnis, strategi ini berfokus pada bisnis khusus, anak perusahaan atau unit operasi khusus dalam perusahaan.

Michael Porter dalam Budi Gautama Siregar mengemukakan tiga strategi

⁴M. Manullang, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Perdana Publishing, 2019), hlm.18-19.

⁵Edi Yunus Aditya Adi Christian &, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Offset, 1951), hlm.11-12.

pemosisian bersaing (*competitive positioning strategy*) yang dapat diikuti bank⁶, yaitu:

a) Kepemimpinan

Disini bank berupaya untuk mencapai biaya rendah sehingga dapat menetapkan harga yang lebih rendah dari harga pesaingnya, dengan demikian diharapkan bank dapat merebut pangsa pasar yang lebih besar.

b) Diferensiasi

Dalam hal ini bank memusatkan perhatian untuk menciptakan nilai produk dan program pemasaran berbeda sehingga akhirnya muncul sebagai pemimpin kelas dalam industri perbankan.

c) Fokus

Bank harus memusatkan perhatian pada usaha yang melayani beberapa pangsa pasar agar dengan baik dan bukan mengejar seluruh pasar.⁷ Dalam hal ini perusahaan membuat target atas tipe produk tertentu untuk kelompok pelanggan atau wilayah tertentu. Kelompok pelanggan ini dapat dibagi berdasarkan wilayah geografis, etnis, daya beli, selera atau faktor lain yang mempengaruhi pola pembelian

d. Konsep-Konsep Strategi

a) Strategi *Agresif*

Strategi *agresif* yaitu dengan memanfaatkan peluang yang ada seperti meningkatnya permintaan pasar, pangsa pasar masih luas, hubungan baik dengan

⁶Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages* (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm.5-8.

⁷Amirullah, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019), hlm., hlm. 44

kompetitor, perusahaan dapat melakukan promosi secara *online*. Sehingga dengan memanfaatkan peluang tersebut maka perusahaan dapat berkembang dengan baik.⁸

b) Strategi *Diversifikasi*

Strategi *diversifikasi* adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.⁹

c) Strategi *Turn Around*

Strategi *turn-around* adalah strategi yang mendukung perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan yang ada untuk mengubah arah usaha dikarenakan saat ini sudah banyak sekali ancaman yang dapat menghancurkan perusahaan. Di posisi ini sebuah perusahaan sebenarnya memiliki peluang pasar yang sangat besar. Tetapi di lain pihak ia menghadapi banyak kendala internal.¹⁰

d) Strategi *Defensif*

Strategi *defensif* adalah strategi yang mendukung perusahaan untuk terus mempertahankan perusahaan dengan segala kemampuan yang ada. Hal itu dikarenakan terjadi banyak sekali ancaman dari pihak dalam maupun luar perusahaan. Perusahaan yang berada di posisi yang sangat tidak menguntungkan. Perusahaan ini menghadapi banyak ancaman dan kelemahan internal.¹¹

⁸Assauri, hlm.115-123.

⁹Fitri Yeni Dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT.Federal International Finance (FIF) Group Di Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko," *Ilmu Manajemen Terapan* 1, no. September (2019): hlm.36, <https://doi.org/10.31933/JIMT>.

¹⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 3rd ed. (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm.132.

¹¹Nurita Ayu Kumalasari, "Perencanaan Strategi Promosi Melalui Analisis SWOT Pada Bisnis Delicy. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis," *Manajemen Dan Start-Up*

2. Usaha Dagang

a. Pengertian Usaha Dagang

Usaha Dagang (UD) adalah bentuk usaha yang kegiatan utamanya adalah membeli barang dan menjualnya kembali kepada konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan. Barang yang dijual memiliki wujud dan dapat dipindahtangankan setelah melakukan transaksi. Keuntungan dari barang yang dijual di peroleh dengan memperhitungkan biaya distribusi dan operasional. Usaha dagang sendiri merupakan jenis badan usaha yang didirikan oleh pribadi atau perorangan dengan modal yang berasal dari dana pribadi.

Dalam Islam Allah SWT menghalalkan kegiatan usaha dagang atau jual beli yang dijelaskan pada Q.S An-Nisa ayat 29:

مَنْكُمۡ رَاضٍ عَنۡ تِجَارَةٍ تَكُونُ اِنَّ اِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ اَمْوَالِكُمْ تَاْكُلُوۡا لَا اٰمَنُوۡا لَّذِيۡنَ يَآئِبُهَآ
رَحِيۡمًا بِكُمْ كَانَ اللّٰهُ اِنَّ اَنْفُسَكُمْ تَتَقْتُلُوۡا وَلَا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

Usaha dagang dapat menjual satu jenis barang saja ataupun berbagai macam jenis barang dalam jumlah besar (biasanya disebut grosir) atau sebagai pengecer langsung ke konsumen dengan jumlah barang secukupnya. Usaha dagang (UD) memiliki kriteria yang cukup mudah, yakni yang paling utama memiliki usaha yang dijalankan secara mandiri oleh satu orang.¹²

Bisnis 1, no. 2 (2016): hlm.225-234,
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/145/136>.

¹²Moechthar, *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum Dan Badan Usaha Di Indonesia*, hlm.35.

Dapat disimpulkan bahwa usaha dagang merupakan perusahaan yang aktivitas utamanya membeli, menyimpan dan menjual kembali barang dagang tanpa memberikan nilai tambahan terhadapnya. Yang dimaksud nilai tambah berupa mengolah atau mengubah bentuk atau sifat barang, sedemikian rupa sehingga memiliki nilai jual tinggi.

b. Faktor Penting Dalam Usaha Dagang

Usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Keberhasilan usaha dapat diukur dari berbagai segi diantaranya dari laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha pada waktu tertentu. Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh faktor-faktor penting, yaitu:

1) Faktor peluang

Sebagai wirausahawan, harus memuat dan menemukan strategi yang tepat untuk usaha, seorang wirausaha harus menciptakan peluang yang tepat, peluang seorang wirausaha peroleh harus dikembangkan agar menjadi sebuah ide bisnis dan kemudian menjadi usaha.¹³

2) Faktor Manusia

Manusia adalah penggerak dan pengelola sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha yang besar, ada beberapa hal faktor kesuksesan operasional usaha yaitu, menentukan yang matang membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas. Melakukan pelaksanaan yang sesuai dan tepat dengan perencanaan. Mengembangkan suatu usaha membutuhkan orang yang hebat dalam memasarkan

¹³Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm.47.

dan menjual. Sumber daya manusia juga harus memiliki karakteristik *Himmatul-'amal* yaitu seorang yang profesional selalu bersemangat dan bersungguhsungguh dalam bekerja. Sumber Daya Manusia itu juga harus memiliki etos kerja yang tinggi.¹⁴

3) Faktor Keuangan

Jangan pernah berfikir bahwa bisnis tanpa keuangan (arus kas) yang lancar bisa berhasil. Bila arus kas tidak mengalir, maka bisnis pasti akan berhenti dan mati. Jadi faktor-faktor keuangan juga sangat penting bagi kelangsungan usaha, seperti pengendalian biaya dan anggaran, pencarian dana modal kerja dan investasi, perencanaan dan penetapan harga produk, biaya, rugi laba, semua data dicatat dalam pembukuan, pisahkan harta pribadi dengan keuangan usaha.¹⁵

4) Faktor Perencanaan

Memahami bahwa bekerja tanpa rencana berarti berjalan tanpa tujuan yang jelas. Jadi sudah pasti rencana adalah faktor penting dalam sebuah usaha, seperti perencanaan operasional dalam program pemasaran, perencanaan produk, perencanaan pendistribusian produk.

5) Faktor Pengelolaan Usaha

Faktor-faktor perkembangan usaha membutuhkan pengelolaan usaha yang mencakup: Mengelola sumber daya manusia, mengelola asset, mengendalikan

¹⁴Rukiah Lubis, "Strategi Pengembangan SDM Syariah Menghadapi Pasar Global," *At-Tijarah Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 1 (2015): hlm.5, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/attijarah/article/download/3970/2687>.

¹⁵ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, hlm.49.

persediaan barang, menetapkan jumlah tenaga kerja, mengendalikan mutu produk.¹⁶

6) Faktor Pemasaran dan Penjualan

Pemasaran dan penjualan adalah lokomotif bagi gerbonggerbong lainnya seperti keuangan, personalia, produktif distribusi, logistik pembelian, jadi faktor pemasaran dan penjualan memainkan peranan penting bagi kelancaran usaha. Banyak usaha yang gagal hanya mementingkan keuntungan yang didapat.¹⁷

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa perkembangan usaha merupakan kriteria penilaian secara luas dan dianggap paling valid untuk dipakai sebagai hasil pelaksanaan operasi sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan harus mempunyai ciri-ciri

c. Ciri-ciri Usaha Dagang

Usaha dagang bisa dibedakan dari jenis lain dengan melihat ciri-ciri khusus yang melekat dalam satu perusahaan dagang. Ciri-ciri usaha dagang yaitu sebagai berikut:

- 1) Pendapatan utamanya berasal dari penjualan barang dagangan.
- 2) Biaya utamanya berasal dari harga pokok barang yang terjual dan biaya usaha lainnya.
- 3) Dalam akutansinya terdapat akun persediaan barang dagangan. Sebagai perantara produsen dan konsumen.
- 4) Antara barang yang di beli dan barang yang dijual sama atau tidak ada perubahan.

¹⁶Hendro, hlm.51.

¹⁷Hendro, hlm.53.

- 5) Tujuan utamanya mencari laba dengan cara menjual dagangan dengan harga lebih tinggi dibandingkan dengan harga belinya.¹⁸

Dari ciri-ciri usaha dagang tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan utama perusahaan usaha dagang adalah jual-beli.

3. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika, dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).¹⁹

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa “SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).²⁰ Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Jadi, secara singkat analisis SWOT digunakan untuk

¹⁸Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm.19.

¹⁹Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2020), hlm.63.

²⁰P. Robbins Stephen, *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*, 5th ed. (Jakarta: Erlangga, 2018), hlm.46.

menentukan keputusan secara sistematis sehingga dapat strategi yang sesuai dan terbaik bagi perusahaan.²¹

Analisis SWOT adalah metode penyusunan strategi perusahaan atau suatu bisnis tunggal, ruang lingkup bisnis tunggal tersebut baik berupa domestik maupun multinasional. Tahap awal penetapan strategi adalah menaksirkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT merupakan prosedur sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan yang dimiliki oleh perusahaan: kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal.²² Faktor-faktor SWOT mempunyai pengertian sebagai berikut:

a) Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat digunakan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain. Sehingga dapat membuat lebih kuat dari pada pesaingnya.

b) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghambat bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapasitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.

²¹Muhammad Dayyan & Nurjannah, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Manajemen Keuangan Syariah," *Rumah Jurnal IAIN Langsa* 3, no. 2 (2019): hlm.94, <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath/article/view/1297>.

²²Edward J. Blocher, *Manajemen Biaya* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), hlm.56.

c) Peluang (*Oppurtunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

d) Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam menganalisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sebagai peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.²³

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi organisasi atau perusahaan yang menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi/perusahaan. Matriks SWOT menggunakan beberapa strategi antara lain:

²³Sondang P Siagian, *Manajemen Stratejik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), hlm.172-173.

- a) Strategi SO, adalah strategi berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b) Strategi ST, adalah strategi ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c) Strategi WO, adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d) Strategi WT, strategi yang diterapkan kedalam betuk kegiatan yang bersifat *defensive* dn berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindar ancaman.²⁴

b. Faktor-faktor Analisis SWOT

Adapun pembagian faktor-faaktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

a) Faktor Kekuatan

Kekuatan merupakan sumber daya/kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan relatif lebih unggul dibanding pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia di perusahaan. Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.

Dikatakan demikian, karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam

²⁴Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), hlm.84.

memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.²⁵

b) Faktor Kelemahan

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

c) Faktor Peluang

Defenisi peluang secara sederhana ialah sebagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

d) Faktor Ancaman

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.²⁶

c. Manfaat Analisis SWOT

Tujuan akhir dari analisis SWOT adalah menghasilkan berbagai alternatif strategi yang lebih bersifat fungsional, sehingga strategi akan lebih bersifat fungsional, sehingga strategi akan lebih mudah di aplikasikan dan diimplementasikan pada

²⁵Siagan, *Manajemen Stratejik*, hlm.172.

²⁶Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), hlm.109.

masing-masing *Strategic Business Unit*. Adapun manfaat yang dapat dipetik dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- a) Secara jelas dapat dipakai untuk mengetahui posisi perusahaan dalam kuncak persaingan dengan perusahaan sejenis.
- b) Sebagai pijakan dalam mencapai tujuan perusahaan. Sebagai upaya untuk menyempurnakan strategi yang telah ada, sehingga strategi perusahaan senantiasa bisa mengakomodasi setiap perubahan kondisi bisnis yang terjadi.²⁷

d. Fungsi Analisis SWOT

Fungsi analisis SWOT adalah menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang melakukan telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.

Analisis SWOT berguna untuk menganalisis faktor-faktor di dalam perusahaan yang memberikan andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

e. Matriks SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Melalui analisis ini, perusahaan diharapkan dapat menyusun berbagai alternatif strategi berdasarkan kombinasi antara faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matriks SWOT adalah alat yang penting bagi seorang manajer dalam mengembangkan empat ide strategi, yaitu SO

²⁷Paulus Wardoyo, *Enam Alat Analisis Manajemen* (Semarang: Univeristy Press, 2019), hlm.1-2.

(*Strenghts-Oppurtunities*), WO (*Weakness-Threats*), ST (*Strenghts-Threats*) dan WT (*Weakness-Threats*).²⁸

SWOT adalah alat untuk mengidentifikasi ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan dalam lingkungan suatu organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan juga meminimalkan kelemahan daan ancaman yang ada. Analisis SWOT dilaksanakan dengan memfokuskan pada dua hal, yaitu:

- a) Fokus mendasar pertama adalah peluang yakni situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, serta anacaman yaitu situasi penting yang tidak menguntungkan dalam perusahaan.
- b) Fokus mendasar kedua adalah identifikasi terhadap kekuatan internal yaitu sumber daya, keterampilan dan keunggulan-keunggulan atau dengan dilayani perusahaan, serta kelemahan internal yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya.

Matriks SWOT adalah alat untuk mencocokkan yang penting membantu manajer dalam mengembangkan empat tipe strategis, yaitu:

- a) Strategis S-O (kekuatan-peluang, *strengths-oppurtunities*), stretegi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengambil peluang-peluang yang ada diluar perusahaan.
- b) Strategis W-O (kelemahan-peluang, *weakness-oppurtunities*), strategis ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan

²⁸Raharjo Adisasmito, *Analisis Kebijakan Publik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), hlm.8.

internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.²⁹

- c) Strategis S-T (kekuatan-ancaman, *strengths-threats*), melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal dengan menggunakan kekuatan yang dimilikinya.
- d) Strategis W-T (kelemahan-ancaman, *weakness-threats*), strategi ini merupakan teknik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman.³⁰

Analisis SWOT menghasilkan empat ombinasi strategis: strategi *Strengths Oppurtunities* (SO) adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, strategi *Strengths Threats* (ST) adalah strategi yang menggunkana kekuatan untuk mengatasi ancaman, strategi *Weakness Oppurtunities* (WO) adalah strategis yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang dan strategi *Weakness Threats* (WT) adalah strategi yang meminimalkan kelemahan serta menghindar ancaman yang dimilikinya dan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan (S) yang dimilikinya dan memanfaatkan berbagai peluang (O) yang ada.

Strategis S-T adalah strategis yang digunakan dengan seoptimal mungkin memaksimalkan kekuatan-keuatan (S) yang ada untuk mengurangi berbagai ancaman (T) yang mungkin terjadi. Strategis W-T adalah strategi yang digunakkn untuk mengurangi kelemahan (W) dalam rangka meminimalisasi atau

²⁹Adisasmito, hlm.12.

³⁰Darsono Dkk, *Perbankan Syariah Di Indonesia Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Kedepan* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2019), hlm.236-237.

menghindari ancaman. Strategis W-O adalah strategis yang digunakan untuk meminimalkan masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.³¹

f. Tahapan Perumusan Strategi Dengan Analisis SWOT

Tahapan perumusan strategi dengan analisis SWOT terdiri dari tahap pengumpulan data, tahap pengumpulan informasi, dan tahap pengambilan keputusan. Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perusahaan strategi. Sebaliknya kita menggunakan beberapa model sekaligus, agar dapat memperoleh analisis yang lebih lengkap dan akurat.³²

a) Tahap Pengambilan Data

Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan kegiatan, tetapi juga merupakan suatu kegiatan mengklasifikasikan dan pra-analisis data. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data eksternal dan data internal. Data eksternal diperoleh dari luar lingkungan perusahaan sedangkan data internal dapat diperoleh dari dalam perusahaan itu sendiri.

b) Tahap Pengumpulan Informasi

Tahap pengumpulan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Ada beberapa model yang

³¹M. Syafi'i Antonio, "Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman," *Publikasi IAIN Batu Sangkar* 4, no. 2 (2016): hlm.28, <https://repo.iainbatu.ac.id/xmlui/handle/123456789/7876>.

³²Fred R. David, *Manajemen Strategi*, 12th ed. (Jakarta: Selemba Empat, 2020), hlm.327.

digunakan untuk menyusun analisis SWOT anantara lain adalah pembuatan matriks SWOT.

c) Tahap Pengambilan Keputusan

Tahap pengambilan keputusan, dari analisis data SWOT yang telah dilakukan, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Kesimpulan data hasil analisis SWOT tersebut mempengaruhi dan menjadi dasar dari pengambilan keputusan pada akhir tahap.³³

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan referensi peneliti. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variable X penelitian, antara lain:

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Arnita Damayanthi Anwar, Ineke Nursih Widyantari, David Oscar Simatupang, Garuda Indonesia (Musamus <i>Journal Of Agribusiness</i> Vol. 2 No. 1 Oktober 2019)	Analisis Formulasi Strategi Peningkatan Usaha komoditi kemiri lokal	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis komoditas kemiri lokal di Desa Yanggandur yang memaksimalkan pemetik kemiri secara bruto musimnya, meningkatkan kapasitas produksi dan penjualan kemiri lokal, berkoordinasi dengan pemerintah melalui pertemuan reguler dan berkelanjutan, membentuk kelompok kerja di antara masyarakat yang terbagi dalam sektor produksi manufaktur, manajemen

³³Muhamad Afif Salim & Agus Bambang Siswanto, *Analisis SWOT Dengan Metode Kusioner* (Semarang: Graha Ilmu, 2019), hlm.9-10.

			keuangan, dan pemasaran, memaksimalkan penanaman pohon kemiri di sekitar tempat tinggal petani atau daerah yang mudah dijangkau dan menciptakan sumber daya manusia yang kompeten melalui memberikan pendidikan lokakarya tentang pengolahan tanaman. ³⁴
2	Syaifullah Sitorus (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019)	Analisis Strategi Peningkatan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh UMKM Tabo Kopi Sipirok salah satunya ialah meningkatkan dan menjaga citra rasa Tabo Kopi Sipirok sebagai strategi utama dan menambah kerja sama dengan para petani kopi untuk meningkatkan atau menambah pemasok bahan baku bagi per Usaha Dagangan. ³⁵
3.	Fitra Delita, Elfayetti, Tumiar Sidaurik (Jurnal Universitas Negeri Medan Vol. 9 No 1 2017)	Analisi SWOT Untuk Strategi Peningkatan Obyek Wisata Pemnadian Mual Mata KecamatanPematang Bandar Kabupaten Simalungun	Membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkat dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata. Jika segala kekuatan dan peluang ditingkatkan dan menghindari ancaman, maka obyek wisata dalam

³⁴Anwar, Widyantari, and Simatupang, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditi Kemiri Lokal," hlm.34.

³⁵Syaifullah Sitorus, "Analisis Strategi Peningkatan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok" (IAIN Padangsidempuan, 2019), hlm.52.

			pemandian Mual Mata yang terletak kabupaten Simalungun akan mampu bersaing dengan obyek wisata lainnya yang ada di kabupaten Simalungun bahkan di Sumatera Utara. ³⁶
4.	Siti Khodijah Matondang (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019)	Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan)	Strategi yang dilakukan untuk UD. Rahmat salah satunya meningkatkan kerjasama dengan para petani dan pengepul karet kecil dari berbagai daerah. Salah satu cara yang digunakan tersebut adalah dengan melakukan pendekatan mufakat/musyawarah dengan petani dan pengepul karet kecil. ³⁷
5.	Adhe Anggreini Saragi (Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2019)	Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT	Manusia sebagai salah satu faktor produksi batu bata di Kecamatan Piyungan cukup tersedia, teknologi yang digunakan oleh industri kecil batu di Kecamatan Piyungan cukup memadai, modal yang dibutuhkan oleh industry kecil batu bata di Kecamatan Piyungan rendah, daerah pemasaran hasil produksi industry kerajinan batu bata di Kecamatan Piyungan kurang luas yaitu sebagian besar hanya terbatas di D.I,

³⁶Fitra Delita and Tumiar Sidauruk, "Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun," *Jurnal Geografi* 3, no. 1 (2012): hlm.56, <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/geo/article/view/6037>.

³⁷Siti Khodijah Matondang, "Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan)" (IAIN Padangsidempuan, 2016), hlm.42, <http://etd.uinsyahada.ac.id/1538/>.

			Yogyakarta berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk untuk memberdayakan industry batu bata di Kecamatan Bantul adalah memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal mengembangkan produk batu bata sejenis yang berkualitas, memanfaatkan sumber daya manusia yang banyak untuk memproduksi batu bata. ³⁸
6.	Dian Puji Astuti (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018)	Strategi Peningkatan dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)	Setiap rumah makan tidak memiliki strategi pemasaran khusus yang mereka gunakan. Mereka mengaku bahwa kegiatan pemasaran yang timbul dari pemikiran mereka tanpa terlebih dahulu melakukan sebuah pelatihan khusus. Para pedagang menjalankan strategi pemasaran sesuai dengan situasi dan kondisi kebutuhan Rumah Makan. ³⁹
7.	Yulia Sari (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019)	Analisis Strategi Peningkatan Kopi Aceh (Studi Kasus Mereka Dhapu Kopi)	Bahwa warung Kopi Dhapu Kupu telah menerapkan <i>Marketing mix</i> merupakan suatu alat pemasaran bisnis diharapkan untuk mencapai tujuan pemasaran. Berdasarkan strategi

³⁸Adhe Anggreini Saragi, "Strategi Peningkatan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT" (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2019), hlm.33, <http://repository.usd.ac.id/7435/>.

³⁹Dian Puji Astuti, "Strategi Peningkatan Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso Dan Mie Ayam Di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)" (IAIN Lampung, 2018), hlm.64, <https://journal.uml.ac.id/MT/article/download/1415/658>.

			pemasaran., pemasar menyusun <i>marketing mix</i> yang terdiri dari kegiatan membuat produk, penetapan harga, penentuan lokasi dan melakukan kegiatan promosi. ⁴⁰
8.	Fadel Retzen Lupi, Nurdin Nurdin (Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer, 2019)	Analisis Strategi Peningkatan dan Penjualan <i>Ecommerce</i> Pada Tokopedia.Com	Berdasarkan analisis terhadap strategi pemasaran dan penjualan pada Tokopedia.Com makan diketahui bahwa <i>webside</i> tokopedia merupakan pasar/ <i>mall online</i> terbesar di Indonesia yang memungkinkan individu mampu pemilik usaha di Indonesia untuk mengelola toko <i>online</i> secara mudah dan gratis, sekaligus memberi pengalaman berbelanja online lebih aman, nyaman dan menyenangkan. ⁴¹
9.	Andi Triyawan, (Al-Intaj, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol.5., No.1 (2019): (44-46)	Analisis Strategi Peningkatan Bisnis UMK N <i>Moeslim Square</i> Ngawi	Strategi pengembangan bisnis terdapat actor eksternal dan internal dalam pengembangan bisnis keluarga besar Bapak H. Ahmad Subkhi Djuwigna. ⁴²

⁴⁰Yulia Sari, “Analisis Strategi Peningkatan Kopi Aceh (Studi Kasus Merek Dhapu Kupa)” (UIN Ar-Raniry, 2019), hlm.26, <https://id.scribd.com/document/537304397/Yulia-Sari-150604070-FEBI-IE-0852-0710-7384>.

⁴¹Fadel Retzen Lupi and Nurdin, “Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan,” *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer* 2, no. 1 (2016): hlm.28, <https://jesik.web.id/index.php/jesik/article/view/43>.

⁴²Andi Andi Triyawan and Amin Fitria, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Moeslem Square Ngawi,” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2019): hlm.44-46, <https://doi.org/10.29300/aj.v5i1.1708>.

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu diatas, bahwa terdapat perbedaan peneliitian peneliti denan penelitian terahulu. Pada penelitian Andi Triyawan dalam Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol.5., No.1 (2019): 44—62) dengan jurnal “Analisa Strategi Peningkatan Bisnis UMKM *Moelim Square* Ngawi”, berbeda dengan penelitian peneliti dengan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Sidimpuan Pakan Ternak di Kota Padangsidimpuan”.

Pada penelitian Fadel Retzen Lupi, Nurdin Nurdin dalam Jurnal Eksternal Sistem Informasi dan Komputer dengan judul “ Analisis Strategi Peningkatan dan Penjualan *Ecommerce* pada Tokopedia.Com” berkata denga penelitian peneliti dengan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Usaha Dagang Sidimpuan Ternakdi Kota Padangsidimpuan”.

Pada penelitian Dian Puji Astuti dalam Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro dengan judul “Strategi Peningkatan dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau dari dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)”, berbeda dengan penelitian peneliti dengan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Usaha Dagang Sidimpuan Ternakdi Kota Padangsidimpuan”.

Pada penelitian Adhe Anggreini Saragi dalam Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta dengan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT”, berbeda dengan penelitian peneliti dnegan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Usaha Dagang Sidimpuan Ternakdi Kota Padangsidimpuan”.

Pada peneltian Siti Khodijah Matondang dalam Skripsi IAIN Padangsidimpuan dengan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan)”, berbeda dengan penelitian peneliti dengan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Usaha Dagang Sidimpuan Ternakdi Kota Padangsidimpuan”.

Pada peneltian Syaifullah Sitorus dalam Skripsi IAIN Padangsidimpuan dengan judul “Analisis Strategi Peningkatan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok”, berbeda dengan penelitian peneliti dengan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Usaha Dagang Sidimpuan Ternakdi Kota Padangsidimpuan”.

Pada penelitian Arnita Damayanthi Anwar, Ineke Nursuh Widyantari, David Oscar Simatupang, dalam *Journal Of Agribusiness* Vol. 2 No. 1 dengan judul “Analisis Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Komoditi Kemiri Lokal”, berbeda dengan penelitian peneliti dengan judul “Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Usaha Dagang Sidimpuan Ternakdi Kota Padangsidimpuan”.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternakdi Jl. Sisimangaraja no 110 Sitamiang, Kota Padangsidimpuan Penelitian ini dilakukan mulai bulan September sampai bulan Desember 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan social dari perspektif partisipan.¹

C. Subjek Penelitian

Dalam membantu dan mempermudah penyelesaian serta penganalisaan penelitian ini, maka peneliti akan memberikan pertanyaan kepada pemilik usaha dagang yang berhak mengisi pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah 1 orang pimpinan, 1 orang manager, 1 orang karyawan 3 konsumen seperti terlihat pada tabel berikut:

¹Albi dan John Setiawan Anggito, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Jejak, 2018), hlm.12.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini, ada beberapa sumber data yang digunakan, yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari para Informan, yaitu orang-orang yang mengetahui lebih mendalam dan akurat tentang topik dalam penelitian ini.² Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil penelitian terdahulu atau berupa penelitian yang telah dipublikasikan, seperti jurnal, laporan-laporan kepustakaan yang berkaitan dengan potensi dan pengelolaan usaha.³ Pada penelitian ini sumber data sekunder berasal dari literatur-literatur tentang masalah yang akan diteliti, seperti literatur buku mengenai strategi pemasaran, strategi bauran pemasaran, jurnal atau penelitian terdahulu yang sesuai dengan permasalahan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini, dalam mengumpulkan data, menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

²Clarashinta Canggih Dkk, "Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2017): hlm.14-26, <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v1n1.p14-26>.

³S.A Chaniago, "Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan," *Jurnal Hukum Islam* 1, no. 1 (2020): hlm.49, <https://cuan.nusanipa.ac.id/index.php/cuan/article/view/7>.

a. Observasi

Observasi merupakan aktivitas pengamatan terhadap suatu objek secara cermat langsung di lokasi penelitian, serta mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti. Teknik observasi ini digunakan penulis untuk mengambil data dengan cara menangkap gejala yang diamati lalu membuatnya jadi sebuah deskripsi maupun catatan.⁴ Teknik observasi dilakukan secara langsung melalui pengambilan data pendapatan usaha dagang tersebut. Adapun yang menjadi bahan observasi pada penelitian ini yaitu Usaha Dagang Sidimpunan Ternak Kota Padangsidimpunan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada subjek/responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-hari. Dokumentasi teks, foto, dan rekaman menjadi bukti penelitian.⁵ Dokumentasi pada penelitian ini yaitu hasil wawancara yang didapatkan pada saat wawancara.

c. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan seseorang untuk mendapatkan keterangan atau pendapat tentang sesuatu hal atau masalah, dengan menggunakan format tanya jawab yang terencana.⁶ Dalam penelitian ini peneliti mengadakan wawancara langsung kepada subjek penelitian.

⁴Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Grup, 2021), hlm.61.

⁵Dudi Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Maghza Pustaka, n.d.), hlm.73.

⁶Iskandar, hlm.71.

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif data yang berhasil di gali, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan peneliti yang dimana harus diusahakan kebenarannya, oleh karena itu peneliti harus memilih dan menentukan cara-cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperoleh.⁷ Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, validitas dan reabilitas data yang akan digunakan oleh peneliti meliputi:

1. Triangulasi

Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi terbagi menjadi triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.⁸ Triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh melalui beberapa sumber, data tidak bias dirat-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda dan mana yang spesifik dari tiga sumber data tersebut, tiga sumber data yang dimaksud adalah hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi merupakan adanya penguat yang digunakan untuk membuktikan data yang ditemukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, alat bantu yang peneliti gunakan adalah alat komunikasi seperti handphone untuk berkomunikasi mengetahui informasi yang lebih banyak.

⁷Sulistiyono, “Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilis Fisik VYNIL Di Yogyakarta” (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hlm.47, <https://eprints.uny.ac.id/26552/>.

⁸Sulistiyono, hlm.57.

3. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan adalah dengan cara melakukan observasi secara lebih cermat dan berkesinambungan. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi, buku, hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan analisis strategi pemasaran pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidempuan.

G. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Pada tahap ini berisikan tentang pengolahan data dari data yang diperoleh, hal ini bertujuan untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan secara sistematis, kemudian mengolah, menafsirkan, dan memaknai data tersebut. Analisis data merupakan upaya pemecahan permasalahan penelitian untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT (*Strength, Weaknesses Opportunities Threats*) untuk merancang strategi pengembangannya.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidempuan.

2. Analisis Internal dan Analisis Eksternal

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*).

Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matrik IFAS.

Tabel III.1 Matrix *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS)

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang :			
Ancaman :			
Total :	1,0		

Sumber: Rangkuti (1997:25)

Selanjutnya, analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada. Untuk maksud tersebut digunakan EFAS (*External Factors Analysis Summary*), seperti disajikan di bawah ini.

Tabel III.2 Matrix *External Factors Analysis Summary* (EFAS)

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang :			
Ancaman :			
Total :	1,0		

Sumber : Rangkuti (1997:25)

Dalam pengisian matrik tersebut untuk kolom pertama disusun variable dari faktor-faktor strategi usaha dagang yang telah teridentifikasi yang terdiri atas variabel-variabel dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Untuk kelompok kedua diisi dengan memberikan nilai bobot faktor-faktor usaha dagang dengan menggunakan skala likert yang telah ditentukan sebelumnya.

Selanjutnya, menentukan nilai-nilai rating dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Pada kolom tiga adalah sebagai berikut:

- a. Dalam pemberian nilai untuk variabel kekuatan dan peluang. Kedua variabel memiliki pola pengaruh yang bersifat positif terhadap usaha dagang tersebut, di mana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut:

Memiliki pengaruh positif sangat kecil	1
Memiliki pengaruh positif kecil	2
Memiliki pengaruh positif besar	3
Memiliki pengaruh positif sangat besar	4

- b. Pemberian nilai untuk variabel kelemahan dan ancaman. Kedua variabel memiliki pola pengaruh yang bersifat negatif terhadap usaha dagang tersebut, di mana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut:

Memiliki pengaruh negatif sangat kecil	1
Memiliki pengaruh negatif kecil	2
Memiliki pengaruh negatif besar	3
Memiliki pengaruh negatif sangat besar	4

Bobot adalah jumlah nilai dari faktor strategi perusahaan dengan skala nilai 0,0 (tidak penting), sampai 1,0 (paling penting). Bobot dan rating di rumuskan sebagai berikut.

Rating adalah nilai dari faktor strategis perusahaan dengan skala 1 (*poor*) sampai dengan 4 (*outstanding*). Fungsi pemberian rating adalah untuk mengetahui apakah

faktor strategis perusahaan dapat memberikan dampak positif (+) yaitu kekuatan dan peluang, sedangkan faktor negatif (-) dapat menjadi faktor ancaman dan kelemahan. Sedangkan untuk kolom 4 dilakukan perhitungan skor pembobotan dengan mengkalikan (x) bobot pada kolom 2 dengan rating dalam kolom 3. Kemudian, jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana strategi pemasaran bereaksi terhadap faktor-faktor strateginya.

3. Analisis SWOT

Pada tahap ini dilakukan analisis dan penentuan keputusan menggunakan pendekatan matriks SWOT. Berdasarkan analisis matriks SWOT dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi pemasaran yang akan digunakan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pembangunan potensi objek seperti: strategi *Strength Opportunity* (SO), *Strength Threats* (ST), *Weakness Opportunities* (WO) dan *Weakness Threats* (WT).

Keterangan:

1. Strategis S-O (kekuatan-peluang, *strengths-opportunities*), strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengambil peluang-peluang yang ada diluar perusahaan.
2. Strategis W-O (kelemahan-peluang, *weakness-opportunities*), strategis ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.⁹

⁹Adisasmito, hlm.12.

3. Strategis S-T (kekuatan-ancaman, *strengths-threats*), melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal dengan menggunakan kekuatan yang dimilikinya.
4. Strategis W-T (kelemahan-ancaman, *weakness-threats*), strategi ini merupakan teknik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman.¹⁰

Setelah strategi dirumuskan maka dilanjutkan dengan perumusan yang merupakan suatu rencana aksi (*action plan*).

Tabel III.3 Matriks Analisis SWOT

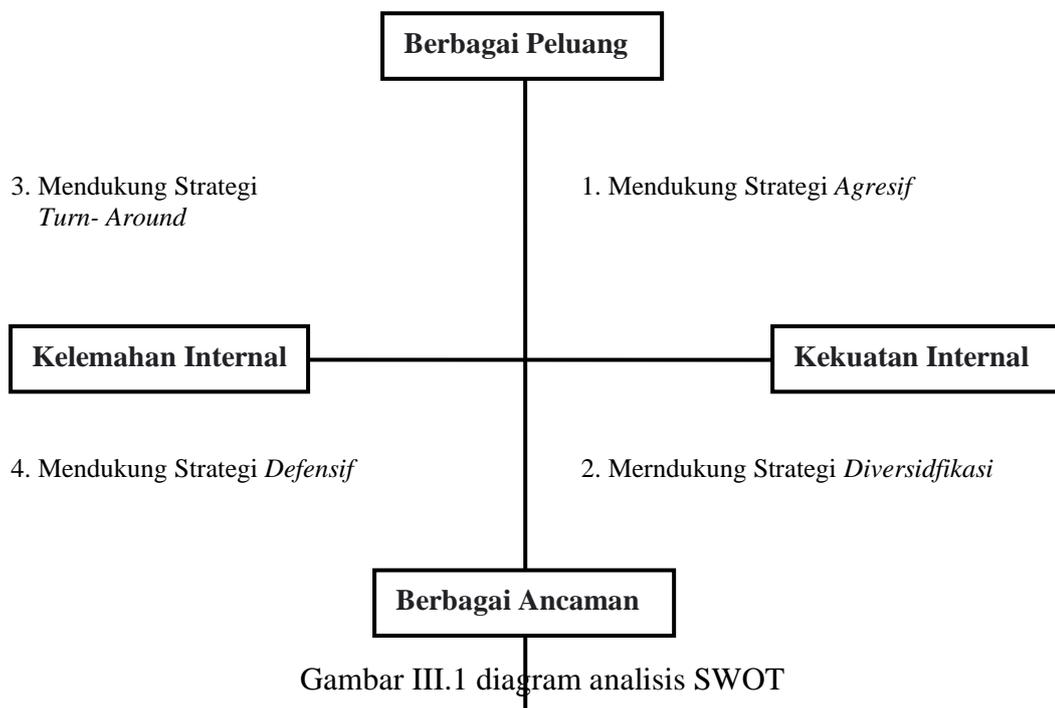
IFAS	Strengths (S)	Weakness (W)
EFAS	Tentukan 5-10 Faktor-faktor Kekuatan Internal	Tentukan 5-10 Faktor Faktor Kelemahan Internal
Opportunities (O) Tentukan Faktor Peluang Eksternal	Strategi so Ciptakan strategi yang Menggunakan kekuatan untuk Memanfaatkan peluang	Strategi wo Ciptakan strategi yang Meminimalkan kelemahan Untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan Faktor Ancaman Eksternal	Strategi st Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan Untuk mengatasi ancaman.	Strategi wt Ciptakan strategi yang Meminimalkan kelemahan dan Menghindai ancaman

Sumber: Rangkuti (1997:31)

Selanjutnya, dilakukan penyajian analisis data. Penyajian hasil data digunakan secara informal (dalam bentuk naratif) dan formal (dalam bentuk tabel, grafik, dan lain-lain). Penyajian dalam bentuk naratif untuk mengidentifikasi

¹⁰ Darsono Dkk, *Perbankan Syariah Di Indonesia Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Kedepan* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2019), hlm.236-237.

strategi seperti apa yang akan diterapkan sehingga di peroleh suatu gambaran lengkap dari permasalahan yang dibahas. Penyajian formal dilakukan untuk mendeskripsikan analisis SWOT yang dilakukan oleh Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan terhadap peningkatan daya saing. Diagram analisis SWOT di perlakukan agar gambaran atas hasil penelitian yang ada dapat ditentukan dengan tepat, yaitu strategi mana yang menjadi saran untuk objek penelitian.



Gambar III.1 diagram analisis SWOT

1. Kuadran I (positif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah agresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

2. Kuadran II (positif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Diversifikasi Strategi, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karenanya, organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi aksinya.

3. Kuadran III (negatif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah *Turn- Around* (ubah strategi), artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

4. Kuadran IV (negatif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Defensif (strategi bertahan), artinya kondisi internal organisasi berada pada pilihan dilematis. Oleh karenanya, organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terpelosok. Strategi ini dipertahankan sambil berupaya membenah diri.

Dengan penggunaan alat analisis di atas diharapkan akan dapat memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Umum Penelitian

1. Sejarah Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan

Usaha Dagang Sidimpuan Ternak merupakan usaha yang bergerak dibidang usaha pakan ternak hewan. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 17 Maret 2019 dan dikelola oleh Ibu Sri Milfa Nasution yang bekerja sama dengan berbagai badan usaha sejenis untuk melayani asupan hewan peternak dan usaha ini memiliki dokter hewan juga dimana dokter hewan tersebut adalah Ibu Sri Milfa Nasution. Usaha Dagang Sidimpuan Ternak beralamat di Jl. Sisimangaraja no 110 Sitamiang, Kota Padangsidimpuan.¹

Pada awal berdirinya Usaha Dagang Sidimpuan Ternak masih sedikit jenis-jenis pakan ternak untuk dijual. Selain itu, jumlah karyawan hanya berjumlah 2 orang, satu manager pelaksana dan satu lagi sebagai karyawan. Dalam jangka 2 tahun Usaha Dagang Sidimpuan Ternak sudah mampu untuk menambah karyawan sebanyak 4 orang. Pada tahun 202 Usaha Dagang Sidimpuan Ternak mampu membuka 2 cabang usaha tersebut.

Penamaan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dikatakan, Saudari Sri Milfa Nasution terinspirasi dari asal mereka tinggal dan semasa kuliah saudari mengambil jurusan Dokter Hewan. Selain itu, nama tersebut sesuai dengan

¹Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

harapan Saudari Sri Milfa Nasution kedepannya makin banyak orang yang dapat mengunjungi usaha dagang miliknya.²

2. Profil Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan

Berikut profil singkat tentang Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan.³

Nama Perusahaan : Usaha Dagang Sidimpuan Ternak

Alamat : Jl. Sisimangaraja No 11 Sitamiang Kota Padangsidipuan

Telp : 0823-7837-9511

Tahun Berdiri : 2019

3. Struktur Organisasi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan

Tujuan dari adanya struktur organisasi adalah agar pekerjaan dapat diatur dan disampaikan kepada karyawan perusahaan, sehingga dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Struktur organisasi setiap perusahaan berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta faktor yang memengaruhinya. Faktor yang memengaruhinya adalah tenaga kerja, manajemen dan kegiatan yang dilakukan perusahaan. Struktur organisasi yang diterapkan di Usaha Dagang Sidimpuan Ternak adalah struktur organisasi garis yaitu organisasi yang pelimpahan wewenang dalam organisasi berlangsung secara vertikal dari seseorang pemilik

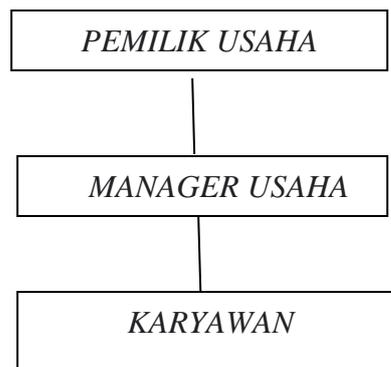
²Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

³Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

perusahaan hingga manajer dibawahnya. Deskripsi jabatan, tugas, dan wewenang masing-masing bagian dapat dijadikan sebagai berikut.⁴

Susunan dari struktur organisasi Usaha Dagang Sidimpunan Ternak dapat dilihat pada diagram dibawah ini.⁵

Gambar IV.I
Struktur Organisasi Usaha Dagang Sidimpunan Ternak



Sumber: Usaha Dagang Sidimpunan Ternak

Berdasarkan struktur organisasi di atas, dapat dijelaskan deskripsi tugas pada masing masing bagian:⁶

1. Pemilik Usaha

- a. Sebagai pemilik usaha
- b. Mengayomi karyawan perusahaan
- c. Melakukan pengawasan kerja terhadap karyawan
- d. Memberikan upah pada karyawan
- e. Menyediakan modal bagi perusahaan

⁴Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpunan Ternak di Kota Padangsidimpunan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

⁵Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpunan Ternak di Kota Padangsidimpunan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

⁶Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpunan Ternak di Kota Padangsidimpunan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

2. Manager Usaha

- a. Mengurus administrasi
- b. Mengawasi jalannya usaha dan laporan keuangan setiap harinya.
- c. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan

3. Karyawan

- a. Melayani pelanggan
- b. Bertanggung jawab atas pesanan pelanggan

4. Produk yang Ditawarkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan

Berdasarkan produk-produk yang ditawarkan oleh Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan:⁷

- a. Pur gold ayam
- b. Pur pokphand ayam
- c. Prima ikan
- d. Japfa ikan
- e. Pur ayam
- f. Pur bebek
- g. Pelet ikan
- h. Jagung pecah dan jagung bulat

⁷Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

5. Visi Misi

Visi merupakan cara pandang kedepan kemana perusahaan harus dibawa agar lebih maju, inovatif, dan berintegritas. Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang diharapkan dan diinginkan oleh manajemen, sedangkan misi adalah suatu langkah yang harus dilakukan oleh instansi pemerintah agar tujuan organisasi dapat tercapai dan berhasil dengan baik sesuai dengan yang ditetapkan. Adapun visi dan misi yang ditetapkan oleh Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan sebagai berikut:⁸

a. Visi

Menjadikan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan produk yang berkualitas dan senantiasa meningkatkan produktifitas demi kemajuan perusahaan.

b. Misi

1. Kepuasan pelanggan
2. Produk yang berkualitas
3. Meningkatkan kemampuan karyawan
4. Mengikuti perkembangan teknologi

⁸Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

B. Deskripsi Data Penelitian

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar berkesinambungan. Teknik pemasaran yang baik didukung oleh strategi pemasaran yang efektif. Dalam keadaan seperti ini pengusaha harus pandai memilih strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan dan bauran pemasaran. Terdapat tujuh bauran pemasaran, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*).

a. Produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, menarik perhatian, serta dapat dikonsumsi atau digunakan untuk memuaskan suatu kebutuhan ataupun keinginan konsumen.⁹

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Sri Milfa Nasution selaku pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidempuan.

Produk yang ditawarkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak merupakan produk yang memiliki kualitas yang baik yang dibuat dengan bahan yang berkualitas, produk yang ditawarkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak sesuai keinginan dari konsumen, konsumen bisa menentukan asupan hewan ternak yang diinginkan, karena Usaha Sidimpuan Ternak mengutamakan kepuasan pelanggan. Selain itu Usaha Dagang Sidimpuan Ternak melakukan inovasi secara terus-menerus terhadap produknya agar lebih menarik konsumen untuk membelinya. Selain menawarkan produk yang siap saji Usaha Dagang Sidimpuan Ternak juga melayani konsultasi produk asupan hewan peternak ini dengan dokter hewan. Ini

⁹Dede Djuniardi dkk., *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Menciptakan Loyalitas Pelanggan* (Get Press Indonesia, 2023, hlm. 80)

menjadi peluang bagi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak karena usaha pakan ternak lain tidak menyediakan produk tersebut.¹⁰

Wawancara dengan konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan mengenai produk.

Menurut saya produk yang dimiliki Usaha Dagang Sidimpuan Ternak kualitas yang baik dan juga produk yang dihasilkan itu bagus untuk hewan ternak.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa produk yang dijual pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan terbuat dengan bahan yang berkualitas dan siap saji. Selain itu Usaha Dagang Sidimpuan Ternak melayani konsultasi produk asupan hewan ternak milik konsumen dengan dokter hewannya langsung, jadi konsumen bisa dengan leluasa mengatakan keluhan pada hewan ternak milik konsumen dan ini menjadi peluang Usaha Dagang Sidimpuan Ternak untuk menarik konsumen dan mendapatkan keuntungan.

b. Harga (*price*)

Penetapan harga merupakan suatu hal yang penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan.¹²

Berdasarkan hasil wawancara dengan Putri Nanta Azizi selaku manager Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan sebagai berikut:

¹⁰Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

¹¹ Wawancara dengan Konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota, Saudara Gilang 19 Desember 2023, Pukul 10.00

¹² Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sah Media, 2019, hlm. 141)

Ketentuan harga jual pada produk Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dapat ditentukan dengan harga produk yang dipasarkan. Harga suatu produk pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dapat dihitung dari kualitas, ukuran dan jumlah produk yang diinginkan oleh konsumen. Harga produk yang kami jual tidak menetap karena tergantung harga dari perusahaan yang bekerja sama dengan usaha ini. Apalagi bahan baku untuk membuat produk semakin hari semakin mahal dan harga jual produk kami juga akan semakin meningkat, karena harga yang semakin meningkat membuat konsumen beralih ke usaha pakan ternak yang lain.¹³

Wawancara dengan konsumen saudara Anugrah Jaya mengenai pemberian harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Menurut saya harga yang ditawarkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak kompetitif, sesuai dengan harga yang dipasarkan.¹⁴

Selanjutnya wawancara mengenai pemberian potongan harga kepada pembeli:

Kami memberikan harga diskon kepada konsumen jika konsumen melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak. Biasanya kami akan memberikan potongan 2-7% dari harga normalnya, tetapi jika hanya membeli satu barang saja kami tidak akan memberikan potongan harga.¹⁵

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa penetapan harga pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan ditentukan berdasarkan harga dasar dari produk tersebut kemudian pemberian diskon diberikan kepada konsumen yang pembelian produk dalam jumlah banyak, dengan adanya diskon yang diberikan maka ini akan menjadi peluang bagi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dalam meningkatkan usaha tersebut.

¹³Wawancara dengan Manager Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Purti Nanta Azizi, 16 Desember 2023, Pukul 17.30 WIB

¹⁴Wawancara dengan Konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota, Saudara Anugrah Jaya 19 Desember 2023, Pukul 10.00

¹⁵Wawancara dengan Manager Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Purti Nanta Azizi, 16 Desember 2023, Pukul 17.30 WIB

c. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan teknik penjualan untuk menjadi sukses dalam program pemasaran apa pun. Promosi merupakan alat yang membantu menyebarkan informasi, merangsang pembelian, dan memengaruhi proses keputusan pembelian.¹⁶

Wawancara dengan karyawan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan mengenai promosi dengan saudara Salman Fuadi sebagai berikut:

Cara yang kami gunakan untuk mempromosikan produk yang kami jualkan yaitu dengan cara melakukan melalui media sosial, mulut ke mulut dari konsumen ke konsumen dan membentuk citra produk dimata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.¹⁷

Adapun kelemahan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan mengenai promosi yaitu:

Jika ditanya tentang kelemahan dalam hal promosi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak tidak membagi brosur kepada masyarakat dan pelanggan.¹⁸

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa promosi yang pertama dilakukan melalui *personaal selling* atau persentase lisan dalam suatu percakapan, yang kedua yaitu melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* ataupun aplikasi lainnya. Adapun kelemahan dalam hal promosi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan tidak melakukan membagi-bagi brosur kepada masyarakat dan pelanggan.

¹⁶Djuniardi dkk, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Menciptakan Loyalitas Pelanggan*, hlm. 84.

¹⁷Wawancara dengan Karyawan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudara Salman Fuadi, 17 Desember 2023, Pukul 10.00 WIB

¹⁸ Salman Fuadi

d. Tempat (*place*)

Tempat adalah gabungan antar lokasi dan keputusan atas saluran distribusi yaitu berhubungan dengan lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa pada konsumen. Sedangkan lokasi berarti dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.¹⁹

Wawancara dengan Ibu Sri Milfa Nasution selaku pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan, mengenai lokasi.

Lokasi yang kami pilih ini strategis karena berada di pinggir jalan raya dan juga dapat di akses kendaraan. Sehingga masyarakat Kota Padangsidimpuan dapat melihat Usaha Dagang Sidimpuan Ternak ini ketika melintasi jalan ini.²⁰

Selanjutnya wawancara dengan konsumen mengenai lokasi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan.

Menurut saya lokasi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak ini sangat strategis karena lokasinya berada di pinggir jalan, sehingga mudah melihat usaha tersebut. Tidak hanya itu saja, jika barang belanjannya banyak jadi mudah untuk dinaikkan ke atas kendaraan.²¹

Berdasarkan wawancara di atas, menunjukkan hasil yang sesuai dengan observasi peneliti, yang menunjukkan memang bahwa Usaha Dagang Sidimpuan Ternak memang berada di tempat yang strategis yaitu berada di dekat pemukiman warga dan di tepi jalan raya sehingga mudah untuk diakses oleh masyarakat, ini menjadi keunggulan bagi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak karena tidak semua usaha yang bergerak dibidang ini berada di tempat yang strategis .

¹⁹Dewianawati dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 88.

²⁰Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

²¹Wawancara dengan Konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota, Saudara Roy 18 Desember 2023, Pukul 14.30

e. Orang (*people*)

People merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen kepada karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal.²² Peneliti melakukan wawancara mengenai pengaruh karyawan dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yaitu Ibu Sri Milfa Nasution:

Pengaruh karyawan pada usaha ini tentu saja sangat berpengaruh, karena tanpa mereka usaha dagang ini tidak akan berjalan, dan peraturan yang saya terapkan di usaha ini dalam melayani konsumen yaitu harus bersikap ramah dan sopan juga diterapkan oleh karyawan saya. Selain itu cara kerja karyawan profesional, kami sangat menjaga kepercayaan pelanggan oleh karena itu kami selalu memprioritaskan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Tetapi sebagian karyawan saya sering lalai pada saat masuk barang, sehingga menyebabkan selisih barang.²³

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak mengutamakan sopan dan santun dan kualitas pelayanan yang maksimal. Dimana dengan sikap sopan dan santun konsumen akan merasa nyaman dan merasa senang selama melakukan proses tawar-menawar, selain itu Usaha Dagang Sidimpuan Ternak juga sangat memprioritaskan kualitas pelayanan. Adapun kelemahannya yaitu sebagian karyawan sering lalai pada saat masuk barang sehingga menyebabkan selisih barang.

²²Yusuf Saleh dan Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, hlm. 145.

²³Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Sri Milfa Nasution, 15 Desember 2023, Pukul 17.00 WIB

f. Proses (*process*)

Proses adalah semua prosedur yang nyata, mekanisme, dan aliran kegiatan yang digunakan untuk menyampaikan jasa.²⁴ Berdasarkan hasil wawancara dengan manager Usaha Dagang Sidimpuan Ternak mengatakan:

Cara pemesanan produk Usaha Dagang Sidimpuan Ternak sangat mudah bisa datang langsung ke lokasi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Padangsidimpuan atau bisa melakukan pemesanan produk melalui media sosial dan telepon, selain itu dalam transaksi yang melalui media sosial dapat di transfer. Biasanya konsumen yang dalam kota langsung datang ke Usaha Dagang Sidimpuan Ternak saat melakukan pemesanan akan tetapi orang luar kota bisa melakukan pemesanan melalui media sosial dan telepon.²⁵

Selanjutnya wawancara dengan konsumen mengenai proses pemesanan.

Menurut saya cara pemesanan di Usaha Dagang Sidimpuan Ternak sangat mudah, pemesanan bisa dilakukan melalui media sosial, telepon atau langsung ke lokasi. Kalau seperti saya langsung ke lokasi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak untuk melakukan pemesanan produk.²⁶

Berdasarkan pemaparan di atas bahwa Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dalam menentukan proses pemesanan produk, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak melayani pemesanan melalui media sosial dan telepon biasa atau datang langsung datang ke lokasi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak.

g. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan

²⁴Dewianawati dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm.94

²⁵Wawancara dengan Manager Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudari Purti Nanta Azizi, 16 Desember 2023, Pukul 17.30 WIB

²⁶Wawancara dengan Konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota, Saudara Jimmy Jaya 18 Desember 2023, Pukul 10.00

fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya.²⁷ Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak mengenai bukti fisik atau fasilitas yang ada dalam percetakan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak, mengatakan:

Fasilitas yang ada dalam Usaha Dagang Sidimpuan Ternak ini yaitu alat presensi, *wifi*, hp khusus untuk pemesan konsumen, meja kerja, kamar mandi, ruang tunggu agar konsumen tidak kepanasan menunggu, tempat parkir, serta lingkungan yang bersih sehingga para konsumen yang datang tetap merasa nyaman.²⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan fasilitas dapat membuat kenyamanan bagi karyawan maupun konsumen. Tempat dan tata letak yang efektif mampu membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang mampu menunjang *diferensiasi*.

Selanjutnya wawancara dengan pesaing Usaha Dagang Sidimpuan Ternak mengenai bukti fisik:

Fasilitas yang ada dalam usaha ini yaitu *wifi*, meja kerja, kamar mandi, ruang tunggu agar konsumen tidak kepanasan menunggu, tempat parkir, serta lingkungan yang bersih sehingga para konsumen yang datang tetap merasa nyaman, tetapi untuk hp khusus pemesanan konsumen tidak disediakan pelaku usaha.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak memiliki keunggulan dibandingkan pesaing dimana Usaha Dagang Sidimpuan Ternak memiliki hp khusus untuk pemesanan konsumen yang diberikan kepada manager usaha, sedangkan pesaing tidak memiliki hp khusus pemesanan konsumen. Dimana tujuannya untuk memudahkan

²⁷Dewianawati dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 95.

²⁸Wawancara dengan Karyawan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan, Saudara Salman Fuadi, 17 Desember 2023, Pukul 10.00 WIB

karyawan dalam melayani pemesanan melalui telepon maupun media sosial dan ini menjadi peluang bagi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak.

C. Pengolahan dan Analisis Data

1. Analisis SWOT terhadap Pemasaran Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan

Kegiatan perumusan strategi perusahaan dan menjadi pelaku dalam proses pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi pasti mengetahui bahwa analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat, telah diketahui bahwa analisis SWOT merupakan akronim untuk kata-kata strength, weakness, opportunity dan threat. Pada tabel dibawah ini akan digambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dalam memasarkan produk untuk meningkatkan daya saing. Dengan menggunakan metode analisis SWOT ini berdasarkan analisa peneliti yang didukung oleh wawancara langsung dengan Pimpinan, karyawan, konsumen dan pesaing dari Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan.

Tabel IV. 1 Matriks SWOT Usaha Dagang Sidimpuan Ternak

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Lokasi yang strategis 2.Produk yang ditawarkan berkualitas bisa konsultasi secara gratis dengan dokter hewan 3.Produk yang ditawarkan beragam 4.Bekerja sama dengan <i>Stake Holder</i> 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya operasional yang tinggi 2. Promosi yang kurang maksimal 3. Adanya karyawan yang lalai
<p>Oppurtunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi yang terus-menerus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan 2. Memberikan diskon kepada konsumen tetap dan kepada konsumen jika membeli dalam jumlah banyak 3. Menggunakan sosial media 	<p>Strategi so</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memenuhi permintaan pasar 2. Meningkatkan pelayanan bagi pelanggan yang berkunjung. 3. Memberikan jaminan kualitas terhadap produk yang ditawarkan. 	<p>Strategi wo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pengembangan karyawan, ada income terhadap perusahaan itu. 2. Mendiversifikasikan promo.
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyak pesaing yang bergerak di bidang yang sama. 2. Biaya bahan baku yang meningkat 3. Pelanggan beralih ke usaha yang bergerak dibidang yang sama. 	<p>Strategi st</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan. 2. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. 3. Menjaga kualitas produk yang ditawarkan. 	<p>Strategi wt</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan promosi agar konsumen tidak beralih. 2. Membangun strategi pemasaran yang lebih baik. 3. Meningkatkan loyalitas karyawan.

Dari data tabel IV.1 diatas dapat dijelaskan dari beberapa faktor-faktor yang telah disebutkan diatas sebagai berikut:

a. *Strength* (kekuatan)

1. Lokasi yang strategis, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yang berlokasi di Jl. Sisimangaraja No 11 Stamiang, Padangsidimpuan yang berada di pinggir jalan raya dan mudah di lalui kendaraan roda dua dan roda empat. Lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi jalannya sebuah usaha. Lokasi yang strategis yang berada di tepi jalan raya dan merupakan jalan lintas kendaraan merupakan jalan lintas kendaraan merupakan daya tarik konsumen untuk berkunjung ke Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan. Lokasi yang strategis ini merupakan keunggulan yang dimiliki Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan
2. Produk yang ditawarkan sesuai keinginan konsumen, dalam mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan, selain menawarkan beragam produk pakan ternak kepada konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak juga membebaskan untuk memilih produk pakan ternak yang mereka inginkan.
3. Produk yang ditawarkan beragam, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak menyediakan produk pakan ternak seperti pur gold coin ayam, pur pokphand ayam, prima ikan, jafpa ikan, pur ayam, pur bebek, pelet ikan, jagung pecah dan jagung bulat. Selain itu Usaha Dagang

Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan juga menyediakan layanan jasa kesehatan hewan peliharaan.

4. Bekerja sama dengan *Stake Holder*, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan-perusahaan ataupun pemilik hewan peliharaan, kerja sama ini sudah terjalin sangat lama dan bertahan hingga saat ini.

b. *Weakness* (kelemahan)

1. Biaya Operasional yang tinggi , Biaya operasional merupakan biaya yang digunakan untuk menjalankan dan mengelola bisnis. Biaya ini adalah sumber daya dalam organisasi untuk mempertahankan proses bisnis, biaya operasional yang semakin tinggi menyebabkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak harus pandai menyisiat harga agar konsumen tidak beralih ke usaha yang bergerak dibidang yang sama.
2. Adanya kelalaian karyawan dalam bekerja pada saat barang masuk yang mengakibatkan selisih barang, sehingga memperlambat pekerjaan dan modal yang harus dikeluarkan usaha tersebut semakin meningkat.
3. Dalam hal mempromosikan usaha ini tidak membagikan brosur kepada masyarakat, sehingga masyarakat tidak mengetahuinya. Dimana keuntungan dari membagikan brosur, usaha yang kita jalani akan dikenal oleh masyarakat dan digunakan sebagai wadah untuk mempromosikan produk yang yang kita jual, tetapi sayang Usaha

Dagang Sidimpuan Ternak tidak memanfaatkan promosi berbentuk begitu.

c. *Oppurtunities* (peluang)

1. Inovasi yang terus-menerus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, perbaikan produk dari tahun ke tahun terus dilakukan agar konsumen tertarik untuk membelinya.
2. Memberikan diskon kepada konsumen tetap dan kepada konsumen jika membeli dalam jumlah yang banyak, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak akan memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen jika membeli dalam jumlah yang banyak. Dan biasanya potongan harga yang diberikan sebesar 2-7 %
3. Menggunakan media sosial, yang digunakan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak mengikuti perkembangan zaman dan untuk mempermudah konsumen dalam hal pemesanan terutama konsumen dari luar kota.

d. *Threats* (ancaman)

1. Semakin banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama, sehingga menyebabkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak memiliki banyak pesaing.
2. Biaya bahan baku mengalami kenaikan, bahan baku sangat penting dalam sebuah uaha. Harga bahan baku yang semakin tinggi membuat perusahaan mengalami kesulitan dan membuat penawaran harga yang

semakin besar pula, sehingga konsumen akan merasa harga yang ditawarkan mahal.

3. Pelanggan beralih ke usaha pakan lain dengan produk yang sama, banyaknya perusahaan sejenis yang muncul menyebabkan pelanggan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan mencari harga yang lebih murah dan beralih ke usaha pakan yang sejenis.

e. Strategi S-O

1. Memenuhi permintaan pasar, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk yang mereka inginkan, selain itu konsumen juga diperbolehkan untuk konsultasi produk asupan makanan untuk hewan peliharaan mereka. Selain itu konsumen juga bisa menyampaikan keluhan dari hewan peliharaan mereka ke pada dokter hewan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dan itu akan dilayani oleh Usaha Dagang Sidimpuan Ternak.
2. Meningkatkan pelayanan bagi pelanggan yang berkunjung, pelayanan sangat berpengaruh terhadap suatu bisnis, jika pelayanannya baik maka konsumen akan merasa senang begitupun sebaliknya Usaha Dagang Sidimpuan Ternak meningkatkan pelayanan bagi pelanggan yang berkunjung agar memberikan kesan yang baik bagi para pelanggan. Meningkatkan pelayanan bagi pelanggan yang berkunjung harus ditingkatkan dengan cara cepat tanggap dalam menyelesaikan

pekerjaan, memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap sopan dan santun, serta memberikan hasil kerja yang memuaskan pelanggan.

3. Memberikan jaminan kualitas terhadap usaha jasa yang ditawarkan, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak dikenal dengan kualitas produknya yang bagus, dengan memberikan jaminan kualitas yang bagus para konsumen akan merasa puas dengan barang yang dipesan. Kualitas yang bagus akan menjadi incaran para konsumen sehingga konsumen akan menjadi pelanggan tetap Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan.

f. Strategi W-O

1. Memberikan pengembangan kepada karyawan agar lebih baik dalam hal bekerja untuk memudahkan penyelesaian pekerjaan, memberikan masukan kepada karyawan tujuannya yaitu agar karyawan tidak mengulangi kesalahan yang sama seperti, lalai dalam bekerja yang menyebabkan terjadinya selisih barang. Hal ini sering terjadi pada saat barang masuk.
2. Mendiversifikasi promo pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak melakukan promo yang beragam seperti adanya *cashback*, flash sale, potongan harga, dan lain-lain. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak beralih.

g. Strategi S-T

1. Mempertahankan hubungan baik dengan konsumen agar menjadi pelanggan tetap, menjalin hubungan baik dengan konsumen sangat

baik untuk keberlangsungan usaha, dengan menjaga hubungan atau kepercayaan pelanggan adalah suatu alternatif pemasaran. Dengan harapan mereka akan mempromosikan usaha kepada orang-orang sekitar atau kepada teman-temannya. Sehingga tidak menutup kemungkinan akan memberikan efek yang baik dan berjangka panjang terhadap perusahaan kita.

2. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan yang berbelanja menggunakan jasa Usaha Dagang Sidimpunan Ternak Kota Padangsidimpunan perlu dilakukan, karena pelayanan yang terbaik adalah salah satu kunci kesuksesan di dalam perusahaan.
3. Menjaga kualitas barang yang ditawarkan, kualitas barang yang diberikan Usaha Dagang Sidimpunan Ternak harus tetap terjaga, jangan sampai kualitas yang diberikan menurun sehingga akan mengecewakan konsumen.
4. Mengikuti perkembangan zaman dalam dunia promosi, maksudnya dari mengikuti perkembangan zaman dalam promosi yaitu dimana perkembangan zaman yang semakin cepat dengan mempromosikan usaha melalui media sosial mempermudah masyarakat dalam hal pemesanan.

h. Strategi W-T

1. Mengikuti perkembangan zaman dalam dunia promosi, maksudnya dari mengikuti perkembangan zaman dalam promosi yaitu dimana

perkembangan zaman yang semakin cepat dengan mempromosikan usaha melalui media sosial mempermudah masyarakat dalam hal pemesanan.

2. Membangun strategi pemasaran yang lebih baik agar bisa meningkatkan usaha, dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini, kita bisa membangun strategi pemasaran dengan mudah dan cepat berkembang karena kita sudah masuk di era digital jadi pemasaran produk akan semakin meluas jika kita tidak mempromosikannya di media sosial agar lebih mudah diketahui orang. Dengan demikian maka peluang permintaan dan penjualan produk lebih mudah dan lebih luas pemasarannya, sehingga akan meningkatkan usaha tersebut.
3. Meningkatkan loyalitas karyawan sangat penting bagi keberhasilan pada perusahaan, karyawan yang loyal cenderung lebih produktif dan menghargai perusahaan serta nilai-nilainya dapat disampaikan kepada setiap pelanggan melalui interaksi sehari-hari. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perusahaan serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Perhitungan Matriks IFAS dan EFAS

Tabel IV. 2 Matriks IFAS Usaha Dagang Sidimpuan Ternak

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Lokasi yang strategis	0,1	3	0,3
2	Produk yang ditawarkan berkualitas bisa konsultasi langsung dengan dokter hewan mengenai produk	0,15	4	0,6
3	Produk yang ditawarkan beragam	0,2	4	0,8
4	Bekerja sama dengan <i>Stake Holder</i>	0,1	4	0,8
Subtotal		0,55		2,5
Kelemahan (Weakness)				
1	Biaya operasional yang tinggi	0,15	4	0,6

2	Promosi yang kurang maksimal	0,1	2	0,2
3	Adanya karyawan yang lalai	0,2	3	0,6
Subtotal		0,45		1,4
Total		1		3,9

Sumber: Data dioalah

Dari hasil analisis pada tabel IFAS dapat diketahui jumlah nilai pada faktor kekuatan sebanyak 2,5 sedangkan pada faktor kelemahan sebanyak 1,4 sehingga total jumlah dari matriks IFAS nya adalah sebesar 3,9.

Tabel IV.3 Matriks EFAS Usaha Dagang Sidimpuan Ternak

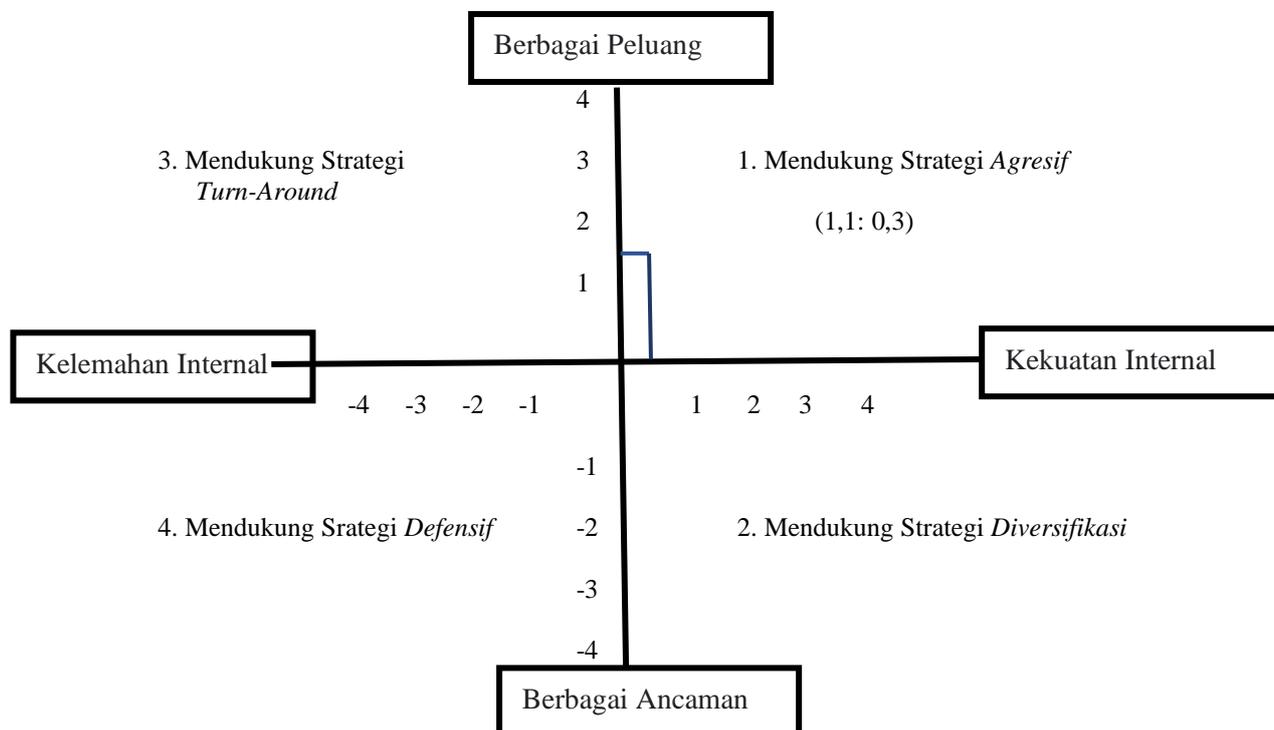
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Oppurtunities</i>)				
1	Inovasi yang terus menerus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan	0,2	4	0,8
2	Memberikan diskon kepada pelanggan tetap dan kepada konusmen jika membeli dalam jumlah banyak	0,1	3	0,3
3	Menggunakan sosial media	0,2	4	0,8
Subtotal		0,5		1,9
Ancaman (<i>Threats</i>)				
1	Semakin banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama	0,2	4	0,8
2	Biaya bahan baku mengalami kenaikan	0,2	3	0,6
3	Pelanggan beralih ke usaha pakan lain dengan produk yang sama	0,1	2	0,3
Subtotal		0,5		1,6
Total		1		3,5

Sumber: Data diolah

Dari hasil analisis pada tabel EFAS dapat diketahui jumlah nilai pada faktor peluang sebanyak 1,9 sedangkan pada faktor ancaman sebanyak 1,6 sehingga total jumlah dari matriks EFAS nya adalah sebesar 3,5.

Pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak telah diketahui bahwa nilai matriks IFAS sebesar 3,9 dan nilai matriks EFAS sebesar 3,5. Setelah nilai matriks IFAS dan EFAS di peroleh, maka posisi bisnis perusahaan dapat ditentukan, dengan diagram analisis SWOT berikut:

Gambar IV.2 Diagram Analisis SWOT Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan



Gambar 4.2. Diagram Analisis SWOT Usaha Dagang Sidimpuan Ternak

Gambar IV.2 menjelaskan bahwa nilai skor untuk faktor kekuatan adalah sebesar 2,5 dan untuk faktor kelemahan sebesar 1,4 maka selisih dari nilai tersebut adalah 1,1. Sedangkan nilai skor peluang sebesar 1,9 dan ancaman sebesar 1,6 maka selisih dari nilai tersebut adalah 0,3.

Berdasarkan gambar IV.2, dapat diketahui bahwa Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan berada pada posisi di antara sumbu *opportunitiy* dan *strength* yakni Kuadran I. Artinya Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan disarankan untuk melakukan strategi *agresif*. Strategi *agresif* adalah strategi yang memanfaatkan peluang yang ada seperti meningkatnya permintaan pasar, pangsa pasar masih luas, hubungan baik dengan

kompetitor, perusahaan dapat melakukan promosi secara *online*. Sehingga dengan memanfaatkan peluang tersebut maka perusahaan dapat berkembang dengan baik.

Adapun langkah-langkah dalam menentukan strategi agresif dalam Usaha Dagang Sidimpuan Ternak diambil dari strategi SO. Dimana point-pointnya yaitu:

1. Memenuhi permintaan pasar
2. Meningkatkan pelayanan bagi pelanggan yang berkunjung.
3. Memberikan jaminan kualitas terhadap produk yang ditawarkan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan

- a. Kekuatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yaitu:

- 1) Lokasi yang strategis, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yang berlokasi di Jl. Sisimangaraja No 11 Stamiang, Padangsidimpuan yang berada di pinggir jalan raya dan mudah di lalui kendaraan roda dua dan roda empat. Lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi jalannya sebuah usaha. Lokasi yang strategis yang berada di tepi jalan raya dan merupakan jalan lintas kendaraan merupakan jalan lintas kendaraan merupakan daya tarik konsumen untuk berkunjung ke Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan. Lokasi yang strategis ini merupakan keunggulan yang dimiliki Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan.

- 2) Produk yang ditawarkan sesuai keinginan konsumen, dalam mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan, selain menawarkan beragam produk pakan ternak kepada konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak juga membebaskan untuk memilih produk pakan ternak yang mereka inginkan.
 - 3) Produk yang ditawarkan beragam, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak menyediakan produk pakan ternak seperti pur gold coin ayam, pur pokphand ayam, prima ikan, japfa ikan, pur ayam, pur bebek, pelet ikan, jagung pecah dan jagung bulat. Selain itu Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan juga menyediakan layanan jasa kesehatan hewan peliharaan.
 - 4) Bekerja sama dengan *Stake Holder*, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan-perusahaan ataupun pemilik hewan peliharaan, kerja sama ini sudah terjalin sangat lama dan bertahan hingga saat ini.
- b. Kelemahan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yaitu:
- 1) Biaya Operasional yang tinggi , Biaya operasional merupakan biaya yang digunakan untuk menjalankan dan mengelola bisnis. Biaya ini adalah sumber daya dalam organisasi untuk mempertahankan proses bisnis, biaya operasional yang semakin tinggi menyebabkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak harus

pandai menyisiati harga agar konsumen tidak beralih ke usaha yang bergerak dibidang yang sama.

- 2) Adanya kelalaian karyawan dalam bekerja pada saat barang masuk yang mengakibatkan selisih barang, sehingga memperlambat pekerjaan dan modal yang harus dikeluarkan usaha tersebut semakin meningkat
- 3) Dalam hal mempromosikan usaha ini tidak membagikan brosur kepada masyarakat, sehingga masyarakat tidak mengetahuinya. Dimana keuntungan dari membagikan brosur, usaha yang kita jalani akan dikenal oleh masyarakat dan digunakan sebagai wadah untuk mempromosikan produk yang yang kita jual, tetapi sayang Usaha Dagang Sidimpuan Ternak tidak memanfaatkan promosi berbentuk begitu.

c. Peluang Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yaitu:

- 1) Inovasi yang terus-menerus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yan ditawarkan, perbaikan produk dari tahun ke tahun terus dilakukan agar konsumen tertarik untuk membelinya.
- 2) Memberikan diskon kepada konsumen tetap dan kepada konsumen jika membeli dalam jumlah yang banyak, Usaha Dagang Sidimpuan Ternak akan memberikan diskon atau potongan harga

kepada konsumen jika membeli dalam jumlah yang banyak. Dan biasanya potongan harga yang diberikan sebesar 2-7 %

- 3) Menggunakan media sosial, yang digunakan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak mengikuti perkembangan zaman dan untuk mempermudah konsumen dalam hal pemesanan terutama konsumen dari luar kota.

d. Ancaman Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yaitu:

- 1) Semakin banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama, sehingga menyebabkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak memiliki banyak pesaing.
- 2) Biaya bahan baku mengalami kenaikan, bahan baku sangat penting dalam sebuah uaha. Harga bahan baku yang semakin tinggi membuat perusahaan mengalami kesulitan dan membuat penawaran harga yang semakin besar pula, sehingga konsumen akan merasa harga yang ditawarkan mahal.
- 3) Pelanggan beralih ke usaha pakan lain dengan produk yang sama, banyaknya perusahaan sejenis yang muncul menyebabkan pelanggan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan mencari harga yang lebih murah dan beralih ke usaha pakan yang sejenis.

2. Strategi Pemasaran yang Digunakan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan dalam Meningkatkan Usaha

Strategi pemasaran yang sesuai untuk meningkatkan Bisnis Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di kota Padangsidimpuan adalah strategi *agresif*. Dimana hasil nilai skor untuk faktor kekuatan adalah sebesar 2,5 dan untuk faktor kelemahan sebesar 1,4 maka selisih dari nilai tersebut adalah 1,1. Sedangkan nilai skor peluang sebesar 1,9 dan ancaman sebesar 1,6 maka selisih dari nilai tersebut adalah 0,3. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perusahaan membutuhkan strategi untuk menguatkan perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan harus menggunakan strategi *agresif* agar masuk ke dalam fase growth, dengan menggunakan Matriks SWOT untuk menentukan dan menyusun langkah implementasi strategi yang terkait dengan pilihan strategi tersebut. Dalam hal ini perusahaan akan berkembang dan menjadi kuat serta mempunyai peluang yang besar untuk maju.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat didukung serta dibuktikan dengan penelitian terdahulu, yang mengarah ke penelitian tersebut yaitu penelitian yang dilakukan oleh Zein, dengan judul “Analisis Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Pada Koperasi Pemuda Tunas Patria (Koppatria) Sentra Industri Seni Patung Dan Ukir”, dalam penelitian tersebut ditemukan hasil bahwa, strategi yang cocok diterapkan oleh KOPPATRIA dalam mengembangkan usahanya sesuai analisis Matriks IE ialah strategi agresif dan integratif. Strategi agresif meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk dan jasa, strategi integratif meliputi integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal. Aplikasi strategi tersebut ialah melalui penerapan strategi yang dibuat

melalui analisis Matriks SWOT yaitu mengembangkan strategi promosi melalui berbagai media untuk meningkatkan penjualan, mengembangkan produk ciri khas daerah, mengembangkan sistem pelayanan terhadap anggota, menambah jumlah dan mengembangkan kemampuan karyawan untuk mengoptimalkan kinerja, meningkatkan sistem manajemen pengendalian persediaan untuk menghindari persaingan harga, serta menerapkan budaya analitis data dan informasi serta sistem informasi manajemen yang terpadu.²⁹ Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, dapat dilihat bahwa strategi *agresif* sangat membantu untuk meningkatkan hasil penjualan, perusahaan semakin kuat serta membuat perusahaan menjadi terarah.

²⁹Shaifur Rizqi Zein, “Analisis Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Pada Koperasi Pemuda Tunas Patria (Koppatria) Sentra Industri Seni Patung Dan Ukir” (Universitas Negeri Semarang, 2015), hlm. 72., <http://lib.unnes.ac.id/22319/1/7101408111-s.pdf>.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Usaha Dagang Sidimpuan Ternak, maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Adapun kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan sebagai berikut:
Kekuatan yang dimiliki Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota yaitu lokasi yang strategis, produk yang ditawarkan berkualitas dan bisa konsultasi secara gratis dengan dokter hewan mengenai produk, produk yang ditawarkan beragam, bekerja sama dengan *stake holder*. Adapun kelemahan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yaitu biaya operasional yang tinggi, promosi yang kurang maksimal, adanya kelalaian karyawan. Adapun peluang Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yaitu inovasi yang terus menerus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, memberikan diskon kepada pelanggan tetap dan konsumen jika membeli dalam jumlah yang banyak. Sedangkan ancaman dari Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan yaitu semakin banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama, biaya bahan baku mengalami kenaikan, pelanggan beralih ke usaha paka lain dengan produk yang sama.

2. Strategi pemasaran yang sesuai untuk meningkatkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan adalah strategi *agresif*. Dengan menggunakan strategi *agresif* Usaha Dagang Sidimpuan Ternak mempunyai peluang yang lebih maju. Strategi *agresif* adalah strategi yang mendukung perusahaan untuk terus menerus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar. Strategi pemasaran yang digunakan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan merupakan bauran pemasaran 7P, yaitu produk (*product*), harga(*price*), promosi(*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), proses (*product*) dan bukti fisik (*physical evidence*). Produk usaha yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Harga yang ditawarkan adalah harga yang kompetitif. Tempat yang digunakan yaitu berada di tempat yang strategis. Promosi dilakukan melalui media sosial dan melalui mulut ke mulut. Orang mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak selalu sopan dan santun dan kualitas pelayanan yang maksimal. Proses yang diterapkan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan pemesanan, bisa melalui *WhatsApp*, telepon atau datang langsung ke Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan, selain itu konsumen bisa konsultasi langsung dengan dokter hewannya mengenai produk untuk asupan hewan peliharaan mereka. Bukti fisik yaitu fasilitas yang tersedia yaitu *wifi*, meja kerja, kamar mandi, serta ruangan yang nyaman.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam meningkatkan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak. Peneliti memberikan saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan di masa depan.

Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota Padangsidimpuan agar dapat memenuhi permintaan pasar.
2. Peneliti menyarankan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak agar lebih meningkatkan pelayanan bagi pelanggan yang berkunjung
3. Peneliti menyarankan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak agar dapat memberikan jaminan kualitas terhadap produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adella, Febi. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakan Ternak Pada PT. Mabar Feed Indonesia" 8, no. 1 (2023): 42–55.
<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jubisco/article/download/3601/2456>.
- Adisasmito, Raharjo. *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019.
- Aditya Adi Christian &, Edi Yunus. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Offset, 1951.
- Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil* 6, no. 1 (2014): 116–25.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>.
- Andi Triyawan, Andi, and Amin Fitria. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Moeslem Square Ngawi." *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2019): 44. <https://doi.org/10.29300/aj.v5i1.1708>.
- Anggito, Albi dan John Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Jejak, 2018.
- Antonio, M. Syafi'i. "Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman." *Publikasi IAIN Batu Sangkar* 4, no. 2 (2016).
<https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/7876>.
- Anwar, Arnita Damayanthi, Ineke Nursih Widyantari, and David Oscar Simatupang Simatupang. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditi Kemiri Lokal." *Musamus Journal of Agribusiness* 2, no. 1 (2019): 26–37.
<https://doi.org/10.35724/mujagri.v2i01.2305>.
- Anwar, Muhadjir. *Manajemen Strategik*. Banyumas: Sasanti Institute, 2020.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.
- Astuti, Dian Puji. "Strategi Peningkatan Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso Dan Mie Ayam Di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)." IAIN Lampung, 2018. <https://journal.uml.ac.id/MT/article/download/1415/658>.
- Azizi, Putri Nanta. "Wawancara Manager Usaha Dagang Sidimpunan Ternak". Padangsidimpunan, 2023.
- Blocher, Edward J. *Manajemen Biaya*. Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- Chaniago, S.A. "Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan." *Jurnal*

Hukum Islam 1, no. 1 (2020).
<https://cuan.nusanipa.ac.id/index.php/cuan/article/view/7>.

D, Adi. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Surabaya: Fajar Mulya, 2001.

David, Fred R. *Manajemen Strategi*. 12th ed. Jakarta: Selemba Empat, 2020.

Delita, Fitra, and Tumiar Sidauruk. "Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun." *Jurnal Gepgrafi* 3, no. 1 (2012): 42–43.
<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/geo/article/view/6037>.

Dkk, Clarashinta Canggih. "Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia." *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2017).
<https://doi.org/10.26740/al-uqud.v1n1.p14-26>.

Dkk, Darsono. *Perbankan Syariah Di Indonesia Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Kedepan*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2019.

Dkk, Fitri Yeni. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT.Federal International Finance (FIF) Group Di Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko." *Ilmu Manajemen Terapan* 1, no. September (2019): 38–54. <https://doi.org/10.31933/JIMT>.

Fuadi, Salman. "Wawancara Karyawan Usaha Dagang Sidimpunan Ternak". Padangsidimpunan, 2023"

Gilang. "Wawancara Konsumen Usaha Dagang Sidimpunan Ternak". Padangsidimpunan, 2023.

Hardana, Budi Gautama Siregar dan Ali. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Grup, 2021.

Hewan, Dinas Kesehatan dan Peternakan. "Jenis Pakan Ternak Dan Jenis Pengolahannya." Accessed October 19, 2023.
https://disnakkeswan.probolinggokab.go.id/front/beranda/detail_berita/173/s-how.

Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* Jakarta: Erlangga, 2011

Hidayat, Rahmat. "Analisis Strategi Pemasaran." Sultan Syarif Kasim Riau, 2013.
[https://repository.uin-suska.ac.id/2742/4/BAB III.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/2742/4/BAB%20III.pdf).

Iskandar, Dudi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Maghza Pustaka, n.d.

Jaya, Anugrah. "Wawancara Konsumen Usaha Dagang Sidimpunan Ternak". Padangsidimpunan, 2023.

Jaya, Jimmy. "Wawancara Konsumen Usaha Dagang Sidimpunan Ternak". Padangsidimpunan, 2023.

Keller, Philip Kotler & Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2020.

- Kumalasari, Nurita Ayu. "Perencanaan Strategi Promosi Melalui Analisis SWOT Pada Bisnis Delicy. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis." *Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1, no. 2 (2016). <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/145/136>.
- Lamarto, Stanton William J & Yohanes. *Prinsip Pemasaran Ahli Bahasa*. Jakarta: Erlangga, 1993.
- Limpo, Haris Yasin. "Analisis Strategi Pemasaran Pakan Ternak Ayam Petelur (Studi Kasus PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Makassar)." Universitas Hasanuddin, 2008. [http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/7257/%0Ahttp://repository.unhas.ac.id/id/eprint/7257/2/harisyasin-454-1-ps0463 1-2.pdf](http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/7257/%0Ahttp://repository.unhas.ac.id/id/eprint/7257/2/harisyasin-454-1-ps0463%201-2.pdf).
- Lubis, Rukiah "Strategi Pengembangan SDM Syariah Menghadapi Pasar Global," *At-Tijarah Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 1 (2015): hlm.5, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/attijarah/article/download/3970/2687>.
- Lupi, Fadel Retzen, and Nurdin. "Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan." *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer* 2, no. 1 (2016): 20–31. <https://jesik.web.id/index.php/jesik/article/view/43>.
- Manullang, M. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Perdana Publishing, 2019.
- Matondang, Siti Khodijah. "Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan)." IAIN Padangsidimpuan, 2016. <http://etd.uinsyahada.ac.id/1538/>.
- Muhammad Dayyan & Nurjannah. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Manajemen Keuangan Syariah." *Rumah Jurnal IAIN Langsa* 3, no. 2 (2019). <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath/article/view/1297>.
- R.W, Suparyanto. *Kewirausahaan: Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Robinson, Richard &. *Manajemen Stratgeik: Formulasi, Implementasi, Dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1997.
- Roy. "Wawancara Konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak Kota". Padangsidimpuan, 2023.
- Saragi, Adhe Anggreini. "Strategi Peningkatan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT." Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2019. <http://repository.usd.ac.id/7435/>.
- Sari, Yulia. "Analisis Strategi Peningkatan Kopi Aceh (Studi Kasus Merek Dhapu Kupu)." UIN Ar-Raniry, 2019.

<https://id.scribd.com/document/537304397/Yulia-Sari-150604070-FEBI-IE-0852-0710-7384>.

- Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Setyaningsih, Fatma. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang." *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 10, no. 1 (2021): 221–30. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>.
- Siagan, Sondang P. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Siswanto, Muhamad Afif Salim & Agus Bambang. *Analisis SWOT Dengan Metode Kusioner*. Semarang: Graha Ilmu, 2019.
- Sitorus, Syaifullah. "Analisis Strategi Peningkatan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok." IAIN Padangsidempuan, 2019.
- Milfa, Sri. "Wawancara Pemilik Usaha Dagang Sidempuan Ternak". Padangsidempuan, 2023.
- Stephen, P. Robbins. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. 5th ed. Jakarta: Erlangga, 2018.
- Sudibyo, Thorik Gunara & Utus Hardiono. *Marketing Muhammad*. Bandung: Madani A Prima, 2019.
- Sulistiyono. "Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilis Fisik VYNIL Di Yogyakarta." Universitas Negeri Yogyakarta, 2015. <https://eprints.uny.ac.id/26552/>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. 3rd ed. Yogyakarta: ANDI, 2007.
- Tribudiman, Arief. "Peran Pet Attachment Terhadap Kebahagiaan Pemilik Hewan Peliharaan Di Kota Banjarmasin." *Jurnal Al-Husna* 1 (2021). <https://doi.org/10.18592/jah.v1i1.3509>.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Wardoyo, Paulus. *Enam Alat Analisis Manajemen*. Semarang: Univeristy Press, 2019.
- Wibisono, Cindy Setya. "Strategi Bersaing." Universitas Kristen Petra, 2017. <https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/mbis/2017/jiunkpe-is-s1-2017-31412165-39336-strategi-chapter2.pdf>.
- Yeni, Fitri. "Strategi Pemasaran." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 1 (2019). <http://repository.upiypk.ac.id/4661>.
- Zein, Shaifur Rizqi "Analisis Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Pada Koperasi Pemuda Tunas Patria (Koppatria) Sentra Industri Seni Patung Dan

Ukir” (Universitas Negeri Semarang, 2015),
<http://lib.unnes.ac.id/22319/1/7101408111-s.pdf>.

LAMPIRAN



Gambar 1 Tampak Depan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak

SIDIMPUAN TERNAK GROUP

Jalan Sisingamangaraja No 122 - Sitamiang
Kota Padangsidimpuan

Menyediakan Berbagai Kebutuhan dan Layanan Jasa Kesehatan
Hewan Kesayangan dan Pakan Ternak Anda

- Pakan Ternak
- Bibit Ternak
- Pet Grooming
- Pet Hotel
- Pet Food

- Vet Clinic
- USG
- Bedah Mayor & Minor
- Vaksinasi
- Telur Ayam Berkualitas

0813 6302 4522

sidimpuanternakgroup

Ready
TO DELIVERY

Gambar 2 Brosur Usaha Dagang Sidimpuan Ternak



Gambar 3 Contoh produk Usaha Dagang Sidimpuan Ternak



Gambar 4 Wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Sidimpuan Ternak



Gambar 5 wawancara dengan manager Usaha Dagang Sidimpuan Ternak



Gambar 6 wawancara dengan karyawan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak



Gambar 7 wawancara dengan konsumen Usaha Dagang Sidimpuan Ternak

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Rizki Khoirunnisyah
Nim : 19 402 00257
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 15 Agustus 2000
Agama : Islam
Anak ke : 2 (Dua)
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Mahasiswa
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/ Ekonomi Syariah
Alamat : Jln. Sudirman ex Merdeka Janjibangun Kel. Timbangan Lk.IV
E-mail : rizkikhairunnisyahlubis@gmail.com
No. Hp : 0822 – 8107- 3314

B. Nama Orang Tua

Ayah : ERWINSYAH LUBIS
Pekerjaan : Supir
Ibu : Sunita Wardah Aini Dalimunthe
Pekerjaan : IRT
Alamat : Jln. Sudirman ex Merdeka Janjibangun Kel. Timbangan Lk.IV

C. Pendidikan

1. SD Muhammadiyah 1 Padangsidempuan (2006-2012)
2. SMP Negeri 3 Padangsidempuan (2012-2015)
3. SMAN 1 Padangsidempuan (2015-2018)
4. Tahun 2019 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

D. Motto Hidup

“Belajarlh dari pengalaman karena pengalaman adalah guru terbaik”



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HAŞAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3033 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/06/2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

21 Juni 2023

Yth;

1. Dr. Rukiah, M.Si : Pembimbing I
2. Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi tersebut di bawah ini :

Nama : Rizki Khoirunnisyah
NIM : 1940200257
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Formulasi Strategi Peningkatan Usaha Dagang Sidimpuan Ternak di Kota Padangsidimpuan.**

Diharap kepada Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790325200604 1 004

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.