BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

1. Sejarah *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

Usaha *outlet manabanana* berdiri pada akhir tahun 2017 yang didirikan oleh tiga orang sahabat yang mempunyai satu rencana usaha. Setelah mencari sebuah usaha di youtube akhirnya menemukan yaitu pisang *nugget.* Pertama kali memasarkan produk lewat online setelah berjalanya waktu selama satu bulan dan mengumpulakan dana untuk mendirikan sebuah *outlet. Outlet manabanana* beralamat desa Kepatiha Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

Berdirinya *outlet manabanana* ini bertujuan sebagai awal karir usaha untuk mendapatkan penhasilan sendiri. Pertumbuhan ekonomi juga menjadi alasan didirkannya *outlet manabanana.* Seiring berkembangnya waktu dan zaman *outlet manabanana* mulai menunjukan kemajuan yang signifikan, sehingga pemasaran mulai di tingkatkan di Tulungagung. Mulai medirikan cabang-cabang *outlet.* Untuk saat ini *manabanana* mempunyai empat *outlet.*

Visi dari *outlet manabanana* adalah sebagai usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan produk inovatif dan menjadi pemain utama di kelasnya. Sementara misis dari *outlet manabanana* sendiri adalah:

1. Menjadikan usaha ini lewat *brand* dan produknya dapat dipercaya serta dekat dengan konsumen melalui pengutamaan kualitas produk dan pelayanan.
2. Menjadikan usaha ini berkembang dan mendapatkan untung maksimal denagan menggunakan prinsip-prinsip menejemen yang baik dalam pengelolaannya.
3. Menjadikan usaha ini sebagai patok juga sebagai usaha sejenis dengan melakukan evaluasi, pengembangan dan inovasi terhadap produk dan *brand* yang dijalankan.

2. Struktur organisasi *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

Tabel 4.1

Struktur organisasi *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

:

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	Wahyu Setyo Mawardi	Pare Kediri	Pemilik
2	Hasan Sirodjuddin	Baruarjo Trenggalek	Pemilik
3	Riski Setiawan	Gragalan Tulungagung	Karyawan
4	Doni Aji Saputro	Baruarjo Trenggalek	Karyawan
5	M. Chairul Anwar	Panjer Ngunut	Karyawan

Sumber: *outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

B. Temuan Penelitian

1. Instrument SWOT (*Strenghst,Weaknesess,Opportunities,Threats)* pada *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

a. Faktor-Faktor Kekuatan *(strengths)* dalam *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

Kekuatan pertama yang dimiliki *outlet manabanana* adalah kualitas produk yang terus dijaga untuk memenuhi kepuasan konsumen. Hal ini dinyatakan langsung oleh mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung.

" bener-benar menjaga kualitas produk, semisal ada adonan yang tidak habis hari ini lansung di kasih freezer, supaya kualitas produk tetap terjaga dan kepuasan konsumen terpenuhi"[56]

Hal ini juag di nyatakan oleh mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung.

"kami tetap menjaga terus keunikan produk kami nyaitu topig full yang berbeda dari produk lain, selain itu harganya juga terjangkau sreta tetap menjaga bahan pokok produksi"[57]

Pada dasarnya kualitas produk yang dimiliki *manabanana* Kepatihan Tulungagung merupakan sesuatu yang penting. Pasalnya dengan menjaga terus kualitas produk sama juga menjaga konsistensi *outlet* dan pelanggan merasa terpuaskan.

---

[56] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[57] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

Kekuatan yang kedua adalah link bahan baku tetap. Hal ini sangatlah penting bagi *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung demi terus berjalannya usaha dagang *outlet.* Seperti yang diungkapkan mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung sebagai berikut.

"kami mempuanyai slah satu pedagang tetap seorang ibuk-ibuk yang berjualan pisang di daerah pasar Ngemplak. Setiap hari kami mengambil bahan baku dari ibuk tersebut"[58]

Hal tersebut juga di ungkapkan oeleh mas Hasan sebagai *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung. Sebagai berikut.

"dulu pertama memulai produksi, kami keliling beberapa pasar yang ada di Tulungagung untuk mencari bahan baku dengan harga yang miring. Setelah keliling-liling dan menjumpai bayak pedagang pisang dengan harga yang berfariasi, akhirnya kami memutuskan berlangganan kepada seorang ibuk-ibuk pedagang pisnag yang berada di pasar Ngemplak. Beliau menyanggupi memenuhi kebutuhan bahan baku kami setiap hari tentunya dengan harga yang miring"[59]

Dari pernyataan di atas dapat menarik kesimpulan bahwa link yang dimiliki oleh *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung sangatlah menguntungkan. Pasalnya pemasok bahan baku telah menyanggupi persediaan bahan baku setiap hari dengan harga yang miring.

---

[58] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[59] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

Kekuatan ketiga adalah kepuasan pelanggan. Factor inilah yang mempunyai peran sangat penting dalam kebelangsungan *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung. Pelanggan akan merasa puas ketika kualitas produk *manabanana* bagus dan baik. Ketika pelanggan merasa puas maka mereka akan terus menjadi konsumen tetap di *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung. Hal ini di ungkapkan oleh mas wahyu selaku *owner outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung, sebagai berikut.

"Tapi saya tetap optimis dengan otlet ini karena kalau dilihat dari pelanggannya mereka puas dengan kualitas nugget yang saya produksi"[60]

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung memiliki cara agar kepuasaan pelanggan terjaga yaitu tetap menjaga keunikan produk, hal ini di ungkapkan oleh mas hasan selaku *owner outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung, sebagai berikut,

"kita tetap menjaga keunikannya yaitu memaki full toping dan juga tetap memakai pisang ambon sebagai bahan baku jadi rasa manis dari nugget ini asli dari pisang bukan memakai pemanis buatan serta harga yang kami tawarkan juga terjangkau."[61]

---

[60] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[61] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

Dari pernyataan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung sangatlah menjaga betul kepuasan pelanggan. Karena kita ketahui kepuasan pelanggan adalah kunci utama berjalannya *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung.

Kekutan keempat adalah adalah hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan. Dalam hal ini steakholder dan stockholder merupakan dua unsure yang begitu penting dalam sebuah organisasi maupun lembaga. Untuk mencapai visi dan misi bersama haruslah menjaga keharmonisan antara kedua unsur tersebut. Hal ini disampaikan secara lagsung ada sesi wawancara oleh mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung, sebagai berikut.

"saya anggap bukan karyawan melainkan patner kerja. Jikalu ada suatu permasalan kita selesaikan bersama-sama.jadi semua permaslan yang ada kita ketahui bersama dan di selesaikan bersama juga"[62]

Hal senada juaga di sampaikan oleh mas Hasan selaku *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung, sebagai berikut.

"kalau karyawan kita menganggapnya bukan karyawan melainkan patner kerja, soalnya yang menjalakan outlet masih di lingkungan teman-teman saja"[63]

---

[62] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[63] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

Dari pemaparan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa UD Sukron sangatlah menjaga keharmonisan antara atasan dan karyawan. Sehingga tercipta kondisi kerja yang kondusif. Dengan hal ini keseriusan serta kerja keras menjadi tercipta. Antara atasan dan karyawan mendapatkan keuntungan masing-masing. Ditinjau dari perspektif islam maka hal ini merupakan kekuatan yang disyukuri dari Allah, yaitu menjaga silaturami dengan baik antar manusia. Sehingga terciptalah kondisi yang baik seperti yang di ungkapkan pada ayat berikut,[64] :

وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ٱلَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِۦ وَٱلأَرحَامَ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ عَلَيكُم رَقِيباً

"Dan bertakwalah kepada Allah Yang dengan (menggunakan) nama-nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturahmi.sesunggguhya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu".(QS.An-Nisa:1)

Kekuatan kelima adalah pemanfaatan media sosial yaitu instagram, hal ini sangat menunjang berkembangnya *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagumg. Dapat kita ketahui bahwa di era globalisasi saat ini pemanfaaatan media sosial merukan trobasan yang baik untuk memasarkan sebuah produk. Hal ini di sampaikan oleh mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatiahan Tulungagung. Sebagai berikut.

"disini kami memanfaatkan sosial media yaitu instagram itu, rata-rata yang beli anak muda tapi juga ada ibu-ibu yang beli.

[64] Al-qur`an surah an nisa ayat 1

”yaitu tadi mas kami memanfaatkan sosial media yang utama yaitu instagram, karena instagram ini sangat pesat perkembangannya di Tulungagung apalagi dikalangan kaum-kaum muda”[65]

Hal senada juga di ungkapkan mas hasan sebagai *owner manabanan* Kepatiahan Tulungagung. Sebagai berikut.

“kalau kita, teknologi itu buat memasarkan produk memakai instagram itu mas”[66]

Dari peryataan yang di sampaikan du narasumber primer di atas bahwa pemanfaatan sosial media sangatlah menguntungkan bagi pemasana produk. Karena di era globalisasi saat ini sebuah informasi cepat di peroleh melalui sosial media. Hal ini menjadi pelaung bagi outlet *manabanan* Kepatiahan Tulungagung untuk memasarkan produknya

Kekuatan ke-enam adalah mempunyai partner bisnis yaitu Grab. Hal ini sangat menunjang berkembangnya *manabanan* Kepatiahan Tulungagung menjadi besar. Dapat kita ketahui bahwa Grab adalah trobosan ojek berbasis online. Hal ini di sampaikan langsung oleh mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatiahan Tulungagung. Sebagai berikut.

“dan kami saat ini berkerja sama dengan Grab, la itu sebelumnya kita di tawari dari pihak Grab untuk bekerjasama.

---

[65] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[66] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

Sebalunya ragu-ragu sih, dan akhirnya kami mencoba bekerjas sama. Alhamdullilah bisa membantu memajukan outlet.[67]

Dari pernyataan yang di sampaikan narasumber pimer di atas bahwa partner bisnis dengan Grab sangatlah menguntungkan dan bisa mengembangkan *outlet*. Sehingga hal ini dapat menjadi peluang juga bagi *manabanana* untuk mengembangkan usahanya yang lebih besar.

b. Faktor-Faktor Kelemahan *(weaknesess)* dalam *Outlet Manabanan* Kepatihan Tulungagung

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagung. Faktor kelemahan yang pertama adalah belum mempunyai surat izin usaha. Seperti yang di ungkapkan mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung.

"kalau surat izin belum mas ya, soalnya sepengetahuan saya mengurus surat izin itu susah mas, jadi belum di urus juga.Tapi kalau berkembang lebih besar insyaallah bisa di urus"[68]

Surat izin usaha yang belum dipunyai oleh *outlet manabanana* juga disampaikan oleh mas hasan sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung. Sebagai berikut.

"kalau sekarang belum mas, tapi masih proses, ini masih mau mncari nomor paja"[69]

---

[67] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[68] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

Memiliki surat izin usaha ini sangat penting. Pasalnya dengan surat izin usaha *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung bisa mempunyai legalitas di usahanya serta mempunyai kekuatan hukum.

Kelemahan yang kedua yang dimiliki oleh *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung adalah alat produksi yang terbatas.pernyataan ini di sampaikan mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung. Seperti hal berikut.

"alat-alatnya masih terbatas mas, belum menggunakan alat yang canggih untuk mempercepat proses produksi, kasarannya semuanya masih manual"[70]

Kelemehan ini akan berdampak pada *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung. Karena alat-alat yang terbatas akan mempengaruhi proses produksi yang dijalankan *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung.

Dari penyataan di atas dapat disimpulakan bahwa di *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung mepunyai dua kelemahan yaitu belum mempunyai surat izin usaha juga fasilitas yang masih terbatas. Hal ini merupakan bagian kelemahan manusia, bahwa manusia adalah mahkluk tuhan yang maha terbatas, seperti yang disampaikanpada firman Allah sebagai berikut:

---

[69] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[70] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

وَٱللَّهُ يَعلَمُ وَأَنتُم لَا تَعلَمُونَ

"Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui." (QS. Al-Baqarah : 216)

وَٱللَّهُ أَعلَمُ بِمَا يَكتُمُونَ

"Dan Allah mengetahui apa yang mereka sembunyikan" (QS.Ali-imran :167).

c. Faktor-Faktor Peluang *(opportunities)* dalam *Outlet Manabanan* Kepatihan Tulungagung

Dalam wawancara yang telah dilakukan peneliti di *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung ada beberapa peluang yang dapat di capai oleh *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung. Peluang yang pertama adalah produk pertama yang berada di Tulungagung. Seperti yang di ungkapkan mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung. Seperti hal berikut.

"dulu di Tulungagung pisang nugget masih sedikit di mangsa pasarnya, jadi ini menjadi kesempatan kami untuk memasarkan produk kami"[71]

Produk pertama yang berada di Tulungagung ini juga di ungkapkan mas hasan sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung. Seperti hal berikut.

"pisang nugget pertama di Tulungagung setahu saya itu mas.[72]

---

[71] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[72] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

Produk pertama yang ada di suatu daerah menjadikan pelung besar untuk mendapatkan pelanggan yang bayak.

Peluang kedua optimis dalam pangsa pasar melalui kepuasan konsumen. Unsur terpenting dalam usaha dagang adalah kepuasan konsumen yang membawa kepada perkembangan *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung. Tanpa kepuasan konsumen perusahaan akan mengalami ketidak stabilan dalam distribusi. Maka *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung sangat mengutamakan kepuasan konsumen dalam menguasai pangsa pasar, seperti yang di paparkan mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung, sebagai berikut.

"Kalau menurut saya untuk pasar beras ini belum terlaluketat mas.dan masih bisa mengendalikan pasar"[73]

hal serupa juga di sampaikan mas hasan sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung mengenai optimis melalui kepuasan konsumen, sebagai berikut.

". Tapi saya tetap optimis dengan outlet ini karena kalau dilihat dari pelanggannya mereka puas dengan kualitas beras yang saya produksi"[74]

Dari pemaparan di atas dapat di tari kesimpulan bahwa *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung masih dapat menguasai pasar

[73] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[74] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

besar. Dan optimism yang di miliki *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung akan mengantarkan perkembangan yang bagus.

Peluang kedua yang dimiliki *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung adalah pelebaran jangkauan pasar. Ekspansi pasar sangatlah dibutuhkan dalam usaha apapun untuk menunjang kemajuan dan mencari keuntungan yang besar. Peluang inilah yang saat ini mulai di capai oleh *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung, seperti yang di ungkapkan oleh mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung, sebagai berikut,

"iya mas kalau ditujukan untuk siapa sebenarnya lebih ke daerah tulungagung, fokusnya lebih ke pasar di tulungagung. intinya pasar-pasar besar"[75]

Mencoba memasuki pasar besar seperti swalayan merupakan peluang besar bagi *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung untuk melebarkan pangsa pasar. Dapat disimpulkan bahwa ini merupaka peluang besar bagi *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung.

d. Faktor-Faktor Ancaman *(threat)* dalam *Outlet Manabanan* Kepatihan Tulungagung

faktor ancaman yang telah di dapatkan dari hasil wawancara oleh pihak *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung antara lain adalah perusahaan sejenis hal ini langsung diungkapkan oleh mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung, sebagai berikut.

[75] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

"ya itu mas yang jadi PR kita pesaingan dengan usaha yang sama juga persaingan harga, tapi kami menganggapnya bukan pesaing tapi kami anggap sebagai guru, di situ kami juga sama belajar dari pesaing tersebut"[76]

Pesing antar pengusaha tidak dapat dielakkan. Semua ini tergantung bagaimana perusahaan berinovasi dan manghadapi antar pesaing. Dan *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung harus siap dengan pesaing-pesaing antar perusahaan.

Ancama kedua adalah musim yang tidak jelas. Bahwa kita ketahui padi merupakan hasil bumi. Ketika membicarakan soal hasil bumi pasti dipengaruhi dengan kondisi alam. Ancaman yang serius datang dari hal yang tidak dapat diprediksi. Paparan ini langsung di ungkapkan oleh mas wahyu sebagai *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung sebagai berikut.

"itu malah lebih ke musimnya mas,kita tahu bahwa pisang adalah hasil bumi pasti hasil bumi akan di pengaruhi oleh cuaca yang tidak menentu"[77]

Hal serupa juga di paparkan oleh mas hasan *owner manabanan* Kepatihan Tulungagung, sebagai berikut.

---

[76] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

[77] Wawancara kepada mas Wahyu selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

"Sebenarnya yang lebih di waspadai itu musim yang tidak tentu mas, tiga tahun terakhir cuaca sanagat tidak menentu. Na ini yang nantinya juga akan mepengaruhi bahan baku kami"[78]

Dapat diambil kesimpulan bahwa musim yang tidak menentu sangat menjadi ancaman yang serius. Pasalnya kassus ini sangat mempengaruhi berjalannya distribusi pasar beras yang ada seperti yang di ungkapkan narasumber.

1. penerapan Analisis SWOT Pada *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

Analisis SWOT merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor internal maupun eksternal secara keseluruhann dari suatu usaha. Dari wawancara yang sudah dilakukan peneliti terdapat beberapa faktor internal maupun eksternal sebagai berikut:

a. kekuatan *(stength)* yang dimilki *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung
   1) Kualitas produk.
   2) Link bahan baku tetap.
   3) Kepuasan pelanggan.
   4) Hubungan yang baik antara karyawan dan *owner*.
   5) Mempunyai patner bisnis.
   6) Kepuasan pelanggan.

[78] Wawancara kepada mas Hasan selaku *owner manabanana* Kepatihan Tulungagung pada tanggal 8 januari 2019

b. Kelemahan *(weaknesess)*yang dimiliki *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung

1) Belum mempunyai surat izin usaha.

2) Fasilitas kurang memadai.

c. Peluang *(opportunities)* yang dimilki *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung

1) Produk pertama di Tulungagung.

2) Persaingan pasar.

3) Memasuki pasar swalayan.

d. Ancaman *(threats)* yang dihadapi *outlet manabanan* Kepatihan Tulungagung

1) Pesaing usaha sejenis.

2) Cuaca yang tidak menentu.

Dari data yang di dapat, selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu pembuatan matrik analisis SWOT dengan dibuatnya tabel IFAS dan EFAS. Didalam tabel tersebut setiap faktor akan diberikan pembobotan dan penilaian (rating) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Bobot dan rating ditentukan berdasarkan pada isisan kuisioner dimana acuhan dari bobot dan rating tersebut adalah:

Bobot ditentukan sebagai berikut:[79]

Bobot **Keterangan**

[79] Husain Umar, Strategic management in action,(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 250.

0,20	sangat kuat
0,15	Diatas rata-rata
0,10	Rata-rata
0,05	dibawah rata-rata

Rating ditentukan sebagai berikut:

Rating	**Keterangan**
4	*Major strenght*
3	*Minor strenght*
2	*Major Weakness*
1	*Minor Weakness*

Dari uraian pernyataan diatas dapat diketahui pembobotan dari setiap faktor sebagai berikut.

Tabel 4.2

pembobotan faktor-faktor SWOT

faktor-faktor dalam analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan	
1) Kualitas produk.	**0,20**
2) Link bahan baku tetap.	**0,10**
3) Kepuasan pelanggan.	**0,20**
4) Hubungan yang baik antara karyawan dan *owner*.	**0,15**
5) Mempunyai patner bisnis.	**0,20**
6) Kepuasan pelanggan.	**0,20**
b. Kelemahan	
1) Belum mempunyai surat izin	**0,10**
2) Fasilitas kurang memadai	**0,15**
c. Peluang	
1) produk pertama di Tulungagung	**0,20**
2) Persaingan pasar	**0,05**
3) Memasuki pasar swalayan	**0,20**
d. Ancaman	
1) Pesaing usaha sejenis	**0,20**
2) Cuaca yang tidak menentu	**0,05**

Sumber: data yang diolah hasil wawancara 8 Januari 2018

Adapun matrik IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

a. Matrik IFAS

Tabel 4.3

Matrik IFAS

Faktor-faktor strategi internal	**Bobot**	**Rating**	**Bobot x rating**
a. Kekuatan			
1) Kualitas produk.	**0,20**	**4**	**0,80**
2) Link bahan baku tetap.	**0,10**	**3**	**0,30**
3) Kepuasan pelanggan.	**0,20**	**4**	**0,80**
4) Hubungan yang baik antara karyawan dan *owner*.	**0,15**	**4**	**0,60**
5) Mempunyai patner bisnis.	**0,20**	**3**	**0,60**
6) Kepuasan pelanggan.	**0,20**	**4**	**0,80**
Total	**1,05**		**3,9**
b. Kelemahan			
1) Belum mempunyai surat izin	**0,10**	**1**	**0,10**
2) Fasilitas kurang memadai	**0,15**	**2**	**0,30**
Total	**0,25**		**0,40**
Total	**1,30**		**4,30**

Sumber: data yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui variabel internal kekuatan *(strength)* memiliki skor 3.9 dan skor total kelemahan *(weaknesses)* 0,40 sehingga total skor variabel internal 4,30

b. Matrik EFAS

Tabel 4.4

Matriks EFAS

Faktor-faktor strategi internal	**Bobot**	**Rating**	**Bobot x Rating**
a. Peluang 1.) Produk pertama 2.) Persaingan pasar 3.) Memasuki pasar swalayan	 **0,20** **0,05** **0,20**	 **3** **3** **4**	 **0,60** **0,15** **0,80**
Total	**0,5**		**1,55**
b. Ancaman 1.) Perusahaan sejenis **2.)** Cuaca yang tidak menentu	 **0,20** **0,15**	 **2** **2**	 **0,40** **0,30**
Total	**0,35**		**0,70**
Total	**0,85**		**2,25**

Sumber: data yang di olah, 9-1-2018

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui variabel eksternal peluang *(opportunities)* memilki skor 1,55 dan ancaman *(treaths)* memilki skor total 0,70 total skor variabel eksternal adalah 2,25 kesimpulan dari kedua matrik IFAS dan EFAS di atas dapat di ketahui sebagai berikut:

1. Strategi SO = 3,9 + 1,55 = 5,45
2. Strategi ST = 3,9 + 0,70 = 4,6

3. Strategi WO = 0,04 + 1,55 = 1,59
4. Strategi WT = 0,40 + 0,70 = 1,1

Langkah yang kedua setelah pembuatan matrik IFAS dan EFAS peneliti akan membuat matrik SWOT.

Tabel 4.5

Matrik SWOT

IFAS / EFAS	**Kekuatan (S)** 1. Kualitas produk yang baik 2. Link bahan baku tetap 3. Konsumen yang meras puas 4. Hubungan yang baik antara owner dan karyawan 5. Pemanfaatan media sosial 6. Mempunyai patner bisnis	**Kelemahan (W)** 1. Surat izin usaha 2. Fasilitas kurang memadai
Peluang (O) 1. Produk pertama 2. Persainag pasar 3. Memasuki pasar swalayan	**Strategi SO** 1. Mempertahankan kualitas produk serta keunikannya agar tidak kehilangan eksistensinya 2. Menjaga hubungan baik dengan konsumen ataupun pelanggan tetap, melalui pemberian otongan harga dan penjagaan kualitas serta mempertahanka garansi	**Strategi WO** 1. Mencari surat izin usah untuk menjaga legalias perusahaan dan mempunyai payung hukum 2. Memberikan pemahan terkait pentingnya inovasi produk dan baruan

	produk / servise terhadap konsumen. 3. Menambah system pemasaran melalui penggunan mesia social maupn media massa, agar jangkauan pemasaran semakin luas dan tes berkembang.	pemasaran
Ancaman (T) 1. Perusahaan sejenis 2. Produk sejenis	**Strategi ST** 1. Menjaga relasi dengan partner bisnis yang udah ada sehingga memperkecil kemungkinan, pelangan pindah pad perusahaaan lain dengan menjaga kualitas produk 2. Memberi inovasi baru bagi produk	**Strategi WT** 1. Memanfaatkan teknologi saat cuaca yang tidak menentu sehingga produksi tetap berjalan

Sumber: data yang diolah 2018

Dari data 4.5 dapat di ketahui macam strategi yang di hasilkan, mulai dari strategi SO,SW,ST, dan WT menciptakn strategi dilakukan dengan penggabungan antara faktor-faktor IFAS dan EFAS. Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan tadi daaat menunjukan posisi *outlet manabanana* Kepatihan Tulungagng sebagai berikut.

Tabel 4.6

Posisi *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung

IFAS		**EFAS**	
Kekuatan	**3,9**	**Peluang**	**1,55**

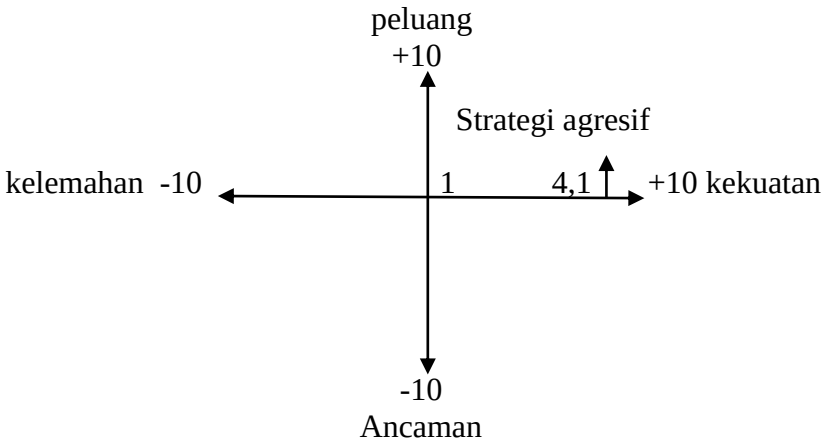
Kelemahan	**(0,40)**	**Ancaman**	**(0,70)**
Hasil	**3.5**	**Hasil**	**0,85**

Sumber: data yang di olah 2018

Dari data-data tersebut dapat diketahui bahwa: Analisis faktor IFAS lebih besar dari analisis faktor EFAS. Faktor IFAS sebesar 3,5 sedangkan analisis faktor EFAS sebesar 0,85 Apabila dimasukkan dalam diagram analisis SWOT ditunjukkan sebagai berikut.

Diagram 4.1

Diagram Analisis SWOT *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung



Dari diaram diatas dapat diketahui bahwa posisi *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agesif. Menunjukan bahwa *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk merebut peluang

yang ada sehingga dapat meningkatkan manjemen *Outlet Manabanana* Kepatihan Tulungagung.